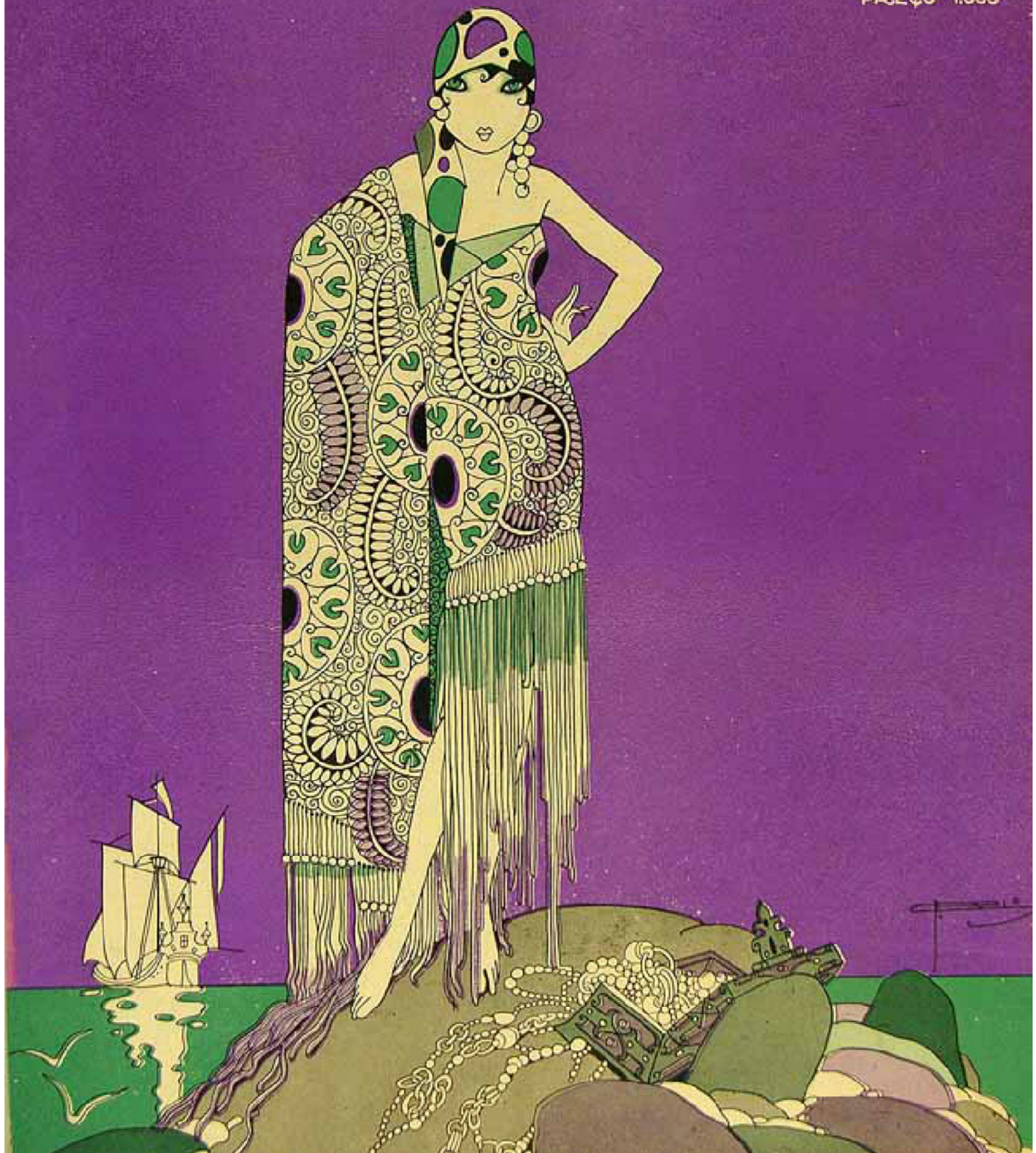


PARA TODOS...

ANNO IX
NUM. 437
30-ABRIL
1927
PREÇO 1.000



UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ
MESTRADO EM COMUNICAÇÃO E LINGUAGENS
Lucilia de Sá Alencastro

REVISTA “*PARA TODOS...*”
UM ESTUDO DA IMAGEM DA MULHER
NAS ILUSTRAÇÕES DE J.CARLOS

CURITIBA
2013

LUCILIA DE SÁ ALENCASTRO

**REVISTA “*PARA TODOS...*”
UM ESTUDO DA IMAGEM DA MULHER
NAS ILUSTRAÇÕES DE J.CARLOS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação - Mestrado em Comunicação & Linguagens, da Universidade Tuiuti do Paraná, como requisito para obtenção do grau de Mestre.

Orientador: Prof. Dr. Geraldo Pieroni.

**CURITIBA
2013**

LUCILIA DE SÁ ALENCASTRO

REVISTA “*PARA TODOS...*”
UM ESTUDO DA IMAGEM DA MULHER
NAS ILUSTRAÇÕES DE J.CARLOS

CURITIBA
2013

TERMO DE APROVAÇÃO
Lucilia de Sá Alencastro

REVISTA “*PARA TODOS...*”
UM ESTUDO DA IMAGEM DA MULHER
NAS ILUSTRAÇÕES DE J.CARLOS

Esta dissertação foi julgada e aprovada para a obtenção do título de
Mestre em Comunicação & Linguagens no curso de
Mestrado em Comunicação & Linguagens da
Universidade Tuiuti do Paraná.

Curitiba, 21 de Outubro de 2013.

Mestrado em Comunicação & Linguagens
Universidade Tuiuti do Paraná

Orientador: Prof. Doutor Geraldo Pieroni
UTP/PR

Prof^a. Doutora Josélia Schwanka Salomé
UTP/PR

Prof. Doutor Benedito Costa Neto Filho.
PUC/PR

AGRADECIMENTOS

Tão gostoso quanto a chegada é o prazer da viagem, e, para que esta caminhada fosse feliz, muitas pessoas estiveram comigo, apoiando, ensinando, divertindo, trocando ideias, enfim, fazendo o caminho mais tranquilo e agradável. Assim, agradeço:

A todos os professores deste Programa de Mestrado, que contribuíram direta ou indiretamente compartilhando seus conhecimentos. Agradeço especialmente:

Ao Professor Geraldo Pieroni, pela orientação tranquila e incentivadora.

Ao Professor Frederico de Mello Brandão Tavares, que, me deu a rota e a confiança para seguir em frente.

À Professora Marialva Barbosa, sempre amável e divertida, que me orientou no primeiro passo.

Aos Professores Benedito Costa Neto e Josélia Schwanka, agradeço muito por terem aceitado o convite para fazer parte da minha banca e pelas contribuições dadas ao meu texto.

A todos os colegas de turma – uma turma 100% querida!

Ana Melech, Bruno, Carla, Emilene, João, Michael, Rodrigo, Roberto, Diok, Helcio e Leticia e, especialmente:

Ao André Santini, meu colega também no Unicuritiba, que com sua metáfora da praia e sua empolgação, me deu coragem!

Às “meninas” Adri Coquinha e Ju, por todos os *Petit Gateaus e Bis Lacta* que comemos, enquanto trocávamos ideias, dúvidas, anseios e vitórias.

A todos os queridos colegas do Centro Universitário Curitiba, que compartilham comigo, diariamente, experiências, conhecimento e alegria. Agradeço especialmente:

Ao Glauco Menta, pelas sugestões e ideias e por sua amizade sempre divertida e animada.

À Micheline Helen, companheira desde o início nesta instituição, com quem sempre tive grande afinidade. Agora, enquanto eu estudava para o mestrado, ela estudava para o doutorado. Nos intermináveis sábados e domingos em frente ao computador, sempre foi possível encontra-la *on line*, para conversar e me divertir um pouquinho enquanto escrevia.

Aos coordenadores de cursos: Ana Brum e Antônio Miranda que foram sempre compreensivos na organização de atividades, possibilitando a compatibilização dos meus horários.

À ex-coordenadora do curso de Design Gráfico, Juliana Pereira de Sousa, que deu o primeiro incentivo para que eu cursasse o mestrado.

Agradeço aos dirigentes desta instituição pelo benefício da bolsa concedida.

À minha pequena família:

Ao Igor e ao Mario, a quem dedico este trabalho, pois sem eles seria impossível.

À minha mãe (*in memoriam*) por ter sempre incentivado meus estudos e vibrado com as minhas vitórias.



*Para Mario,
que me incentiva e orienta;*

*Para Igor,
sempre, tudo!*

*Numa folha qualquer
Eu desenho um sol amarelo
E com cinco ou seis retas
É fácil fazer um castelo...*

*Corro o lápis em torno
Da mão e me dou uma luva
E se faço chover
Com dois riscos
Tenho um guarda-chuva...*

*Se um pinguinho de tinta
Cai num pedacinho
Azul do papel
Num instante imagino
Uma linda gaivota
A voar no céu...
[...]*

Aquarela (Toquinho)

RESUMO

As Revistas ilustradas produzidas na primeira metade do século XX, no Rio de Janeiro, tiveram grande importância no sentido de propagar valores culturais, difundir costumes e apresentar os avanços modernos, como por exemplo, o automóvel, o avião, os edifícios e as formas de vivência, cada vez mais urbanas. Considerando-se a inexistência da televisão, a pequena abrangência do rádio, as dificuldades na impressão gráfica de fotografias e o fato de a população, naquele momento, ser, na maioria, formada por iletrados, torna-se possível compreender a ilustração desenhada como um meio privilegiado de comunicação.

Entre os ilustradores e caricaturistas cariocas desta época destaca-se J.Carlos (1884/1950), com uma extensa e brilhante obra, e nela, observa-se a importância que o artista deu à figura feminina. Seus desenhos estiveram em várias revistas, como: *"Careta"*, *"O Malho"*, *"Para Todos..."*, *"O Cruzeiro"*, *"Tico-tico"* entre outras, produzindo um registro da sociedade da então capital federal do Brasil.

Neste panorama foram escolhidas como objeto de análise as ilustrações feitas por J.Carlos para as capas da revista *"Para Todos..."* entre os anos de 1922 a 1931 e nestas, deu-se ênfase ao estudo das estratégias visuais utilizadas pelo artista para desenhar a figura feminina.

Este trabalho é de cunho exploratório, tendo sido utilizado, principalmente, o acervo de revistas disponíveis no site *"Jota Carlos em revista"*. Quanto aos meios trata-se de um estudo bibliográfico e documental, tendo como principal embasamento teórico os estudos de DONDIS (2003) sobre técnicas de comunicação visual e os textos de FONSECA (1999); LAGO (2001); LIMA (1963) e TEIXEIRA (2005) sobre o desenho de humor.

Foi possível perceber diferentes formas de representação da figura feminina, de acordo com o cenário, temática e demais personagens em cena. Transitando entre o real e a caricatura, J.Carlos desenvolveu diferentes representações para contextos variados. Seus desenhos, oscilando entre o tangível e o ilusório, possibilitam diversas leituras, sendo possível dizer que tanto incentivaram como questionaram os novos papéis destinados às mulheres naquele momento.

Palavras-chave: Comunicação visual; ilustração; revista; figura feminina; J.Carlos.

ABSTRACT

The illustrated magazines produced in the first half of the 20th century in Rio de Janeiro had an important role in the spread of cultural values, customs and in the introduction of modern advances, such as the car, the airplane, the buildings and the increasingly urban way of life. Considering the nonexistence of television; the limited radio broadcasting; the difficulties in graphic printing of photographs; and the fact that the majority of the population was composed of illiterate people at that moment, it can be easily understood why drawn illustration was a privileged means of communication. Among the illustrators and caricaturists in Rio de Janeiro during that period, J. Carlos (1884-1950) stands out with an extensive and brilliant work. In his work, it can be noticed the importance given to the female figure. His drawings were published in several magazines, such as: "*Careta*", "*O Malho*", "*Para Todos...*", "*O Cruzeiro*", "*Tico-tico*" among others, which produced a record of the society of the federal capital of Brazil at that time. In this scenario, the illustrations made by J. Carlos for the covers "*Para todos ...*" magazine between the years of 1922 and 1931 were chosen as the object of analysis. Emphasis was given to the study of visual strategies used by the artist to draw the female figure for the covers published in that period. This study has an exploratory approach for which the collection of journals available on the web site "*Jota Carlos em revista*" was mainly used. As to the means, it is a bibliographical and documentary study mostly based on theoretical studies carried out by DONDIS (2003) on techniques of visual communication and texts written by FONSECA (1999); LAKE (2001); LIMA (1963) and TEIXEIRA (2005) on humor drawing. It could be perceived different forms of representation of the female figure, according to the scenario, theme and other characters in the scene. Moving between the real and the caricature, J. Carlos developed different representations for different contexts. Oscillating between the tangible and the illusory, his drawings enable various readings, so that it is possible to say that not only did they encourage but also questioned the new women's roles at that moment.

Key-words: Visual Communication; illustration; magazine; female figure; J. Carlos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1:	Capa de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 436, de 23 de Abril de 1927.....	16
Figura 2:	Paródia feita para a capa de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 436.	16
Figura 3:	Capa de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 571, de 1929.....	22
Figura 4:	J.Carlos Foto s/d	24
Figura 5:	Primeira charge de J.Carlos.....	25
Figura 6:	Assinatura de J.Carlos	26
Figura 7:	Cena no bonde.....	27
Figura 8:	Desenho de Título de Seção em “ <i>O Malho</i> ”	30
Figura 9:	Personagens Jujuba e seu pai, Carrapicho.....	32
Figura 10:	Primeira aparição da Negrinha Lamparina em “ <i>O Tico-Tico</i> ”	32
Figura 11:	Anúncio em “ <i>Careta</i> ”, de 1917.	37
Figura 12:	Fotografia de Augusto Malta – Avenida Central, em 1910.....	39
Figura 13:	Contraste entre os bairros nobres e pobres.	43
Figura 14:	Cartum (autor desconhecido).....	44
Figura 15:	Cartum (autor desconhecido).....	44
Figura 16:	Propaganda de um piano falso	45
Figura 17:	Cartum de Di Cavalcanti	46
Figura 18:	Charge em “ <i>Careta</i> ”, de 1927.....	48
Figura 19:	“ <i>Folha de São Paulo</i> ”, 28 de Agosto de 2008.	51
Figura 20:	“ <i>Diário de Pernambuco</i> ”, 6 de Outubro de 2011.	51
Figura 21:	Áudio na Revista “ <i>Playboy</i> ”.....	53
Figura 22:	Telas do site Jota Carlos em Revista.....	54
Figura 23:	“ <i>Revista Ilustrada</i> ” nº1, de Janeiro de 1876.....	57
Figura 24:	Revista “ <i>Ilustração do Brasil</i> ”, nº1, de 29 de Julho de 1876.	60
Figura 25:	Lula e Dilma em charge de Mauricio Ricardo - 10 de Janeiro de 2013...	62
Figura 26:	J.Carlos em “ <i>O Malho</i> ” nº 1052, de 1922.....	64
Figura 27:	O traço de J.Carlos	65
Figura 28:	Melindrosas e o automóvel. Capa de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 490, de 1928.	67
Figura 29:	Cartaz publicitário de Chéret, 1899.....	70
Figura 30:	Litografias de Mucha, 1896 e de Lautrec, 1891.	71
Figura 31:	A saia do pavão real - ilustração de Beardsley para Salomé, 1893.	73
Figura 32:	Capa de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 406, de 1926.....	74
Figura 33:	Figuras de Gavarni e Hérouard.....	75
Figura 34:	O índio, o samba e a melindrosa.....	77
Figura 35:	A datilógrafa, charge em “ <i>Para Todos...</i> ” nº500, de 1928.	80
Figura 36:	Proporções da figura em “ <i>O Tico-tico</i> ” e em “ <i>Para Todos...</i> ”	83
Figura 37:	Esquema clássico de desenho do corpo feminino.	83
Figura 38:	Tipos físicos e proporções no desenho.....	84
Figura 39:	Proporção com duas cabeças.....	85
Figura 40:	Ilustração de Arthur de Pins.....	85
Figura 41:	Capas de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 383, de 1926 e nº 471, de 1927.....	86
Figura 42:	Paleta de cores nas capas de “ <i>Para Todos...</i> ”	87
Figura 43:	Capas de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 412 e nº 413, de 1926.....	88
Figura 44:	Capas de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 431 e nº 432, de 1927.....	89
Figura 45:	Capas de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 434 e nº 431, de 1927.....	90
Figura 46:	Capas de “ <i>Para Todos...</i> ” nº 450, de 1927 e nº 494, de 1928.....	90
Figura 47:	Renné Magritte, “ <i>Les Valeurs Personelles</i> ”, s/d.....	92

Figura 48: Propaganda do Fusca, de 1960.....	93
Figura 49: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº393 e nº407, de 1926.....	94
Figura 50: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº477, de 1928.....	94
Figura 51: Obra de Jacson Pollock, " <i>Mural</i> ", de 1943.	98
Figura 52: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº 578 e nº580, de 1930.....	99
Figura 53: Obra de Wasily Kandinsky, " <i>White Cross</i> ", 1922.	99
Figura 54: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº 460, de 1927.....	100
Figura 55: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº 469 e 470, de 1927.....	101
Figura 56: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº411, de 1926.....	104
Figura 57: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº575, de 1929.....	106
Figura 58: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº 380 e nº385, de 1926.....	106
Figura 59: Charge e página fotográfica em " <i>Para Todos...</i> " nº 278, de 1924.	108
Figura 60: Charge e página fotográfica em " <i>Para Todos...</i> " nº 289, de 1924.	109
Figura 61: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº 591 e nº 608, de 1930.	110
Figura 62: Cartum em " <i>Para Todos...</i> " nº 214, de 1923.....	112
Figura 63: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº 437, de 1927.....	114
Figura 64: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº 401, de 1926, e nº 462, de 1927.....	115
Figura 65: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº 384 e nº 416, de 1926.....	116
Figura 66: Capa de " <i>Para Todos...</i> ", nº475, de 1928.....	116
Figura 67: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº496, de 1928.....	117
Figura 68: Cobertura de Carnaval em " <i>Para Todos...</i> " nº480, p.22, de 1928.	121
Figura 69: Profusão na ilustração carnavalesca.....	122
Figura 70: Charge em " <i>Careta</i> ", 1935	122
Figura 71: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº584 e 586 de 1930.....	123
Figura 72: Capa de " <i>Para Todos...</i> ", nº 425, de 1927.....	124
Figura 73: Capas de Carnaval, " <i>Para Todos...</i> ", nºs 426,427,428 e 429, de 1927. 126	
Figura 74: Capa de " <i>Para Todos...</i> ", nº 612, de 1930.....	128
Figura 75: Charge em " <i>Para Todos...</i> " nº492, de 1928.	129
Figura 76: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº476, de 1928 e nº616, de 1930.....	130
Figura 77: Verão em Copacabana, " <i>Para Todos...</i> " nº364, de 1925.	132
Figura 78: Charge em " <i>Careta</i> ", de 1935.	133
Figura 79: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº569, de 1929.....	135
Figura 80: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº 424, de 1927.....	136
Figura 81: Atriz brinca na praia, com um peixe de borracha.	137
Figura 82: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº 421, de 1927.....	137
Figura 83: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº de 1928.	138
Figura 84: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº 395, de 1926 e nº 455, de 1930.....	139
Figura 85: Capas de " <i>Para Todos...</i> " nº398, de 1926 e nº 611, de 1930.....	139
Figura 86: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº392, de 1926.....	140
Figura 87: Capa de " <i>Para Todos...</i> " nº 393, de 1926.....	141
Figura 88: Capa de " <i>Para Todos...</i> ", nº 409 de 1926.....	142

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	16
2.	J.CARLOS, O CRONISTA VISUAL	24
3.	RIO DE JANEIRO, A CIDADE QUE QUERIA SER PARIS	34
4.	A MÍDIA REVISTA.....	49
4.1	REVISTAS NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX.....	55
4.1.1.	CARICATURA, CHARGE E CARTUM	60
5.	A REVISTA “ <i>PARA TODOS...</i> ” E AS ILUSTRAÇÕES DE J.CARLOS	64
5.1.	ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO VISUAL	69
5.1.1	A MULHER EM “ <i>PARA TODOS...</i> ”: CARICATURA OU REALIDADE?	74
5.1.2.	A ESCALA: PEQUENOS HOMENS, GRANDES MULHERES?	91
5.1.3.	PROFUSÃO: O RUÍDO MODERNO	95
5.2.	PERSONAGENS, CENÁRIOS E TEMÁTICAS	101
5.2.1.	CASAMENTO E FILHOS	102
5.2.2.	A MELINDROSA E O ALMOFADINHA	110
5.2.3.	CARNAVAL	118
5.2.4.	CIDADE, CARROS, AUTOMÓVEIS, PROGRESSO.....	127
5.2.5.	PRAIA.....	130
5.2.6.	FANTASIA E SEDUÇÃO.....	138
6.	CONSIDERAÇÕES FINAIS	143
	REFERÊNCIAS.....	147
	ANEXO 01.....	154

Para Todos



ANNO LXIV 424
29 JANUO 1927
CAPITOLO 10000

1. INTRODUÇÃO

A Revista *“Para Todos...”*, produzida na primeira metade do século XX no Rio de Janeiro, teve José Carlos de Brito e Cunha, como principal designer e ilustrador.

J.Carlos, como ficou conhecido, ilustrou várias outras revistas da época, entre as quais, *“O Malho”*, *“Careta”*, *“O Tico-Tico”* e *“O Cruzeiro”*, produzindo através de seus desenhos um registro da sociedade da então capital federal do Brasil.

O interesse sobre a obra de J.Carlos iniciou-se durante a elaboração do trabalho de conclusão da pós-graduação em Artes Visuais e Cultura, cursada no SENAC em 2010. A pesquisa foi desenvolvida a partir de um trabalho prático em que foi feita uma paródia sobre a capa da Revista *“Para Todos...”* Nº436, de 23 de Abril de 1927. (**Figura 1** e **Figura 2**)

Figura 1: Capa de *“Para Todos...”* nº 436, de 23 de Abril de 1927.



Fonte: SOBRAL (2005 p. 139)

Figura 2: Paródia feita para a capa de *“Para Todos...”* nº 436.



Fonte: ALENCASTRO (2010)

A paródia foi produzida a partir de referências de obras de arte do movimento Dadaísta, que incluem recortes e colagens visando à desconstrução de outras obras como, por exemplo, o bigode na *Monalisa*, na obra *“L.H.O.O.Q”* de 1919, de Marcel Duchamp. Assim, o trabalho foi executado com colagem produzindo

novos sentidos, numa proposta de investigação sobre os significados da capa de J.Carlos.

Do ponto de vista da composição plástica, a capa desenhada por J.Carlos apresenta uma grande quantidade de elementos gráficos. Uma fartura de itens que compõem um ritmo visual dinâmico. Porém, nesta profusão de elementos é possível encontrar uma ordem e, ao mesmo tempo, vivenciar um movimento intenso. Este recurso foi utilizado em várias outras capas de *"Para Todos..."*. Na maioria delas foi possível perceber a importância dada à figura feminina neste cenário de profusão e observar diferentes formas visuais com que foi representada. Ora de forma caricatural, ora de forma mais realística.

A relação entre a mulher e as outras personagens nas cenas trouxe também mais algumas perguntas sobre as escolhas gráfico-visuais de J.Carlos, pois, logo de início, percebe-se o uso de escalas inusitadas para representação de figuras num mesmo plano, por exemplo: onde homem e mulher deveriam ter tamanhos semelhantes, isto não acontece e, assim, a mulher pode estar muito maior ou muito menor do que outras figuras na página.

Observar a imagem da mulher desenhada por J.Carlos nas capas de *"Para Todos..."* e analisar as estratégias visuais empregadas pelo artista sob um olhar comunicacional é o objetivo geral do presente trabalho.

A experiência própria como profissional da área de Design Gráfico e professora da disciplina de Composição Gráfica, direcionou a investigação para as questões que se originam na escolha dos elementos visuais e das técnicas que os organizam. Trata-se assim, de pensar o que as imagens de J.Carlos poderiam estar dizendo, olhando-as a partir de sua estrutura.

Para tanto, o embasamento se deu por meio dos estudos de Dondis (2003). Em seu texto *"Sintaxe da linguagem visual"*, embora deixe claras a dificuldade e a inadequação em comparar o alfabetismo verbal com qualquer possibilidade de sistematização para uma linguagem visual, ainda assim, propõe uma espécie de gramática que pode auxiliar a compreensão e a produção de mensagens visuais. O autor comenta o fato de o sistema educacional, de um modo geral, enfatizar desde cedo o modo verbal e desprezar "o caráter esmagadoramente visual da experiência de aprendizagem da criança" (Dondis, 2003, p. 17) deixando de lado o restante da sensibilidade humana. Contribui para isto também, a forma como as artes são tratadas no meio educacional: enfocadas apenas como recreação, estão relegadas

ao não intelectualismo. Assim, do ponto de vista da comunicação visual, “os juízos relativos ao que é adequado e eficaz” (DONDIS, 2003, p.17) na emissão de mensagens, acaba frequentemente se dando de maneira subjetiva, nem sempre alcançando, por parte do receptor, a compreensão esperada.

Em linhas gerais, na abordagem de Dondis (2003) são levados em consideração elementos básicos que estruturam as composições:

que podem ser aprendidos e compreendidos por todos os estudiosos dos meios de comunicação visual, sejam eles artistas ou não, e que podem ser usados em conjunto com técnicas manipulativas, para a criação de mensagens visuais claras. O conhecimento de todos esses fatores pode levar a uma melhor compreensão das mensagens visuais. (DONDIS, 2003, p.18)

Corroborando com os estudos da psicologia *Gestalt*¹, Dondis (2003) propõe que exista um “sistema visual, perceptivo e básico, que é comum a todos os seres humanos” (DONDIS, 2003, p. 19), embora o alfabetismo visual jamais possa ser um sistema lógico e preciso, mesmo porque a percepção dos indivíduos sofre condicionamentos culturais e influências dos ambientes.

Portanto, é necessário conhecer o contexto histórico-social do momento em que foram produzidas as ilustrações que serão observadas. Para isto, no segundo capítulo faz-se um estudo sobre a vida de J.Carlos e sua obra, revelada através das várias revistas que ilustrou, verificando as especificidades de cada perfil editorial. Observa-se aí, mais do que o simples desenhista, o cronista visual, que traça o panorama completo de muito do que aconteceu na primeira metade do século XX no Rio de Janeiro, nesta época, a capital federal.

Objetiva-se, também, dar visibilidade ao trabalho de J.Carlos no âmbito dos estudos de Comunicação, já que seu trabalho, até então, tem sido focalizado somente em áreas mais específicas do desenho com interesse nas caricaturas, como acontece nos textos do Cassio Loredano (1998; 1999; 2002), caricaturista da atualidade que se dedica à pesquisa da caricatura brasileira.

Do ponto de vista do Design Gráfico, o pouco conhecimento sobre a obra de J.Carlos deve-se ao fato de que, durante muito tempo, considerou-se como gênese da profissão de Design no Brasil a sua instituição oficial a partir de 1963, com a

¹ Os estudos de psicologia *Gestalt* tiveram como precursor o filósofo vienense Von Ehrenfels, no final do século XIX. Por volta de 1910, foram retomados por Max Wertheimer, Wolfgang Kohler e Kurt Kofka, que deram contribuições relevantes aos estudos da percepção visual e da forma, através de diversas pesquisas experimentais. (GOMES FILHO, 2003, p.18)

criação da Escola Superior de Desenho Industrial, no Rio de Janeiro. É o trabalho de Julieta Sobral (2007) que vem revelar o papel de J.Carlos como designer gráfico. Em “*O Desenhista Invisível*”, Julieta esmiúça as composições de página, os recortes de imagens, a evolução do uso da fotografia impressa, o desenho de tipografias e as manifestações da produção Art Déco² na obra gráfica do artista explicando, logo de início, que estas manifestações foram tratadas durante muito tempo como uma espécie de “primo pobre”, “ocupando um lugar à margem” (SOBRAL, 2007, p.19) na história gráfica e artística brasileira. Assim: “a vitória política do Modernismo como legislador único das manifestações culturais, legitimou-o como construtor da história, cabendo-lhe a tarefa de selecionar o quê nela deveria figurar.” (SOBRAL, 2007, p.19).

No entanto, segundo a autora, a estética Art Déco instalou-se nos objetos mais populares da cultura como o cinema, a fotografia e o design gráfico, deixando para a arquitetura, as artes plásticas e a literatura a influência mais profunda da “austeridade racional e ascética dos movimentos modernistas”. (SOBRAL, 2007, p. 19).

O estilo Art Déco no contexto do Rio de Janeiro é apresentado por Márcio Roiter (2011) que, assim como Julieta Sobral, denuncia o preconceito quanto ao estilo: “por que os modernistas esnobavam o Art Déco?” (ROITER, 2011, contracapa) Segundo ele, porque os adeptos desse estilo “nunca se envergonharam de sua função decorativa ágil, original e atrevida” (ROITER, 2011, contracapa) enquanto os modernistas tinham por ideal a limpeza das formas e o desprezo pelos ornamentos.

Marcio Roiter (2011) destina um capítulo do livro para tratar da obra de J.Carlos explicando sua importante ligação com o estilo no âmbito carioca: “com verdadeiras aulas de um Art Déco carregado de charme e de humor, J.Carlos disseminou o estilo em todas as classes sociais entre os apreciadores de seus desenhos.” (ROITER, 2011, p.205).

Foi, portanto, este posicionamento “modernista” comprometido com a tirania contra os ornamentos que por muito tempo expulsou da memória artística brasileira o trabalho de profissionais como J.Carlos, Manuel Móra, Voltolino, Raul Pederneiras,

²Art Déco – Embora a exuberante decoração do Art Déco fosse criticada pelos seguidores do modernismo mais austero eles compartilhavam o gosto pela máquina, pelas formas geométricas e pelos novos materiais e tecnologias. DEMPSEY, Amy. *Estilos, escolas e movimentos*. Guia enciclopédico da arte moderna. São Paulo, Cosac & Naify, 2003. p.135

K.Lixto entre outros, assim como privilegiou apenas os trabalhos de artes plásticas de alguns, como Di Cavalcanti, embora este tenha tido também importante papel nas artes gráficas e na caricatura.

É por meio dos textos de Rafael Cardoso que se tem um panorama do Design Brasileiro. No livro mais antigo do autor, *“Uma introdução à história do design”*, que teve sua primeira edição em 1999, embora a abordagem seja sobre a história do design de um modo geral, o próprio autor revela que o livro “lança um olhar escancaradamente brasileiro sobre o tema.” (CARDOSO, 2008, p.12).

Neste trabalho, Cardoso (2008) já apresenta alguns dos percursos do design anteriores à sua instituição oficial no país e indica o grande dinamismo da imprensa brasileira do início do século XX, onde, segundo ele, “a figura do ilustrador J.Carlos paira imponentemente sobre o design de periódicos dessa época.” (CARDOSO, 2008, p. 102).

Em outro livro, *“O Design brasileiro antes do design”*, ele é organizador de uma coletânea de textos que visa apresentar a produção de impressos anteriores ao design oficializado. Neste livro foi possível fazer-se o primeiro contato com a obra de J.Carlos e com a revista *“Para Todos...”* no texto de Julieta Sobral (2005, p.124-159) *“J.Carlos, designer”*. Este texto é parte da obra já citada acima, *“O Desenhista Invisível”* no qual a autora analisa as composições gráficas e as ilustrações de J.Carlos em várias revistas.

A obra gráfica de J.Carlos, “tesouro do Art Déco brasileiro” nas palavras de Julieta Sobral (2007, p.52) permite e, ao mesmo tempo, sugere que se observe o contexto da cidade do Rio de Janeiro, considerando-se sua importância como capital federal.

Assim, no terceiro capítulo, verificam-se as importantes transformações urbanas efetivadas pelo governo federal e pela prefeitura da cidade, durante o período em que J.Carlos atuou. Observa-se a influência dos costumes europeus e os novos modos de vida da sociedade carioca, cada vez mais urbana e menos agrária. Aqui, além da pesquisa histórica, embasada por ENDERS (2009), EDMUNDO (1957) e SEVCENKO (1998), o foco é não somente a revista *“Para Todos...”*, mas também as diversas revistas da modernidade carioca, especialmente *“O Malho”* e *“Careta”*, onde J.Carlos atuou como caricaturista, analisando e criticando a sociedade carioca, a política, os costumes e os fatos por meio de suas charges e caricaturas.

No quarto capítulo estuda-se a mídia revista na Comunicação de um modo geral e a importância que teve, durante o início do século XX, no sentido de situar o cidadão dentro das demandas da modernidade. Apresenta-se o desenvolvimento da indústria gráfica e o momento auge das revistas ilustradas no período. Verifica-se o papel da ilustração desenhada, antes da popularização da fotografia nos meios impressos. Observa-se, mais à frente, a convivência entre ilustração desenhada e fotografia e os papéis destinados a cada expressão.

No conjunto de revistas ilustradas do início do século XX e entre todas aquelas que contaram com trabalhos de J.Carlos, escolhe-se *"Para Todos..."*, pela extensão da obra que contou com mais de duzentos exemplares, só no período em que J.Carlos foi, além de ilustrador, também diretor de arte. Este período, que vai de 1922 até 1930, está disponível em arquivos digitalizados via internet, motivando também a escolha desta revista e período como corpus para a pesquisa.

Em seguida são observadas mais especificamente as revistas brasileiras na primeira metade do século XX. Destaca-se a ilustração desenhada e seus usos mais frequentes como, por exemplo, a caricatura, a charge e o cartum. Compreende-se então, a importância de J.Carlos como caricaturista e chargista, considerado por Herman Lima (1963) como o mais importante artista do lápis na primeira metade do século XX.

No quinto capítulo faz-se um estudo da revista *"Para Todos..."* dando enfoque às temáticas de suas capas, com destaque para a figura feminina. A abordagem pelo viés da comunicação visual tangencia os estudos de gênero, embasando-se nos textos de Susan Besse (1999) e Raquel Soihet (2005; 2008).

Cabe ressaltar que, embora o objetivo deste trabalho não sejam os estudos de gênero, para se buscar significados nas escolhas visuais de J.Carlos é necessário entender sua relação com o papel da mulher na sociedade da época.

Após a verificação do contexto da época, da cidade, da revista e da mulher passa-se a uma análise das estratégias de comunicação visual empregadas com mais frequência por J.Carlos nas capas da Revista *"Para Todos..."*. São investigados os tipos de representações que ele utilizou, quando e por quê. Quando esteve próximo ao tratamento caricato ou distante dele.

Percebe-se, então, que é neste sentido que a obra de J.Carlos se colocou com máxima intensidade. Trabalhando em vários tipos de revistas, ele soube diferenciar seu traço entre a caricatura política e social mais frequente em *"O Malho"*

e a sutileza das figuras desenhadas em *"Para Todos..."* Em ambas tratou de representar a figura feminina. Mas o fez, em geral, de formas bem diferentes. Em *"Para Todos..."* também usou, algumas vezes, o recurso da comicidade, mas sua sátira limitou-se a imagens sutis, quase infantis, como as que ele desenhou para *"O Tico-tico"*. Raras foram as vezes em que a página conteve outro texto que não fosse o nome da revista. E o nome, com tipografias desenhadas por ele, participou das peripécias da musa, mergulhando ou voando com ela, envolvendo-a como bolhas de sabão ou como uma folha que rodopia ao vento.

Figura 3: Capa de *"Para Todos..."* nº 571, de 1929.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Inebriar o leitor num mundo de grafismos pareceu ser com frequência a sua proposta em *"Para Todos..."*, por isso utilizou-se o conceito de profusão, apresentado por Dondis (2003) como técnica visual, para análise de algumas dessas capas.

A partir do conceito de exageração, também proposto por Dondis (2003) e sua contrapartida a minimização, foram estudadas as relações entre a figura feminina e outros personagens na página.

Estes conceitos são retomados por João Gomes Filho (2003) como um sistema de leitura visual da forma.

Como não poderia deixar de ser, os personagens mais famosos de J.Carlos, a melindrosa e o almofadinha, aparecem juntos em cenas mudas que significam mais do que muitos diálogos, colocando visualmente as questões prementes da sociedade de então. A técnica de exageração/minimização ou de escala, como também pode ser chamada, embasa a análise de muitas destas cenas.

O estudo das diferenças e similaridades nas diversas representações que fez da figura feminina, sua relação com o contexto das revistas e da sociedade da época e o seus significados, transmitidos visualmente, é a questão central desta pesquisa.

No que tange aos procedimentos metodológicos, de acordo com a classificação proposta por Gil (1996) este trabalho é uma pesquisa exploratória e descritiva. Exploratória, pelo estudo do acervo de capas da revista através do site www.jotacarlos.org (onde também está disponível todo o conteúdo interno das revistas), com o intuito de obter novas possibilidades de interpretação dos textos visuais. Neste sentido, é também um trabalho descritivo porque se faz o estudo das características principais dos desenhos, bem como um levantamento de cenários e costumes retratados por eles. Quanto aos meios utiliza-se a investigação bibliográfica e documental em livros e no acervo de revistas disponíveis em órgãos públicos (Memória Gráfica Nacional, Arquivo Nacional, Biblioteca Nacional, Arquivo da Cidade do Rio de Janeiro, Museu da Casa de Rui Barbosa) estando grande parte deste acervo já digitalizado e disponível na internet.



2. J.CARLOS, O CRONISTA VISUAL

José Carlos de Brito e Cunha (**Figura 4**) nasceu em 18 de Junho de 1884, no bairro de Botafogo, na zona sul do Rio de Janeiro. Depois residiu durante muitos anos no bairro da Gávea.

Órfão de pai aos quatro anos de idade, J.Carlos foi criado pela mãe e teve dois irmãos, um que se formou médico, outro almirante e uma irmã, catedrática da Escola Nacional de Música. Ele, o único que não completou os estudos, foi autodidata no desenho. Teve seu primeiro desenho publicado em 1902, em “*O Tagarela*” — uma charge representando o diálogo entre o presidente Campos Sales e o Tio Sam — e não parou mais de desenhar, até o fim de sua vida.

Figura 4: J.Carlos Foto s/d



Fonte: J.Carlos a figura da capa, 2009.

A ideia de satirizar as condições lastimáveis em que se encontrava a cidade, antes que o plano remodelador do Prefeito Pereira Passos entrasse em ação, foi executada num desenho caprichado, que enviou, sem muitas esperanças, à redação de “*O Tagarela*”. Sua surpresa foi grande quando o mandaram chamar na redação do jornal, onde então trabalhavam caricaturistas já consagrados, entre os quais, Raul Pederneiras e K. Lixto, entre outros. Já no final de sua vida, J.Carlos contava o episódio dado como a semente de sua carreira:

Eu era ainda um colegial. Por brincadeira, tendo desenhado um boneco qualquer, resolvi manda-lo a um jornal. [...] Receberam meu desenho. Acharam horrível, como era de esperar. Entretanto, chamaram-me ao jornal para conhecer o papel e a tinta então usados pela gravura ainda muito primitiva. O mais interessante é que o meu

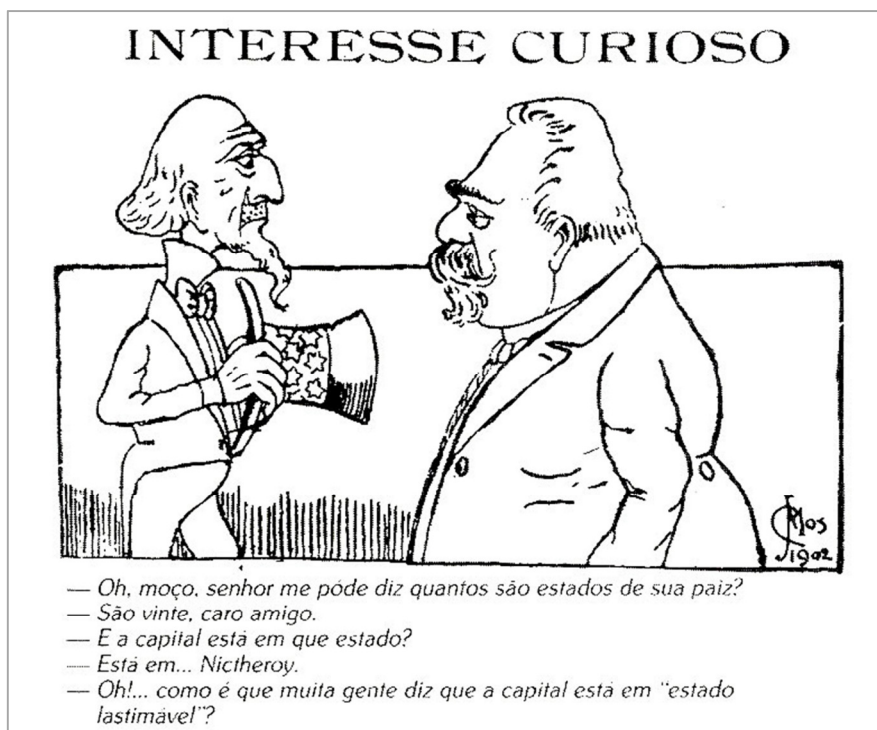
desenho foi publicado. Naturalmente senti-me encorajado para mandar outros. Aquilo foi a semente. (Palavras de J.Carlos, s/d em: ARESTIZÁBAL, 1984, p.47).

A representação de Campos Sales neste seu primeiro desenho (**Figura 5**) tinha sido parecida com a de Angelo Agostini, mas a publicação com a ressalva de que se tratava do “desenho de um principiante” já pressupunha que o artista tinha futuro. (LOREDANO, 2002, p.10)

Assim, um mês depois de sua charge ser publicada, J.Carlos era convidado a trabalhar como desenhista em “O Tagarela” e, um ano depois já assinava a sua capa:

A evolução rápida do bisonho estreante foi qualquer coisa de extraordinário, talvez única na história da nossa caricatura, pois em pouco menos de um ano, já em abril de 1903, assinava capas para aquele semanário, o que equivalia a um privilégio somente outorgado aos mestres consagrados. (COTRIM, 1985, p.22)

Figura 5: Primeira charge de J.Carlos.



Fonte: Publicada em “O Tagarela” de 25 de Agosto de 1902 – LOREDANO, 2002, p.11.

Em 1908, J. Carlos passa a colaborar na primeira edição da revista “*Careta*”, participando nesta publicação até 1921 e depois de 1935 até o final de sua vida, sendo esta revista uma das revistas mais importantes em sua carreira.

A partir daí sua existência se mescla definitivamente com a vida das redações. No dizer de Loredano (2002, p. 27) “uma vida pobre, paupérrima de episódios extrarredações”.

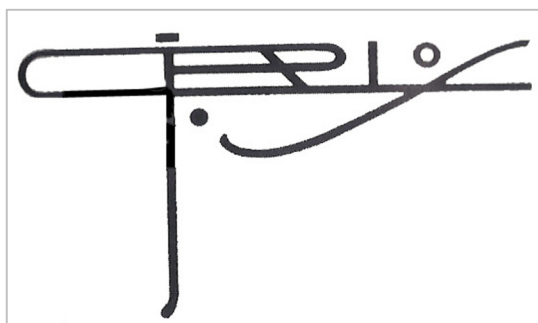
J.Carlos casou-se em 1914 e teve cinco filhos. Depois construiu uma casa, no Humaitá, numa pequena rua que hoje tem o seu nome.

Reuniu a mulher e os três filhos e, com a maior cerimônia do mundo, quase religiosa, mas que não deixava de ser também um bocadinho zombeteira apontou e enfiou na terra a ferramenta de trabalho [um lápis] e sobre esta “pedra” fundamental edificou a casa da família. (LOREDANO, 2002, p.50)

Poucas foram as vezes em que saiu da cidade. Mesmo diante do convite de Walt Disney, que esteve no Brasil em 1941, J.Carlos foi irredutível e não aceitou trabalhar em seus Estúdios, nos Estados Unidos. A historiadora Isabel Lustosa, o caricaturista Cassio Loredano e o filho do artista, falam sobre o episódio no documentário “*J.Carlos, a figura da capa*” (2009). Loredano explica que a figura do papagaio Zé Carioca, produzida posteriormente por Disney deveu-se a uma ilustração de J.Carlos, feita para a capa da Revista “*Careta*” dessa época.

Sua vida foi — pode-se assim dizer — uma homenagem ao Rio de Janeiro, cidade onde nasceu, viveu e morreu. Na configuração gráfica de sua assinatura está contida a palavra Rio. (**Figura 6**) Algo que não se pode pensar que fosse por mero acaso.

Figura 6: Assinatura de J.Carlos



Fonte: SOBRAL, 2007. Contracapa.

Algumas vezes, utilizou pseudônimo: Hironnelle, no “*Filhote de Careta*”, Leo, em “*O Malho*” e Nicolau em “*Tico-tico*”. Desenvolveu também um monograma com as letras J e C que podia facilmente ser impresso espelhado, quando havia a necessidade de duplicar simetricamente uma figura na página, recurso que usou com frequência, principalmente em “*Para Todos...*”.

J. Carlos soube traduzir o espírito carioca através dos tipos que criou. Dentro do bonde, a caminho do trabalho, tirava inspiração para seus desenhos e sátiras.

J.Carlos [...] cansou-se de dizer que o seu laboratório era o bonde. Dentro eram as últimas gírias e modas, os bons e os maus humores, olhares, taras, recatos e procedimentos menos honestos. Fora era a cidade, a água e o verde, o horizonte e o gnaisse dos morros, o andar tão seu dessa gente tão à vontade, tão dona da terra. (LOREDANO, 2002, p.22)

A biografia escrita por Loredano (2002) já traduz no título – “*O Bonde e a Linha*” – a importância dessa vivência cotidiana como material de inspiração para sua crônica visual.

Como exemplo, a **Figura 7** apresenta uma situação inesperada. Numa época em que os negros, recém-saídos da escravidão, ainda estavam fortemente ligados aos estereótipos de banditismo, a imagem apresenta a cena inversa, onde a mulher negra é, justamente, a vítima do assalto.

Figura 7: Cena no bonde



Fonte: Documentário A figura da Capa

A sua crítica social e política é tão importante neste período quanto foi a de Angelo Agostini no século XIX. Sua produção gráfica:

Cobre a República Velha e o Estado Novo, duas guerras mundiais, o entre guerras, a guerra espanhola e, depois, o início da guerra fria, tudo que aconteceu em meio século com a planta do Rio de Janeiro, a substituição da regata pelo futebol na paixão nacional, as transformações das modas no vestuário e no mobiliário, nos costumes e o advento dos edifícios, do automóvel, da cozinha a gás, do cinema e da televisão, etc. (LOREDANO, 2002, p. 12).

Cabe destacar que a obra de J.Carlos está ligada à importância que tiveram as revistas e a ilustração a partir da segunda metade do século XIX e durante primeira metade do século XX no Brasil.

Diferentemente dos artistas plásticos, entre pintores, gravuristas e escultores, que produziam obras únicas, os artistas gráficos não tiveram claramente o status de artistas, embora tenham tido papel fundamental como comunicadores visuais numa época em que a sociedade brasileira, composta por maioria de iletrados, se via ávida por informações, que orientassem sua conduta e modos de ser num mundo abalado por uma avalanche de novidades tecnológicas como o automóvel e o avião, só para citar algumas.

Grande quantidade de revistas era publicada no período. Com as técnicas de impressão por zincogravura a ilustração tornara-se mais facilmente produzida, enquanto isso, a fotografia ainda era um processo caro e de produção trabalhosa, o que dava ao desenho uma importância como ferramenta comunicativa.

A zincogravura substituiu com vantagem a gravura em pedra, madeira ou metal, livrando o desenhista das goivas, pontas-secas e ácidos, materiais empregados nestas técnicas. O traço podia então ser preparado no papel e gravado diretamente no clichê, sem ter que fazer a inversão da imagem.

J.Carlos colaborou com cartuns, charges e caricaturas³ para várias revistas da época: “*O Tagarela*” (1902 a 1903); “*A Avenida*” (1903 a 1904); “*O Malho*”, “*Século XX*”, “*Leitura Para Todos...*”, “*O Tico-Tico*”, “*Almanaque de O Malho*”, “*Almanaque do Tico-Tico*” (de 1905 a 1907); “*Fon-Fon!*” (1907 a 1908); “*Careta*” (1908 a 1921 e de 1935 a 1950); “*O Filhote de Careta*” (1910 a 1911); “*O Juquinha*”,

³ Caricatura, charge, cartum – Segundo a classificação proposta por Fonseca (1999, p.26) A caricatura propriamente dita, é a caricatura pessoal (retrato de uma pessoa real, desenhado de forma estilizada). Charge e cartuns são outras manifestações da caricatura, sendo que o cartum é atemporal, enquanto que a charge satiriza um acontecimento específico, um fato político, uma situação datada.

(1912 a 1913); “*D. Quixote*”, “*A Cigarra*”, “*A Vida Moderna*”, “*Revista Nacional*”, “*Eu Sei Tudo*” e “*Revista da Semana*” (1918 a 1921). Entre 1922 e 1930 foi, além de ilustrador e cartunista, também diretor de arte das revistas “*Para Todos...*”, “*Ilustração Brasileira*”, “*O Malho*”, “*Tico-tico*”, “*Cinearte*” e “*Leitura para todos*”.

A “*Careta*” foi, talvez, a publicação mais importante na carreira de J.Carlos, tendo sido ele convidado a trabalhar com exclusividade para esta revista, desde o primeiro número, publicado em 6 de Junho de 1908, já desenhando sua primeira capa. “*Careta*” tinha o objetivo de fazer concorrência a “*O Malho*” onde J.Carlos trabalhava nessa época. Assim, foi contratado para ser seu ilustrador exclusivo, dando vida e importância à publicação.

Contando, desde o início, com a colaboração inconfundível de J.Carlos, cujo longo e brilhantíssimo labor artístico praticamente se confunde com a vida dessa revista, [“*Careta*”] tornou-se popular como nenhuma outra, encontrada nos engraxates, barbeiros, consultórios, etc. (SODRÉ, 1999, p.302).

J.Carlos trabalhou em “*Careta*” de 1908 até 1922, quando se afastou para dirigir as revistas da empresa O Malho S.A., e de 1935 até sua morte, em 1950. Na revista “*Careta*” compôs um painel gráfico, registrando, com cerca de dez a vinte desenhos por edição, os principais acontecimentos políticos, as grandes transformações urbanas, as figuras, as modas e os costumes. “Se “*O Tagarela*” e “*A Avenida*”, semanários nos quais trabalhou nos primeiros anos, podem ser vistos como uma fase de formação, a “*Careta*”, parece ter servido como uma verdadeira especialização.” (SOBRAL, 2005, p.128).

Cássio Loredano (2002, p.56) comenta o impacto que a saída de J.Carlos causou à “*Careta*”:

O público recebia uma notícia cujo impacto se pode imaginar multiplicando por sei lá quanto o que houve quando Zózimo Barroso do Amaral deixou “*O Jornal do Brasil*” por “*O Globo*”. J.Carlos [...] não era só uma das marcas, era a alma da revista de Jorge Schmidt. (LOREDANO, 2002, p.56)

Em 1922, Pimenta de Mello, proprietário de um grande parque gráfico comprou a empresa O Malho S.A. que publicava “*O Malho*”, “*Ilustração Brasileira*”, “*Leitura Para Todos...*”, “*Tico-tico*”, “*Cinearte*” (a primeira revista produzida em offset no Brasil, em 1926) “*Para Todos...*”, e seus respectivos almanaques. Ciente da

importância de uma boa ilustração e conhecendo a repercussão do trabalho de J.Carlos em “*Careta*”, Pimenta de Mello convidou-o para dirigir junto com Álvaro Moreyra, as várias publicações que a empresa produzia. Além de ilustrador, J.Carlos tornou-se então também diretor de arte de todas as revistas. Para cada uma delas atuou de forma diferenciada, de acordo com o público leitor, criando vinhetas, títulos de seções (**Figura 8**) e todo tipo de elemento gráfico necessário para suas páginas. Também propôs diagramações inusitadas para a época, com recortes e montagens de fotografias que muitas vezes trabalhavam em parceria com os desenhos.

Figura 8: Desenho de Título de Seção em “*O Malho*”



Fonte: “*O Malho*” de 24 de Dezembro de 1927, Jota Carlos em Revista.

Em “*O Malho*” deu ênfase às charges e caricaturas, cobrindo os diversos acontecimentos políticos, no Brasil e no mundo. Satirizou os problemas da cidade, as enchentes, o transporte urbano, os modos de vida impostos pela reurbanização do Rio de Janeiro do início do século, a emergência do futebol como paixão nacional e a política brasileira e internacional.

Em “*Ilustração Brasileira*” J.Carlos desenhou capas elegantes com ilustrações mais clássicas e requintadas. Nesta publicação investia-se em “papéis, tintas e acabamentos diferenciados, incluindo impressão de qualidade superior ao corrente no período,” bem como “linguagem gráfica e ornamentação tratada como um código de elegância para uma elite de viés aristocrático.” (MELO, 2011, p.129) Nos moldes de “*L’Illustration Française*” de Paris, a “*Ilustração Brasileira*” abrigava alguns dos escritores que anteriormente publicavam seus textos literários em jornais, mas, que devido à ênfase em novos tipos de jornalismo como a reportagem e o colunismo, foram perdendo seus espaços. Entre estes estavam: Olavo Bilac,

Eduardo Salamonde, Paulo Barreto, Manuel Bonfim, Júlia Lopes de Almeida e Pires de Almeida. (SODRÉ, 1999, p.298)

Na edição de "*Para Todos...*" nº614, de 1930, um anúncio explicava porque o leitor deveria fazer uma assinatura de "*Ilustração Brasileira*": – porque publicava “em cada edição, de periodicidade mensal, quatro reproduções de quadros de grandes pintores, nas cores verdadeiras da tela”, porque “tomar uma assinatura de *Ilustração Brasileira* revela amor ao Brasil, às suas artes e às suas letras.” Era, portanto, uma revista de acabamento mais caro, portanto voltada a um público de maior poder aquisitivo.

"*Leitura Para Todos*" era um almanaque mensal de variedades para a família. Em suas páginas podiam-se encontrar, lado a lado, receitas de tricô e reproduções de obras de arte, numa miscelânea de imagens renascentistas e barrocas, misturadas com ilustrações à traço e gravuras feitas por artistas como Di Cavalcanti e Goeldi. Havia ainda, muitos textos literários e uma grande quantidade de anúncios de cremes e elixires, que prometiam uma vida mais *chic e smart*, segundo os termos da época. (RUFINONI, 2006)

"*Para Todos...*", também era uma publicação de variedades, distribuída em várias cidades do Brasil, mas diferenciava-se de "*Leitura Para Todos...*" por ser semanal e ter menos conteúdo de literatura e artes. Retratava as modas e os costumes da sociedade, os esportes como remo e futebol, os eventos sociais e incluía divertimentos como cartuns e charges, charadas e palavras cruzadas. "*Para Todos...*" foi inicialmente dedicada ao cinema, mas modificou-se a partir de 1926, com o lançamento de "*Cinearte*", deixando para esta a cobertura mais aprofundada do tema. As especificidades de "*Para Todos...*" e a obra de J.Carlos nesta revista serão vistas com mais detalhes no decorrer desta pesquisa.

"*O Tico-Tico*" surgiu em Outubro de 1905 e foi a primeira revista brasileira dirigida ao público infanto-juvenil. Continha em suas páginas passatempos, mapas, literatura e conteúdos complementares aos estudos de história, ciência, artes e geografia. "*O Tico-Tico*" era semanal. Foi pioneira também na publicação de histórias em quadrinhos infanto-juvenis, no Brasil. Antes disso as histórias em quadrinhos eram de conteúdo satírico e adulto, como as de Angelo Agostini, entre outros, que surgiram ainda no século XIX. Vários personagens ficaram famosos em "*O Tico-Tico*" revelando o talento de muitos desenhistas como Yantók, Luis Sá e Storni. J.Carlos participou durante muitos anos neste periódico, usando, algumas vezes o

pseudônimo Nicolau “e foi um de seus maiores ilustradores, criando os personagens Jujuba e seu pai, Carrapicho (**Figura 9**) e a negrinha Lamparina (**Figura 9**) que é considerada sua maior criação nas HQs.” “O Tico-Tico” foi publicado durante quase 57 anos, durando até Fevereiro de 1962. (MAGALHÃES, 2005; HEMEROTECA DIGITAL BRASILEIRA, s/d).

Figura 9: Personagens Jujuba e seu pai, Carrapicho.



Fonte: “O Tico-Tico” nº 1191 de 1º de Agosto de 1928.

Figura 10: Primeira aparição da Negrinha Lamparina em “O Tico-Tico”



Fonte: “O Tico-Tico” Nº 1177, de 25 de Abril de 1928 – Hemeroteca Digital Brasileira.

Depois de 10 anos na Editora Pimenta de Mello, J.Carlos saiu, em 1931, para montar seu próprio estúdio, e, embora também continuasse compondo ilustrações para a imprensa, produziu desenhos de publicidade e ilustrações para livros.

Assim, entre 1931 a 1934 desenhou grande quantidade de capas para a revista “O Cruzeiro” e “Fon-Fon!”, e inúmeras ilustrações para “A Noite”, “A Lanterna”, “A Nação”, “A Hora” e “Beira-Mar”. Em 1929, ilustrou um livro com texto de Tostes Malta “Dona Melindrosa”, e em 1933 escreveu e ilustrou um livro infantil, “Minha Babá”. (FONSECA, 1999, p.230).

Seus desenhos também estão em muitas das propagandas de “Bromil, Bayer, Brahma, Melhoral, Mesbla, Cassino Atlântico, Conservas Peixe, Biotônico Fontoura, Light, Caixa Econômica, Corantes Indhatren”. (LOREDANO, 2002, p.68)

J.Carlos produziu ainda cenários para teatro e cinema, como por exemplo, “Alô, Alô, Carnaval”, filme com Carmen Miranda e escreveu uma peça de revista para o Teatro Recreio: – “É do outro mundo” que estreou em Junho de 1930.

Em 1936, J.Carlos voltou a trabalhar na redação de “Careta”, onde ficou até sua morte em 1950. Este período final de sua vida foi principalmente destinado à caricatura política, tendo como principais assuntos a política de Getúlio Vargas e a guerra.

J.Carlos foi, segundo concordam vários autores⁴, o mais expressivo nome entre os caricaturistas e ilustradores da época, e muito além disso, conforme as palavras de Cássio Loredano:

A primeira leitura que se faz de J.Carlos é a do rei do lápis, desenhista primorosíssimo e inigualável na imprensa. Mas seus contemporâneos Álvaro Moreyra e Leal de Sousa, já viam nele o cronista, o comentarista de costumes, das modas, do progresso. Atualmente, tem-se dele ainda a visão do jornalista, do grande homem de imprensa, autor da cobertura completa, aguda inestimável de tudo o que houve no Rio, no Brasil e no mundo na inteira primeira metade do século passado. (LOREDANO, in: SOBRAL, 2007, p.9).

J.Carlos faleceu no dia 2 de Outubro de 1950, dois dias após sofrer um acidente vascular cerebral enquanto trabalhava na redação de “Careta”.



⁴ LIMA, Herman (1963); LOREDANO, Cassio (2002); SOBRAL, Julieta (2007) ; VENTURA, Zuenir (1998) ;

3. RIO DE JANEIRO, A CIDADE QUE QUERIA SER PARIS

Devido à expansão da mineração, a cidade do Rio de Janeiro tornou-se capital do Brasil em 1763 em função do deslocamento do centro econômico da colônia, anteriormente localizado no nordeste. Sua localização, mais central, também contribuía para facilitar a segurança da parte sul da colônia e o enfrentamento no caso de possíveis invasões espanholas. Com a vinda da corte portuguesa, em 1808, adquiriu feições urbanas mais acentuadas e teve um crescimento demográfico acelerado. Contando então com 50 mil habitantes, a cidade recebeu rapidamente, aproximadamente 15 mil pessoas⁵. Em 1822, ano da Independência, já era a maior do país, superando a antiga capital, Salvador.

Longe de ser a “cidade maravilhosa” cantada na música de André Filho, composta em 1933, o Rio de Janeiro do século XIX apresentava-se hostil e insalubre, enfrentando epidemias de varíola e outras doenças, problemas agravados pelo clima quente e pela estrutura urbana obsoleta, com ruas estreitas e apertadas entre os morros e as lagoas. Não existiam vias à beira-mar e o tráfego de veículos puxados à tração animal já se fazia difícil. (EDMUNDO, 1957; ENDERS, 2009; URBINATI, 2004).

No quadro maravilhoso da natureza, a cidade é um tristíssimo contraste. Uma nódoa brutal na paisagem radiosa. A casa é feia. A rua é suja. O conjunto exaspera. Tudo conspira contra o povoado infeliz. Tudo. O clima, abrasador e ardente, as montanhas que o cercam e o sufocam [...] o desasseio gerado pelo próprio homem, que sorri das lições do bárbaro tamoio. (EDMUNDO, 1957, p.18)

Em 1888, a abolição da escravidão vem agravar os problemas sociais e urbanos. Os habitantes mais pobres vindos do interior do país que já habitavam a cidade imperial somavam-se, então, aos negros oriundos das antigas senzalas. Movimentavam-se pelas ruas, em grande burburinho, em busca de trabalho e moradia barata, num “deslocamento contínuo que fundia vivências, experiências, tensões e espaços”. (MARINS, 1998, p.132)

Simultaneamente, durante o período imperial, a posição ambígua de D.Pedro I, dividindo-se entre os assuntos portugueses e brasileiros, principalmente

⁵ Segundo Armelle Enders (2009, p. 92), o número de 15 mil pessoas, embora citado em várias obras que mencionam o episódio da chegada da corte portuguesa, é contestado pelo historiador Nireu Cavalcanti, que indica que não havia capacidade das frotas portuguesas para o transporte desta quantidade de pessoas. Para Armelle Enders, o aumento populacional se deveu a várias ondas de migrantes motivados pela vinda da família real e pelas oportunidades oriundas de sua presença na capital brasileira.

após a morte de D.João VI ⁶, fez com que se implantassem as distinções, as disputas e o preconceito mútuo entre portugueses e brasileiros. Os primeiros alegavam que a maciça presença africana, somada ao elemento indígena, não davam condições de fornecer ao governo quadros qualificados para a ocupação dos cargos públicos e propunham o retorno do Brasil ao estágio colonial. Os brasileiros, sob o temor de que isto pudesse acontecer e sentindo-se insultados pela arrogância dos comentários lusitanos, passam a valorizar as próprias características e a desprezar toda a origem portuguesa.

A proclamação da República, em 1889, que elevou a cidade do Rio de Janeiro à condição de Distrito Federal trouxe também um desenvolvimento acelerado, tornando a cidade ainda mais caótica e insalubre. O desejo de remover as marcas da herança colonial portuguesa, que se julgava sinônimo de atraso, e a necessidade de promover a cidade aos padrões internacionais de civilização foi determinante para que mudanças drásticas na cidade tivessem que acontecer no início do novo século.

O Rio de Janeiro era, além de tudo, o principal porto de exportação e importação no país e o terceiro em importância no continente americano, depois de Nova York e Buenos Aires. (SEVCENKO, 1998, p.22)

Sob esta demanda urgente o presidente Rodrigues Alves escolhe para promover a reforma do porto, o engenheiro Lauro Muller e para administrar a prefeitura o engenheiro Pereira Passos. A partir de 1902 inicia-se, então, uma fase de grandes obras com o intuito de transformar radicalmente o porto e a cidade e, conseqüentemente, seus habitantes, na maioria, pobres, analfabetos e herdeiros das sequelas da escravidão.

As mudanças, no entanto, iam além da parte urbanística da cidade. Amparado diretamente pelo governo federal, Pereira Passos tinha como missão promover o saneamento da cidade, até então várias vezes assolada por epidemias de cólera, varíola, tifo e febre amarela. Foi com o auxílio do médico Oswaldo Cruz que a dura tarefa teve que ser enfrentada.

Foram criadas várias leis que censuravam os costumes populares e ditavam as normas de uso das ruas centrais e dos espaços públicos. Aplaudidas por alguns,

⁶ Em 1826, com a morte de D. João VI, D. Pedro I é elevado a Rei de Portugal com o título de D. Pedro IV, embora estivesse no Brasil como imperador. (LUSTOSA; TRICHES, 2011, p.253)

essas medidas foram criticadas por outros que as consideraram despóticas. Na literatura sobre o assunto é frequente encontrar uma, ou outra opinião.

José Oliveira Reis (1965, p.135), por exemplo, considerava que as medidas eram “para melhorar a vida do carioca e da cidade, higienizando-a e livrando-a de alguns dos velhos vícios de cidade colonial”. Entre as várias leis citadas no texto, é possível perceber o entusiasmo do autor em relação à repressão de costumes “grosseiros”, como o “Entrudo no carnaval, a venda de bilhetes de loteria e o exercício da mendicância nas ruas”. (REIS, 1965, p.135)

Também Luiz Edmundo (1957, v1, p.28) considerou impecável a atuação de Oswaldo Cruz lamentando que o médico, bem como o prefeito, tivessem várias vezes sofrido desacato e hostilidade por parte da população.

No entanto, as medidas de saneamento e urbanização que ficaram famosas sob a frase ‘o Rio civiliza-se’, expressão cunhada pelo cronista Figueiredo Pimentel, dividiu a opinião dos jornalistas e também são vistas por alguns autores e historiadores como tendo sido uma transformação autoritária que pretendia formatar a cidade e seus habitantes nos moldes europeus, sem adaptações para a cultura, clima ou geografia da cidade e do país.

A reforma parisiense feita pelo prefeito Haussmann na segunda metade do século XIX foi tomada por Pereira Passos como inspiração e os “hábitos da burguesia francesa determinaram, em grande parte, a moda e o comportamento das classes burguesas cariocas”. (FEIJÃO, 2011, p.18)

É possível ver no anúncio de uma loja de roupas, publicado na revista “*Careta*” em 1917, a inadequação do figurino ao clima quente da cidade, sacrificando o conforto em prol da elegância. O texto orienta: “A batalha anual da elegância será aferida em breve no Municipal⁷. Habiletem-se à vitória os combatentes dos dois sexos, sortindo-se no Parc Royal.” (**Figura 11**).

⁷ O Teatro Municipal, visto em silhueta ao fundo, foi fundado em 1909.

Figura 11: Anúncio em “*Careta*”, de 1917.



Fonte: LOREDANO (1998, p.404).

A condenação dos hábitos e costumes populares como o candomblé e as práticas religiosas afro-brasileiras, bem como a imposição do carnaval europeizado, com as batalhas de flores e os corsos em substituição ao entrudo, são alguns dos exemplos da estética burguesa que se deveria seguir para que a cidade e o país pudessem significar adequação aos olhos do mundo capitalista que se instituía.

Nelson Schapochnik (1998, p.439) denuncia que “ao extirpar aqueles traços que destoavam do projeto de transformação da cidade” acontece, paralelamente, a dissolução de uma solidariedade social fundada nas relações de grupos familiares, sendo substituída passo a passo por “relações fundadas na consagração do individualismo e do arrivismo”. Ao mesmo tempo aprofundam-se as diferenças e “o descompasso entre a pujança econômica e a exclusão social”. A remodelação urbana destinada à elite torna ainda mais insuportável a miséria que, retirada dos cortiços expulsos do centro, vão formando as favelas nos morros.

Os salões da moda, as confeitarias, as conferências literárias, o Jockey Club, o five o'clock tea, os passeios pelo Botafogo, Flamengo

e Avenida Central⁸ tinham como contrapartida a festa da Penha, os candomblés, o carnaval da Praça Onze, as rodas de samba, os quiosques e freges, as favelas e zungas. (SCHAPOCHNIK, 1998, p. 440)

As largas avenidas e as grandes construções que simbolizavam esta pujança, como o Palácio Monroe (1906), a Escola Nacional de Belas Artes (1908), o Teatro Municipal (1909), a Biblioteca Nacional (1910) ficavam registradas nas fotografias de Augusto Malta, fotógrafo oficial da prefeitura Passos, e eram depois transformadas em cartões postais, que por meio dos viajantes ajudavam a divulgar e “potencializar simbolicamente o perfil modernizado da cidade”. (SCHAPOCHNIK, 1998, p.443) (**Figura 12**).

A Avenida Central era o principal símbolo da desejada modernidade, significando mais do que isso, ajudava também na afirmação do governo republicano. Rosane Feijão demonstra essa situação, quando fala que:

A objetividade que marca o projeto sugere, ao mesmo tempo, a vontade de apagar o passado e a potência do gesto do planejador. Ao ignorar a malha urbana já existente o projeto desarticulou as relações econômicas e sociais ali estabelecidas, acelerando o processo de descaracterização da cidade. (FEIJÃO, 2011, p.56) [grifos nossos].

Neste contexto de ambiguidades, as camadas dominantes buscavam afirmar-se, obedecendo a parâmetros que conferiam prestígio e respeitabilidade. Precisavam mostrar-se civilizadas, diferenciando-se das massas.

⁸ A Avenida Central passou a se chamar Avenida Rio Branco em 1912

Figura 12: Fotografia de Augusto Malta – Avenida Central, em 1910.



Fonte: Biblioteca Nacional Digital - Galerias – Galeria Augusto Malta

A própria configuração da nova malha urbana, mais retificada, e das avenidas alargadas facilitava o ver e ser-visto, colocando o controle das regras nas mãos de todos. Assim, como no Panóptico de Bentham⁹, “um estado consciente e permanente de visibilidade assegurava o funcionamento automático do poder.” Ao se estar submetido a um campo de visibilidade, e sabendo-se disso, eram acatadas as regras de comportamento estabelecidas. (FOUCAULT, 1987, p.179)

A Avenida Central, como pode ser vista na fotografia de Augusto Malta (**Figura 12**), pode ainda ser comparada ao conceito de frame, moldura ou enquadramento, de que nos fala Gumbrecht (2006, p.56) quando cita as pontes monumentais pintadas de vermelho pelas quais se entra nos templos japoneses, que, de certa maneira, induzem ao espírito ou comportamento que se deve ter

⁹ O termo panóptico, se refere a um tipo de arquitetura com uma torre central de vigilância e celas ou compartimentos dispostos circularmente formando um anel em torno deste centro, de modo que quem está na torre tem visão total (pan – panorâmica) das celas e quem está nas celas não consegue ver quem está na torre. Este conceito sobre vigilância constante foi tratado pelo filósofo Jeremy Bentham, no século XVIII em relação às penitenciárias e utilizado por FOUCAULT (1987) para referir-se também a outras situações de vigilância e punição nas sociedades modernas, como por exemplo, escolas, fábricas, asilos, etc.

naquele local. Fazer o *Footing* na avenida dependia, portanto, de um espírito moderno, de estar corretamente trajado, saber caminhar e ter gestos adequados.

A estetização da cidade e dos ambientes, bem com a estética pessoal que envolvia, portanto, mais do que o vestuário, atrelava-se a conceitos já apregoados por movimentos artísticos como o *Arts & Crafts*, instituído por William Morris na Inglaterra a partir da segunda metade do século XIX. Para os artistas engajados a este movimento a concepção da *Gesamtkunstwerk* – obra de arte total – preconizava a integração dos valores estéticos na vida quotidiana. (TALON-HUGON, 2009, p.101; WEIL, 2010, p.14). Os movimentos que se seguiram – *Art Nouveau* e *Art Déco* – também tiveram esta preocupação.

Mais tarde, Walter Gropius, dirigiu a Escola Bahauss¹⁰ com a crença no poder transformador da arte, integrando-a aos objetos cotidianos, móveis e arquitetura.

Vários filósofos compartilharam a noção de que a estética deve ser pensada não apenas na arte, mas numa atitude que possa ser adotada ao mundo.

A estetização do mundo é também uma estetização dos olhares e das atitudes. O adjetivo ‘estético’ não qualifica somente os objetos, mas também qualquer coisa no sujeito: uma atitude, uma atenção, um olhar, um juízo, caracterizados pela distância, pelo desinteresse, pela ligeireza, pela gratuidade, pelo cuidado com a aparência, a graça e o prazer requintado. (TALON-HUGON, 2009, p. 101)

Por outro lado, a arte, segundo Alain Roger (Apud TALON-HUGON, 2009 p.102) pode também auxiliar fornecendo esquemas perceptivos (assim como a pintura orientou a visão da paisagem ou do nu) e esquemas avaliativos, dotando de valor estético algo não percebido como tal anteriormente. Ele cita, como exemplo, que a montanha e o mar não tinham até o século XVIII um valor estético reconhecido, algo que se formou (ou, poderíamos dizer – se *informou*) a partir da literatura e da pintura.

No Rio de Janeiro do início do século XX, a literatura e as artes visuais estiveram juntas nas revistas ilustradas e literárias, orientando a sensibilidade do cidadão e atuando no sentido de fornecer estes esquemas perceptivos e avaliativos de que nos fala Alain Roger. Estas revistas tiveram grande importância na difusão dos hábitos que fortificavam os ideais de modernidade.

¹⁰ A Bahauss foi uma escola sediada na Alemanha formada pela cooperação entre a Academia de Belas Artes de Weimar e a Escola de Artes e Ofícios, com o objetivo de formar alunos capazes de criar produtos que fossem ao mesmo tempo artísticos e comerciais. (DEMPSEY, 2003, p.130)

Com literatura, ilustrações e mais tarde, fotografias¹¹ compuseram uma espécie de receita de como ser e estar no novo cenário. A cidade remodelada é apresentada de forma eufórica e as imagens de seus cafés, confeitarias, restaurantes, avenidas e praças por onde circulava a burguesia invadiam as páginas que tentavam, em geral, deixar de fora os problemas e a exclusão social.

A multiplicidade de estímulos da experiência urbana, as novidades tecnológicas, como o automóvel e os bondes elétricos e as diretrizes de comportamentos forjados pela moda reduziam o que havia de individual e ampliavam a homogeneização das pessoas. “A perplexidade com as exigências e valores de uma nova sociabilidade parecia apenas aumentar o hiato entre o passado e o presente – sobretudo quando a modernidade parecia apenas mais um novo jogo de cena.” (SALIBA, 1998, p.331) Era urgente compreender e internalizar os novos hábitos, muitas vezes transplantados de outras culturas.

Aceitar a nova experiência urbana e nela encontrar um valor estético dependeu da significação que lhe foi inferida.

Foi neste sentido que as revistas ilustradas das primeiras décadas do século XX trabalharam, evidenciando em detalhes as novas configurações do Rio de Janeiro. As mudanças eram tratadas com entusiasmo, mas, ainda assim, a opinião contrária também era passível de ser vista nas charges e comentários de humor.

Segundo Mônica Pimenta Velloso (2010, p.43) a revista é marcada por um aspecto dinâmico, que se diferencia do livro, situando-se na “correnteza dos acontecimentos e extraíndo daí seu roteiro de ideias”. Mas, é também por esta relação específica com a temporalidade que a revista se distingue do jornal. O jornal tem compromisso com a atualidade imediata, enquanto a revista anuncia os fatos como objeto de reflexão.

Marília Scalzo (2004, p.14) corrobora este pensamento, acrescentando também que a revista ocupa um espaço mais íntimo na vida do leitor, enquanto o jornal ocupa um espaço público, do cidadão. É, pois, nas páginas das revistas modernas que surgem as novas formas de linguagem e de expressão. As revistas de variedades, como “*Para Todos...*”, “*Fon-Fon*” e outras, traziam em suas páginas notícias da sociedade, literatura, moda e costumes além de grande quantidade de

¹¹ Na imprensa brasileira, a autotipia, primeira técnica que permitiu imprimir texto e fotografia simultaneamente, só se consolidou a partir do final do século XIX. O off-set, que veio em seguida, chegou ao Brasil em 1922, sendo de 1926 a primeira revista impressa nesta técnica.

propagandas publicitárias. Além disso, informavam e opinavam sobre os atos da prefeitura.

No trecho abaixo, assinado por Olavo Bilac em 1904, pode-se ver, por exemplo, como as ideias vinculadas ao novo ambiente são colocadas com entusiasmo, convocando a adesão dos leitores.

Há poucos dias, as picaretas, entoando um hymno jubiloso, iniciaram os trabalhos da construção da Avenida Central, pondo abaixo as primeiras casas condenadas. [...]

No aluir das paredes, no ruir das pedras, no esfarelar do barro, havia um longo gemido. Era o gemido soturno e lamentoso do Passado, do Atrazo, do Opprobio. A cidade colonial, imunda, retrógada, emperrada nas suas velhas tradições, estava soluçando no soluçar daqueles apodrecidos materiais que desabavam. Mas o hymno claro das picaretas abafava esse protesto impotente.

Com que alegria cantavam ellas, -- as picaretas regeneradoras! E como as almas dos que ali estavam compreendiam bem o que ellas diziam, no seu clamor incessante e rythmico, celebrando a victoria da hygiene, do bom gosto e da arte! (Revista KÓSMOS, n. 3, p.4 – Março de 1904).

A Revista “*Kósmos*” anunciava já em seu primeiro exemplar, de Janeiro de 1904, que retratará em suas páginas o projeto o “Rio Civiliza-se”. Sua impressão de alto nível revela o estágio técnico das gráficas naquele momento. A revista coloca-se a serviço do projeto político do governo.

Por outro lado, algumas revistas, como “*O Malho*” e “*Careta*” questionaram por meio de suas charges e cartuns os costumes que se impunham. As ilustrações de humor foram de grande importância, abarcando as mais diversas temáticas. Da caricatura política ao roteiro de modas, o desenho se impôs como importante modo de informação, até perder sua força para a fotografia. Antes disso, desenho e fotografia ainda conviveram por muito tempo. Enquanto o desenho cumpria um papel mais alegórico, ilustrando textos literários, decorando as páginas e trabalhando num sentido imaginativo, a fotografia ia se tornando representante do factual.

Contando na época com grande parte da população ainda analfabeta, as revistas ilustradas davam o recado visualmente. Mesmo quando havia texto, era possível deduzir o contexto apenas pela imagem. (**Figura 13**) Mas se a leitura visual não fosse completamente possível, ainda assim o leitor já teria sua curiosidade despertada para o fato em questão.

Figura 13: Contraste entre os bairros nobres e pobres.



Fonte: Revista "O Malho" nº 324 de 28 de Novembro de 1908.

Existentes desde a segunda metade do século XIX, os semanários ilustrados humorísticos e literários predominaram na imprensa dessa época, sendo a "*Revista Ilustrada*" (1876-1898), de Angelo Agostini, a publicação mais influente com grande importância na campanha abolicionista e republicana. No início do século XX, os avanços da tecnologia gráfica permitiram com mais facilidade a impressão de fotografias, auxiliando o registro dos acontecimentos, mas a ilustração e principalmente a charge continuaram vivas por muito tempo tendo até hoje lugar de destaque para a charge política, quase sempre na primeira página dos jornais.

Da modernidade fabricada às pressas pelo projeto republicano, muito se podia ver através das fotografias, mas as ilustrações e as charges, quase sempre, apresentavam o outro lado da moeda. Funcionando principalmente como crítica, as charges e os cartuns¹² tinham a condição de denunciar o autoritarismo, a injustiça e a intolerância através do humor e da ridicularização dos comportamentos. (**Figura 14 e Figura 15**)

¹² Caricatura, charge, cartum – Segundo a classificação proposta por Fonseca (1999, p.26) a caricatura propriamente dita, é a caricatura pessoal (retrato caricaturizado). Charge e cartuns são outras manifestações da caricatura, sendo que o cartum é atemporal, enquanto que a charge satiriza um acontecimento específico, um fato político, uma situação datada. Vide capítulo 4.1.1.

Figura 14: Cartum (autor desconhecido)



— São ordens! Siga! Só são permitidos na rua os vagabundos de boas roupas! Róde!

Fonte: "O Malho" nº324, p.11 de 28/11/1908.

Figura 15: Cartum (autor desconhecido)



Fonte: Revista "Avenida" ano 1, nº1 de 6/07/1912

Também o crescimento da publicidade de produtos e serviços que ajudava a viabilizar economicamente as publicações, contribuiu para naturalizar o que deveria ser considerado como civilizado.

As propagandas tinham, em geral, um tom informativo, dialogavam com o potencial consumidor em textos grandes. Explicavam, informavam, garantiam a procedência dos produtos, muitas vezes atrelando-os ao fato de serem produtos

estrangeiros e, especialmente, franceses. Produtos de beleza, roupas, calçados e móveis, sempre orientando e induzindo o que devia ser consumido para que se fosse aceito no ambiente civilizado. A propaganda que se vê na **Figura 16** apresenta um piano falso, que pode ser “tocado” por qualquer pessoa que queira se comportar como um “insigne artista” a fim de conseguir prestígio social.

Figura 16: Propaganda de um piano falso



O ANGELUS collocado dentro do piano não impede de ser tocado à mão

Pode qualquer pessoa, sem saber música, executar ao piano todo o vasto repertório da literatura musical, com a perfeição do mais insigne artista, tal é a maravilha que permite realizar em alguns minutos o ANGELUS.

É UM INSTRUMENTO DE REAL VALOR ARTÍSTICO, QUE ABSOLUTAMENTE NADA DEIXA A DESEJAR, AINDA AOS MAIS EXIGENTES APRECIADORES DA BOA MÚSICA, SENDO QUE, OUVIDO SEM SER VISTO, NÃO PERMITE A NINGUEM DISTINGUIR SE É ELLE QUE TOCA OU UM INSIGNE VIRTUOSE.

Fonte: Revista “Kosmos” nº7, de 1908. [Grifos nossos]

A preocupação com a saúde e a higiene e consequentemente com a aparência, também vão dando origem a valorização da cultura física, com a prática de esportes como natação, remo e ginástica rítmica. As revistas incentivam as práticas com fotos de competições e apresentações de dança feminina. Mas, também é possível perceber uma sutil ridicularização desta situação em alguns cartuns. Num deles, com desenho de Di Calvalcanti, sob o título Domingo Esportivo, vêem-se várias cenas, onde as moças tem que participar dos esportes,

considerados de elite, ao lado de ilustres barões. Em todas as situações sentem-se frustradas: (**Figura 17**)

“Mme Loló, foi nas corridas [de cavalo], lá encontrou o ilustre Barão, conseguindo não acertar nenhum place [...]”

“Mme Bidú aborreceu-se suficientemente jogando uma interminável partida de golf com Sr^o. Whisky and Soda um inglez que veio ao Brasil levar o dinheiro da gente.”

“Mme Sisó dedicou-se a canoagem com o Barão de Budapeste que aqui chegou a ver navios.”

“Mme Lilá não faltou ao chá-tango, onde o famoso bailarinho portenho esperava-a ansiosa.”

“Mas, Mme Dedésinha preferiu ficar em casa lendo um livro de esporte que há muito tempo está fora de moda, completamente fora de moda.”

(Revista “Para Todos...”, N. 542, de 1929)

Figura 17: Cartum de Di Cavalcanti



Fonte: Revista “Para Todos...”, nº 542, de 1929.

No entanto, a despeito da frustração eminente, era imperativo participar da programação esportiva do domingo. Ficar em casa lendo um livro estava fora de moda. Mesmo que o livro fosse sobre esportes.

Para uma “felicidade obrigatória” na sociedade moderna e até nos dias de hoje, conforme Caetano (2011, p.13) nos apresenta a seguir, era necessário: “cuidado com o corpo para fins saudáveis e estéticos; com a aparência pelo vestuário, estar informado, e dar demonstração de dinamicidade, equilíbrio, bom humor, sucesso profissional e na vida familiar; disponibilidade e condições para gozar a vida por meio de viagens caras a lugares necessariamente visitáveis.” (CAETANO, 2011, p.13).

Ser civilizado era, portanto, ser “feliz” dentro dos parâmetros que comungavam com a ideologia capitalista que se consolidava.

Pode-se perceber neste estudo que as revistas colaboraram para situar o cidadão moderno nesse contexto, indicando a moda, o comportamento e os produtos que deveriam ser consumidos, enquanto expunham o panorama idealizado pelo projeto político do país.

Algumas expressões empregadas pela imprensa da época, como por exemplo ‘plano de regeneração’ ou mesmo aquela que se tornou lema da modernização – ‘O Rio civiliza-se’, davam as pistas de quem poderia, ou não, estar dentro deste programa. O verbo regenerar poderia ter dois significados: tanto no sentido de melhorias na cidade como no sentido de regeneração de costumes, extirpando-se o que não estivesse de acordo com o modelo utilizado. Assim também, o termo ‘saneamento’ incluía muito mais do que a higienização das habitações. Saneamento era um bom motivo para a exclusão dos hábitos e costumes dos populares.

Marins (1998, p.133) comenta que esta adjetivação usada pelas elites com intenção normativa impede a possibilidade de se compreender as experiências humanas que aconteciam em tais condições urbanas. “Desordem e tumulto”, termos frequentemente utilizados para fazer referência aos populares, “eram justamente as dimensões, muito eficientes, que grande parte das populações urbanas brasileiras encontrava para sua sobrevivência, para seu agir social.” (MARINS, 1998, p.133).

Com a demolição em massa dos cortiços e estalagens da área central, sem indenizações nem planejamento de realocação, também toda a cultura que

permeava estes locais foi ultrajada. A população pobre, oriunda dessas casas desapropriadas deslocou-se para a periferia e para os morros intensificando o processo de favelização.

A imprensa, e principalmente as revistas ilustradas, compuseram um extenso testemunho sobre as tensões envolvendo o processo de modificações urbanas do Rio de Janeiro, no início do século XX. Com crônicas, notícias e fotografias, transmitiam a sensibilidade que se impunha e davam orientação sobre as novas coordenadas sociais. Com as sátiras, os cartuns e as charges expunham o outro lado da moeda, ridicularizando as situações impostas, a exclusão social e a superficialidade das soluções urbanas.

Os registros cômicos constituíram uma forma privilegiada para representar o cotidiano do país, “por meio de um jogo de contrastes, deslocamento dos significados, ligação entre o formal e o informal, trânsito entre o prescrito e o vivido e inversão da dimensão espaço temporal” (SALIBA, 1998, p.297).

Figura 18: Charge em “Caretta”, de 1927.



REGENERANDO OS COSTUMES

- Tu sabe, Miquimba? A poliça vae agora prendê os vadios
- Eh, eh. Antão as carçada da Avenida vae fica vazias?

Fonte: LOREDANO, 1998, p.147

Ainda assim, mesmo as páginas de humor que denunciavam a exclusão, ao fazê-lo, também a tratavam por meio de estereótipos, por exemplo, com personagens como o Zé Povo e o Malandro, presentes em várias revistas da época, no traço de vários cartunistas. Estas representações, enfim, também acabavam contribuindo para confirmar o que era, ou não, ser civilizado.

4. A MÍDIA REVISTA

Antes dos anos 1700, já havia, na Europa, publicações semelhantes ao que hoje conhecemos como revista.¹³ A sua concepção esteve sempre entre o jornal e o livro: Assim como o jornal, as revistas mantêm uma periodicidade, tendo também papel informativo e noticioso. Já, como o livro, aproveitam as potencialidades da literatura, muitas vezes, apresentando em suas páginas poesias, contos e crônicas. Andando entre estes dois caminhos, a revista destacou-se sempre por um maior apelo visual, e a imagem, inicialmente desenhada, depois fotográfica e hoje, em movimento, contribuiu neste sentido, facilitando a compreensão das mensagens ou ornamentando as páginas.

Diferentemente dos jornais, pode-se dizer que as revistas ocupam um espaço mais íntimo na vida do leitor, pois enquanto o jornalista que escreve em jornal fala para um público diversificado, a revista tem na sua essência a segmentação, falando para públicos específicos e sobre assuntos de seu interesse. Trabalha menos com as notícias quentes e mais com informações para o cotidiano do leitor. Mesmo as revistas semanais de informação (como a revista “Veja”), que possuem um público maior e mais diversificado, apresentam, em geral, a interpretação ou complementação do que já foi noticiado antes pelos jornais e fundem em seu conteúdo entretenimento, educação e serviço. (SCALZO, 2004, p.14)

Visando compreender como as revistas conquistam seus públicos, relacionam-se com eles e os tornam cativos, torna-se necessário pesquisa-las como um meio jornalístico específico que possui lógica e aspectos próprios:

[...] na trama de seus processos e pilares constituintes, articula uma série de arranjos e estratégias (comunicativas e midiáticas) que a diferencia de outros produtos jornalísticos, não só tecnologicamente, mas também material e discursivamente, forjando uma rede de sentidos e interações que merecem uma atenção diferenciada. (TAVARES, 2008, p.7)

Tendo nascido a partir do crescimento do jornalismo de jornais impressos, a mídia revista expandiu-se com a ampliação das possibilidades de impressão tipográfica durante o século XIX. A Revolução Industrial e o consequente aumento das populações urbanas, já com cidadãos alfabetizados, contribuíram para a

¹³ O texto deste capítulo reproduz trechos do artigo “Revistas e Internet” (ALENCASTRO, 2012) apresentado ao IV Enpecom e publicado na Revista Temática (Fevereiro, 2013).

consolidação da revista como meio de difusão e circulação de ideias, “um formato específico para falar das coisas do mundo.” (TAVARES, 2013, p.29)

A inserção da imagem impressa primeiro por meio da xilogravura e da litografia e posteriormente pela fotografia diversificou e ampliou as formas de relacionamento entre o conteúdo propriamente dito e o que há de sensorial na página impressa – uma harmonia entre imagens, padrões gráficos, textos e espaços que, a princípio, deveriam ser legíveis. Porém, nem sempre a legibilidade é a procura mais importante, sendo frequente na atualidade que os leitores experimentem cada página como um “ambiente perceptivo e usualmente divertido”. (GRUSZYNSKI, 2007, p.11) A facilidade na concepção visual das páginas impressas decorrente da tecnologia digital ampliou esta condição, reduzindo as fronteiras entre ver uma imagem e ler um texto. O uso de fontes diversificadas e diagramações que fogem da simetria e das colunas em blocos retilíneos, faz com que o texto também passe a ter status de imagem.

A princípio, quando se fala de revista, a primeira ideia que surge é sempre a de revistas impressas. Não é de se admirar que as revistas digitais herdem dessas algumas características, pois já é bem conhecido o fato de que os novos meios primeiro utilizam-se das linguagens estabelecidas até encontrarem a sua forma própria de existir.

Apresentadas nos mais diferentes formatos, desde as pequenas como “*Seleções*” até as maiores como “*Piauí*”, as revistas impressas vão, sempre, muito além da informação. Atuam na dimensão sensorial do leitor, contando com vários tipos de acabamento gráfico, diagramações inusitadas, fotografias, ilustrações, cores e até mesmo cheiros e sons.

Cabe ressaltar o que se pode considerar como uma espécie de “espírito” de cada tipo de revista, que faz com que cada exemplar tenha alguma ligação com o exemplar anterior e com outros que ainda serão publicados, independentemente dos conteúdos a serem tratados, sempre apresentarão “laços com questões próprias daquela revista, conformações esperadas para aquele título e para cada editoria ou seção.” (TAVARES, 2013, p.35)

O design gráfico atua para reforçar o jeito específico de uma revista. Muitas podem ser identificadas mesmo quando seu logotipo está encoberto. Tamanho, tipo de papel, estilo de imagens, quantidade de elementos, chamadas textuais, e outras características determinam a personalidade de cada publicação e são responsáveis

por criar vínculos afetivos com o leitor. Por esse motivo, as revistas que são concorrentes dentro de uma mesma categoria de leitores costumam ser semelhantes graficamente.

Muito do que se vê hoje em jornais impressos são tentativas de se fazer parecer com revistas. Diagramações que fogem das colunas verticais (**Figura 19**) assim como imagens que invadem as áreas de texto, ou textos que se transformam na própria imagem (**Figura 20**), são recursos já habituais, mas que a algum tempo atrás eram características mais presentes nas revistas.

Figura 19: “Folha de São Paulo”, 28 de Agosto de 2008.



Fonte: Imagem fotografada
Arquivo pessoal.

Figura 20: “Diário de Pernambuco”, 6 de Outubro de 2011.



Fonte: Todays Frontpages

As decisões que fazem o leitor se tornar cativo de uma revista vão muito além dos motivos racionais, ou da necessidade de informação:

Além do prazer tátil concreto do contato com o papel, há toda a sorte de prazeres provocados, como as imagens que evidenciam texturas quase palpáveis, as fotos que atizam o paladar e as narrativas que estimulam o olfato. (BENETTI, 2013, p.54)

Observa-se, no entanto, que a experiência de leitura nos jornais é de outra natureza, seja pelo tamanho das páginas ou pelo papel de qualidade inferior destinado a tratar da informação para rápido consumo. No jornal, o mais importante é a rapidez com que se dá a notícia, já nas revistas, o mais importante é a forma como se dá a notícia. Além disso, a vocação principal das revistas foi sempre mais o entretenimento e a cultura e menos a notícia.

[...] enquanto os jornais, tanto diários como semanais, nascem e crescem engajados, ligados a tendências ideológicas, a partidos políticos e à defesa de causas públicas, as revistas acabam tomando para si um papel importante na complementação da educação, relacionando-se intimamente com a ciência e a cultura. (SCALZO, 2004, p21)

Entre as revistas brasileiras, bons exemplos de requinte gráfico podem ser citados. Durante as primeiras décadas do século XX as ilustrações, já utilizadas no final do século anterior, tiveram seu lugar garantido em títulos como “*Kosmos*” (1904) “*Careta*” (1908) “*Fon-Fon!*” (1907), “*Para Todos...*” (1918) “*A Maçã*” (1922) e muitas outras. As capas tinham aparência elaborada, com desenhos e impressão a cores, tendo artistas de renome, como Di Cavalcanti, convidados para sua criação. Entre as publicações pode-se destacar o luxo das edições de “*Ilustração Brasileira*” (1901) e “*Frou-Frou...*” (1923): “ambas investem em papéis, tintas e acabamentos diferenciados (como, por exemplo, relevo tipográfico dourado), incluindo impressão de qualidade superior ao corrente no período.” (MELO, 2011; ABRIL, 2000; CARDOSO, 2005).

Com a modernização das cidades, especialmente a capital federal, as revistas funcionaram como uma espécie de manual de orientação de novas maneiras de viver, mostrando a moda, o automóvel, o cinema e assuntos da sociedade. Comunicando instruções, sugeriam modos de agir e de fazer. Destinadas a um grande e diversificado público, dialogavam com recursos da linguagem literária e visual e até materializavam o sonoro por meio do emprego frequente de onomatopeias que imprimiam nas páginas o barulho da cidade moderna. (ABRIL, 2000; VELLOSO, 2010).

Em 1928, é fundada a revista “*O Cruzeiro*” que dura até 1970 sendo um dos maiores fenômenos editoriais brasileiros. Foi a primeira a usar a fotografia de uma

nova maneira, bem além da mera ilustração, consagrando definitivamente a fotorreportagem em nosso país:

A mudança radical coube ao fotógrafo Jean Manzon, que a partir de 1943 implantou na revista uma nova linguagem visual. Vibrantes e carregadas de uma dramaticidade que lhes conferia um viés opinativo, suas fotos davam às reportagens ar grandiloquente, às vezes sensacionalista. (ABRIL, 2000).

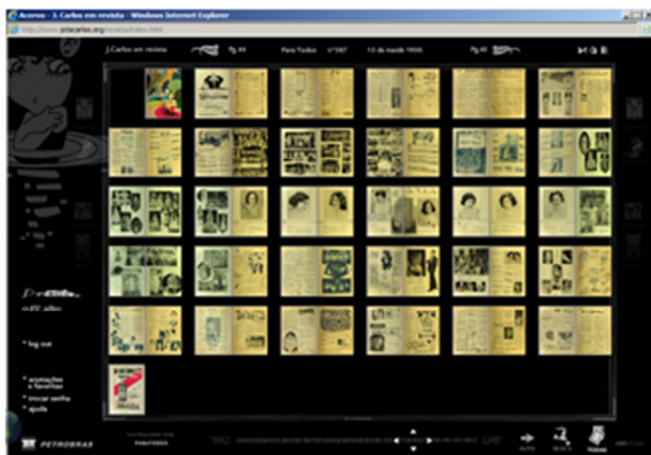
A “*Manchete*” em 1952 e “*Realidade*” em 1966 foram revistas que também souberam lidar com a apresentação visual e a sedução imagética, elegendo a fotografia como ponto forte. Muitos outros exemplos de bom design, diagramação criativa e requinte de imagens poderiam ser citados no universo das revistas impressas até os dias de hoje, no Brasil e no mundo. Além disso, como já foi dito, as revistas incorporaram à visão, outros sentidos. O tátil por meio de texturas em papéis, tintas e vernizes especiais: do macio da camurça ao áspero que imita a pele de uma cobra, do brilho do papel couchê ao fosco das fibras do reciclado, muito já foi feito para sensibilizar o leitor. Aromas em regiões específicas, geralmente nas propagandas de perfumes e som numa edição de “*Playboy*” (**Figura 21**) na qual o leitor recebia um fone que ao ser plugado na revista, reproduzia o áudio de divulgação da festa da Skol por meio de uma voz feminina.

Figura 21: Áudio na Revista “*Playboy*”



Fonte: Gula digital acesso em 14/09/2012

O site “*Jota Carlos em Revista*”, patrocinado pelo Programa Petrobras Cultural apresenta a digitalização em alta definição “de nove anos de duas das



Fonte: Jota Carlos em Revista.

Alguns outros órgãos públicos como o Arquivo Público de São Paulo e a Fundação Casa de Rui Barbosa também disponibilizam digitalização de periódicos antigos.

No caso da pesquisa que visa o conteúdo escrito, as restrições se dão apenas pela qualidade das digitalizações. No entanto, no caso específico deste trabalho, onde existe também o interesse sobre a parte de design foi necessário um contato físico com as publicações, através de visita à Biblioteca Pública Nacional.

Assim, foi possível verificar o tipo de papel, a espessura da encadernação, o tamanho da revista e visualizar com mais detalhes as possibilidades técnicas da impressão da época. Características sensoriais que não são obtidas através do meio digital.

4.1 REVISTAS NA PRIMEIRA METADE DO SÉCULO XX

A imprensa no Brasil se estabeleceu somente após a chegada da Corte Portuguesa em 1808 com a criação da Imprensa Régia. Durante os séculos que antecederam a vinda dos portugueses, era proibido produzir em território brasileiro, qualquer impresso. Os poucos empreendedores que tentavam estabelecer oficinas tipográficas eram notificados pelo governo português e tinham seus estabelecimentos fechados.

Em Setembro de 1808 surgiu o primeiro jornal produzido em solo brasileiro, a “*Gazeta do Rio de Janeiro*”, que durou até 1822. Segundo Hipólito da Costa, editor

do “*Correio Braziliense*”, jornal que embora fosse editado em Londres já circulava no Brasil três meses antes da publicação da primeira edição da “*Gazeta do Rio de Janeiro*”, a Gazeta era um jornal com “conteúdo anódino, burocrático e totalmente filtrado pela censura”, sendo “no contexto da imprensa internacional do tempo, um jornal pobrezinho”. Ainda assim tratava-se de uma grande novidade, e serviu de forma útil à população da Colônia. (LUSTOSA, 2009, p.30).

Após um curto período de monopólio estatal, a atividade gráfica foi liberada e expandiu-se rapidamente. A impressão em tipos de chumbo não fornecia muitas condições para a elaboração visual dos impressos, havendo poucas diferenças entre um jornal e uma revista. A ornamentação das páginas inicialmente limitava-se às letras capitulares, molduras e fios. Só depois, com as gravuras em madeira e metal e, mais tarde, com a litografia foi que a impressão de imagens se tornou possível.

Os profissionais impressores eram portugueses, vindos junto com a Corte. Além desses, destacaram-se o italiano Angelo Agostini e o alemão Henrique Fleiuss, ambos responsáveis por revistas que se tornaram a marca mais importante na história gráfica do Brasil no século XIX.

Desde cedo é possível observar o esmero nas publicações e o interesse em conquistar o leitor através da imagem e da beleza da página impressa. Em 1860, época em que a fotografia ainda não tinha condições de ser reproduzida graficamente, Henrique Fleiuss, desenhista, gravador e litógrafo, fundou a revista “*Semana Illustrada*” trazendo como novidade imagens desenhadas (cópias de fotografias) que retratavam acontecimentos. Um pouco antes já eram reproduzidos por meio da litogravura desenhos a partir das fotografias de paisagens e retratos, mas Fleiuss inovou inaugurando a possibilidade de noticiar acontecimentos com imagens.

A “*Semana Illustrada*” trazia também caricaturas, assim como a “*Revista Illustrada*” (**Figura 23**) e “*Cabrião*” de Angelo Agostini.

Figura 23: “*Revista Illustrada*” nº1, de Janeiro de 1876.



Fonte: Hemeroteca digital da BN

“Ilustrador, caricaturista, chargista cáustico, Agostini atuou intensamente durante cerca de quarenta anos, tornando-se a mais influente figura do jornalismo brasileiro da segunda metade de século XIX.” É especialmente lembrado pela importância de seu papel na defesa da causa abolicionista. (MELO, 2011, p. 48).

Quanto a isso, Herman Lima (1963, p.120) destaca “uma das mais belas páginas de Agostini, capaz de eternamente suscitar emoção” (LIMA, 1963, p.120) e identifica naquele momento “o imenso alcance popular da imagem gráfica”, citando com as palavras do abolicionista Joaquim Nabuco a “*Revista Illustrada*”, como a “Bíblia da Abolição dos que não sabem ler”:

Focalizando em página dupla Cenas da Escravidão, quatorze quadros que são quatorze passos da paixão do nosso irmão cativo, em torturas que somente seriam revividas setenta anos depois, nos campos de concentração do nazismo; logo mais, mostrando o chefe do Gabinete, Saraiva, como fazendeiro assegurando aos lavradores a continuação do seu direito de praticarem livremente o comércio dos escravos, como animais de corte, página duma beleza e dum simbolismo ainda agora fremente de emoção. (LIMA, 1963, p.120)

O aumento no uso de imagens, ilustrações e caricaturas nas publicações periódicas da segunda metade do século XIX foi importante também para o próprio desenvolvimento da indústria gráfica brasileira que se viu convocada a desenvolver novos recursos técnicos, como a rotogravura, destinados prioritariamente à produção de revistas, sendo posteriormente também utilizados para outros fins.

Durante a Primeira República (1889 a 1930) as revistas tiveram, portanto, um importante papel na conformação da sociedade. Situando-se entre o livro e o jornal, ofereciam uma leitura diversificada e funcionavam como um espaço, no qual os intelectuais se organizavam, difundiam ideias e também garantiam seu sustento. Era nas páginas das revistas que surgiam as novas formas de linguagem e expressão, através dos experimentos poéticos, da literatura, das caricaturas e da propaganda publicitária. Por serem publicações periódicas tinham, em parte, o papel informativo do jornal, porém de maneira mais condensada e de fácil consumo. Acrescentando-se, muitas vezes, uma aparência luxuosa com ilustrações e mensagens convidativas, abrangiam uma gama expressiva e diferenciada de leitores, diferentemente do livro, objeto de custo mais alto e leitura ao alcance de poucos, (MARTINS, 2008, p.27; VELLOSO, 2010, p.44).

Estas publicações foram eficazes na propagação de valores culturais, pela facilidade de leitura, com informação condensada e de consumo ligeiro. As ilustrações, por sua vez, permitiram incluir o público iletrado entre os consumidores. É grande a quantidade de revistas ilustradas que surgiram nesta época e promoveram definitivamente na sociedade brasileira o interesse pelo consumo de imagens, consolidando uma “cultura visual própria, distinta das matrizes europeias e americanas que lhe deram origem” (CARDOSO, 2009, p.79)

Entre os diversos periódicos digitalizados pela Biblioteca Nacional, disponíveis na internet¹⁴, destaca-se, a título de evidenciar a preocupação estética

¹⁴Periódicos disponíveis em <<http://www.bn.br/site/pages/catalogos/periodicos/periodicos.htm>> acesso em 09/09/2012

dos editores de revistas, já no século XIX, trecho do editorial da “*Revista Moderna*” de 1867¹⁵:

[...]o lado material que tão justamente impressiona o espírito público e que tanto agrada aos amadores de publicações artísticas e bem feitas, incumbe aos últimos e aperfeiçoados processos da typographia e da gravura.

A variedade da nossa ilustração, acompanhando sempre a actualidade dos acontecimentos, a escolha cuidadosa e execução impecável da mesma, será o objecto da nossa constante atenção.

Esperamos assim, poder fazer uma revista verdadeiramente moderna, um completo magazine pela variedade dos assumptos e um illustração de primeira ordem pelo cuidado e profusão dos desenhos.

A Revista Moderna - à parte a sua feição litteraria - é um CORREO ILLUSTRADO creado exclusivamente para o Brazil e não pretende de modo algum tomar logar entre as publicações da actualidade destinadas à Europa.[Sic] [Grifos do autor] (“*Revista Moderna*”, 15 de Maio de 1897).

O que se percebe desde cedo é a forma sedutora como a revista se impõe ao leitor, com os melhores acabamentos gráficos disponíveis em cada época.

A própria característica do suporte papel, “garante sua continuidade no tempo e, na possibilidade da volta do manuseio, a leitura posterior e o ato de guardar e colecionar revistas, o que produz, por sua vez, novos efeitos de sentido” (TAVARES, 2013, p.35)

As revistas precisam fidelizar seu leitor e para isso investem em laços emocionais. Mais do que confiar na fonte de informação, é necessário empatia entre o veículo e seu público:

Folhear a revista produz sensações que se cruzam e se complementam. Além do prazer tátil concreto do contato com o papel, há toda sorte de prazeres provocados, como as imagens que evidenciam texturas quase palpáveis, as fotos que atizam o paladar e as narrativas que estimulam o olfato. (BENETTI, 2013, p.54)

Neste sentido, enquanto a fotografia não era impressa facilmente nos veículos gráficos, foram os desenhos que cumpriram o papel de ilustrar, informar e divertir os leitores de revistas.

Os desenhos se prestavam a copiar as imagens fotográficas, sendo depois impressos por litografia e mais tarde com a técnica da zincografia. Este recurso,

¹⁵ A *Revista Moderna* adequava-se às exigências do mercado periodístico da época, tendo como público-alvo a burguesia endinheirada do café, que se dividia entre o Brasil e as capitais europeias.

disponível no final do século XIX, facilitou a copia mais realista de imagens fotográficas, como a que aparece no primeiro número da revista *“Ilustração do Brasil”*, (**Figura 24**) retratando a família imperial.

Figura 24: Revista *“Ilustração do Brasil”*, nº1, de 29 de Julho de 1876.



Fonte: Hemeroteca da BN

A zincografia e a autotipia também facilitavam a impressão de imagens coloridas e libertavam o desenhista de ter que desenhar de forma espelhada, como acontecia no caso da litografia que funcionava como um carimbo. (MELO, 2011, p.65)

Além de servir para se fazer cópias de fotografias, os desenhos serviam para ilustrar textos literários, enfeitar capas, mostrar os modelos da moda e satirizar a sociedade por meio das caricaturas.

4.1.1. CARICATURA, CHARGE E CARTUM

A caricatura, em qualquer expressão artística, como teatro, cinema, literatura e artes visuais, trabalha a partir do exagero. A palavra tem origem no termo italiano,

caricare que significa carregar ou sobrecarregar, representar com exagero. Assim também, a palavra *charge*, tem sua origem a partir do termo em francês *charger* que, do mesmo modo, significa carregar, exagerar.

A palavra cartum aparece no Brasil, pela primeira vez, com o artista Ziraldo, na Revista Pererê, como um neologismo a partir do termo em inglês, *cartoon* utilizada na Revista inglesa “*Punch*”, considerada como a mais antiga revista de humor do mundo. (FONSECA, 1999, p.26)

Segundo Fonseca (1999, p.26), os *cartoons* eram pequenos cartões que serviam como projeto para obras maiores, especialmente murais. Em 1841, a Revista “*Punch*” ridicularizou em suas páginas os *cartoons* produzidos pelos artistas da corte para um painel que seria feito no Palácio de Westminster, dando origem ao uso do termo neste sentido.

As incertezas no uso das palavras caricatura, charge e cartum são frequentes. Fonseca (1999, p.26) considera caricatura como um termo mais abrangente, que engloba as outras formas “de sua manifestação, como a charge, o cartum, o desenho de humor, a tira cômica, a história em quadrinhos de humor e a caricatura propriamente dita, isto é a caricatura pessoal.” (FONSECA, 1999, p.26).

Entre charge e cartum a diferença consiste no fato de que a charge está vinculada a um fato recente, geralmente um acontecimento de cunho político, enquanto o cartum é atemporal, satirizando situações do cotidiano, frequentes a um grupo de pessoas, ou mesmo à humanidade e seus problemas mais banais.

Do mesmo modo, Cassio Loredano, caricaturista da atualidade e profundo conhecedor do tema, explica:

Nada é muito preciso. Charge e caricatura são a mesma palavra: carga; mas, quando numa redação brasileira se diz charge, em geral se está pensando na sátira gráfica a uma situação política, cultural, etc., estritamente atual; caricatura é geralmente sinônimo de portrait-charge; e cartum vale para o comentário satírico de uma situação independente da atualidade. (Comentário de Cassio Loredano in: LAGO, 2001, p.10)

Para Teixeira (2005, p.22) “independente do que os separa quanto à gêneros, objetivos e linguagens, a charge a caricatura e o cartum têm um problema em comum” que seria, grosso modo, produzir um discurso capaz de ligar a realidade à ficção.

As técnicas são variadas: desenho, pintura, colagens, distorções fotográficas e até peças tridimensionais em cerâmica e outro materiais, além das possibilidades

atuais da pintura e animação digital. Um bom exemplo da atualidade é o site charges on line que publica diariamente uma charge animada. (**Figura 25**)

Figura 25: Lula e Dilma em charge de Mauricio Ricardo - 10 de Janeiro de 2013



Fonte: Charge.com.br

A arte da caricatura não se enquadra, portanto, em nenhuma categoria específica das Belas Artes, podendo usar qualquer tipo de expressão. No Museu da Fundação Casa de Rui Barbosa, no Rio de Janeiro, encontra-se, por exemplo, uma peça em cerâmica que é a caricatura de Rui Barbosa, porém, nas artes gráficas do período de J.Carlos, era o desenho a forma mais frequente de representação. Hoje existe uma grande quantidade de caricaturas feitas a partir da distorção fotográfica, devido à facilidade de trabalho com softwares gráficos, mas, ainda assim, o desenho manual de charges, cartuns, caricatura de retratos e tiras cômicas ainda conseguem espaço privilegiados nos jornais e revistas.

A verdade é que os caricaturistas tiveram sempre e continuam a ter um papel incisivo de censores de males e vícios, pela vivacidade e pela graça com que sabem alcançar o ponto vulnerável de tantos aspectos negativos da sociedade humana, expondo-os a ridículo ou à condenação geral. (GOMES, Eugenio. 1954, p.s/n)

Baudelaire (2007, p.31) considera que o estudo da caricatura e suas relações com os fatos “sérios ou frívolos que agitaram a humanidade, é uma obra gloriosa e importante”. No entanto, por um preconceito acadêmico quanto a comicidade, estes estudos são ainda em pouca quantidade se levarmos em conta sua relevância. Baudelaire (2007, p.31) no texto “*Da essência do riso*” escrito em 1855, apresenta o fato: “O Sábio treme por ter rido; O Sábio teme o riso assim como

teme os espetáculos mundanos, a concupiscência. Ele se detém à beira do riso, assim como à beira da tentação.”

A explicação para tal preconceito quanto ao cômico estaria no fato de ser o riso um descontrole, um tipo de “convulsão desordenada” promovida, quase sempre, pela desgraça alheia. Um escorregão, um tropeço, por exemplo. E, na profundidade do pensamento daquele que ri, poder-se-ia encontrar “um orgulho inconsciente”, “Eu não caio; Eu caminho direito; eu, meu pé é firme e seguro.” (Baudelaire, 2007, p.32)

O preconceito quanto ao estudo do cômico também é relatado por Luiz Guilherme Sodré Teixeira, que explica que:

a desqualificação cultural do humor está no fato de que rir é uma atitude “natural” e “infantil” que tanto nos remete a pretéritas situações de imaturidade de comportamento quanto nos projeta para fora da racionalidade dessa cultura.[...] Enquanto o humor nos transborda com nossa própria infância, a cultura nos despoja da criança que fomos. “Levar a sério”, como algo bom e verdadeiro, e “tirar do sério”, como algo mau e falso, ou ainda, “muito riso, pouco sério” exemplificam, como vícios de linguagem, atitudes e comportamentos que a sociedade adota e a cultura valoriza. (TEIXEIRA, 2005, p.34)

A dificuldade de enquadrar o desenho de humor em alguma das artes plásticas é outro motivo pelo qual tem sido preterido nas escolhas como objeto científico nesta área, sendo maior o enfoque nos estudos das ciências humanas como, por exemplo, na História e na Sociologia. No presente trabalho, embora estas ciências contribuam para o estudo do contexto social da cidade do Rio de Janeiro e da condição feminina na época, o foco principal é a expressão visual dos desenhos de J.Carlos e o que representam no sentido comunicacional.



5. A REVISTA “PARA TODOS...” E AS ILUSTRAÇÕES DE J.CARLOS

A Revista “*Para Todos...*” foi editada no Rio de Janeiro entre 1918 e 1932, pela Editora Pimenta de Mello. Era uma publicação semanal de conteúdo variado. Inicialmente era voltada principalmente para o cinema, até que em 1926, foi lançada pela mesma editora a Revista “*Cinearte*”, que abrangeu este assunto, deixando “*Para Todos...*” com uma pauta mais livre para outras expressões culturais como literatura e música além de seções sociais, divertimentos, charadas, palavras cruzadas e muita propaganda. Durante o período de 1922 a 1930, J.Carlos foi, além de ilustrador, também diretor de arte desta revista e de outras da mesma editora. A Revista “*O Malho*”, dá a notícia em 15 de Abril de 1922:

Figura 26: J.Carlos em “*O Malho*” nº 1052, de 1922.



Fonte: J.Carlos em Revista

As edições deste período, de “*Para Todos...*” e “*O Malho*” estão disponíveis no site JOTA CARLOS EM REVISTA.

Um anúncio veiculado na Revista “*O Malho*”, edição de 12 de Fevereiro de 1927, indica: “*Para Todos...*” “é o mais artístico semanário do país. Literatura e finas charges pelos melhores artistas do lápis.” Por aí é possível se ter uma noção da importância que os ilustradores tinham para as publicações da época.

Correndo paralelamente aos movimentos modernos das artes plásticas, as artes gráficas igualmente tiveram lugar de destaque no início do século. Ainda não existindo a televisão e sendo a fotografia ainda um processo caro, sobravam para a ilustração as tarefas de comunicar, divertir, criticar, informar. Julião Machado, Raul Pederneiras, K.Lixto e DiCavalcanti foram, além de J.Carlos, alguns nomes que se destacaram nesta época.

Aproveitando-se das possibilidades dos novos processos gráficos como a litografia, J.Carlos soube também inovar por meio de seu traço:

Dum toque repentino e direto, livres do *sfumato* então em moda, como relíquia dos tempos da litografia, bolindo com um intenso dinamismo – o que J.Carlos trazia para a caricatura brasileira era alguma coisa de arejado e de novo, como a atmosfera que invadia a cidade, pela porta da grande Avenida. Uma limpidez e uma rapidez de traço que vai muitas vezes da risca do cabelo à ponta do pé do indivíduo, num serpenteio magistral. Uma bravura de contorno que dizia tudo, sem o recurso do modelado e da meia sombra. (LIMA, 1950, v.3, p.1074)

Figura 27: O traço de J.Carlos



Fonte: LIMA, 1950.

Segundo Loredano (2002, p.14) J.Carlos “pegou a caricatura brasileira literalmente na idade da pedra”, e, por meio de seus 48 anos ininterruptos de trabalho, colocou o Brasil “no mapa, nesta matéria”. Começou junto com aqueles que desenhavam a “caricatura caipira dos corpinhos com cabeções “fotográficos”, isolada como uma chaminé de casebre no campo” e desenvolveu seu estilo próprio, valorizando o cenário da cidade, dos salões, das festas, dos blocos de carnaval, dos interiores das casas, “na multidão, na ebulição da vida moderna” (LOREDANO, 2002, p.15).

Os desenhos de J.Carlos nas capas da Revista “*Para Todos...*”, de um modo geral, tinham uma configuração própria que as diferenciava de outras também desenhadas por ele. Em “*O Malho*” J.Carlos tinha o traço do caricaturista, dirigindo-se principalmente ao público masculino interessado em assuntos políticos. Na capa desta revista havia legendas, quase sempre na parte inferior da página ou mesmo em forma de balões, que traziam o leitor primeiro a compreender o assunto, para depois reforçar o entendimento através da imagem. Já em “*Para Todos...*” os desenhos falavam por si. Não havia textos além do título e, em geral, as ilustrações não tinham ligação com os temas abordados no interior da revista.

Embora a revista fosse produzida para um público diversificado, conforme o nome indicava, as imagens das capas se dirigiam principalmente às mulheres, especialmente às mais jovens e da classe alta.

A Revista “*Para Todos...*”, podia estar no quarto das moças, “nas mãos de uma cocotte ou de um almofadinha.” Circulou por várias cidades do Brasil, “divulgando moda e hábitos e estabelecendo uma cultura que constitui um precioso testemunho da época.” (SOBRAL, 2005, p.144) Suas capas com os instigantes desenhos de J.Carlos, já pareciam prenunciar novos comportamentos e conquistas femininas. No entanto, ao se observar mais detidamente alguns desenhos, pode-se verificar o lado contrário da questão. Através de seu traço irreverente, provavelmente oriundo de sua grande experiência como caricaturista, J.Carlos, muitas vezes, parece apresentar a figura feminina como fútil, inconsequente e até devassa. Talvez esta fosse uma forma de atrelar as questões feministas apenas a um grupo reduzido que não deveria servir de exemplo para a maioria. Rachel Soihet (2005) em seu texto “Zombaria como arma antifeminista” denuncia este procedimento já no século XIX, na França, através do caricaturista Honoré Daumier, que tinha como alvo “as mulheres que não queriam resignar-se a serem mulheres”

(SOIHET, 2005, p.563) e tratava de representa-las ridicularizando seus comportamentos.

Assim, nas capas de "*Para Todos...*" são frequentes as ilustrações onde o tema são as compras desmedidas, o deslumbramento pelos automóveis (**Figura 28**) ou o comportamento sensual das mulheres.

Figura 28: Melindrosas e o automóvel. Capa de "*Para Todos...*" nº 490, de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A imprensa direcionada ao público feminino teve, desde o século XIX, duas orientações opostas: a primeira continha publicações que enalteciam o papel subalterno da mulher, valorizando as qualidades femininas como sendo apenas aquelas próprias do lar e da vida doméstica. No segundo grupo estavam as revistas que desejavam promover uma maior participação da mulher na vida social, incentivando as lutas pelo direito de voto e pela educação. (BUITONI, 1981, p.28).

Durante as primeiras décadas do século XX estas divergências ainda se mantinham, e é difícil afirmar que a Revista "*Para Todos...*" estivesse exatamente em

um grupo ou no outro. Seu conteúdo bastante diversificado, aparentemente, era mesmo para todos, conforme o nome indicava. Mas, analisando-se a coleção de capas da revista verifica-se que as imagens de J.Carlos eram, principalmente, direcionadas às mulheres.

Para citar um exemplo, uma das capas mais significativas no conjunto da obra analisada é a edição de Nº436, de 23 de Abril de 1927, já apresentada na página 14 (**Figura 1**).

Esta capa é emblemática no que diz respeito à contribuição das ilustrações de J.Carlos para os questionamentos sobre o papel da mulher naquele momento. A figura feminina compõe-se no primeiro plano, no centro e a frente, enquanto a figura masculina dissolve-se numa profusão de rostos. Ela é dona da situação? Ou começa a tornar-se escrava dela?

O destaque dado à figura feminina foi constante nas capas de *"Para Todos..."*, no entanto, não foram sempre iguais as formas de representação desta figura. Observa-se com frequência o uso de algumas estratégias de comunicação visual que valorizam os cenários e as temáticas abordadas, bem como dão significação às personagens e seu contexto.

5.1. ESTRATÉGIAS DE COMUNICAÇÃO VISUAL

As capas de revistas tem sua dinâmica comunicacional semelhante à dos cartazes. A diferença consiste no fato de que a revista possui um conteúdo e em muitos casos a capa indica fragmentos deste conteúdo através de chamadas de texto. Também o fato de que a revista pode ser percebida de perto, enquanto o cartaz é visualizado com algum distanciamento e visto verticalmente, afixado em algum lugar. O cartaz deve ser visto em uma fração de segundos, enquanto uma ilustração na capa de uma revista pode ser observada com calma, apreciada, estudada.

Apesar das diferenças, é possível observar a influência que a cultura visual dos pôsteres do final do século XIX teve sobre outras peças das artes gráficas.

Em Paris, a arte do cartaz teve grande destaque a partir de uma legislação que permitia sua fixação por quase todos os locais públicos. Além disso, a expansão das técnicas de litografia facilitou a produção de cartazes ilustrados, substituindo em grande parte aqueles que utilizavam apenas tipografia. Grande quantidade de artistas e pintores importantes participou da execução dessas peças. Os pôsteres eram, então, uma expressão da sociedade que se industrializava e suas mensagens e ilustrações competiam para atrair a atenção dos transeuntes para os anúncios de espetáculos, entretenimentos ou produtos que vendiam.

Com artistas como Jules Chéret, Alphonse Mucha, Toulouse-Lautrec¹⁶, só para citar os mais conhecidos, “Paris faz festa para os cartazes e, de maneira indiscutível, introduz a criação artística ao mais alto nível na publicidade.” (WEILL, 2010, p23)

Chéret, considerado “o pai do cartaz moderno” (MEGGS, 2009, p.250) foi o primeiro artista a se envolver mais especificamente com os cartazes ilustrados, inclusive produzindo painéis de grandes tamanhos, feitos em partes menores que depois eram afixadas nas paredes de forma justaposta, do mesmo modo como até hoje acontece com os cartazes *out-door*.

As ilustrações de Chéret introduziram ainda outra novidade que foi o uso da figura feminina na publicidade.

¹⁶ Jules Chéret (1836/1932); Alphonse Mucha (1860/1939); Toulouse-Lautrec (1864/1901). *Mestres da Pintura*. Disponível em < www.mestresdapintura.com.br > acesso em 04/08/2013.

Figura 29: Cartaz publicitário de Chéret, 1899.



Fonte: HEYL, 2009.

As belas jovens que ele desenhava eram apelidadas de *Chérettes* pelo público consumidor, funcionando como arquétipos para a apresentação da mulher nos meios de comunicação e produzindo inspiração de vida e estilo para as mulheres francesas no final do século XIX:

Até então as opções para as mulheres eram limitadas – a dama comportada na sala de visitas e a rameira no bordel eram papéis estereotipados – quando as *Chérettes* invadiram essa dicotomia. Nem beatas nem prostitutas, essas mulheres felizes e seguras de si gozavam a vida ao máximo, trajando vestidos curtos, dançando, bebendo vinho e até fumando em público. (MEGGS, 2009, p.253)

Pouco depois, a figura feminina, de Alphonse Mucha, que apresentava suas moças com contornos suaves, cachos trabalhados e grafismos sinuosos, de flores e véus, convivia com a de Toulouse-Lautrec, que adotando um estilo parecido com o de Chéret, desenhava figuras menos detalhadas, com ênfase nas cores exuberantes, sem sombreados, valorizando a ideia de movimento.

Alphonse Mucha é, quase sempre, lembrado como principal exemplo da estética Art Nouveau francesa do final do século XIX. Artista de origem tcheca tornou-se conhecido a partir do cartaz feito, em 1894, para a atriz Sarah Bernhardt, uma

das mais famosas da época. Produziu pôsteres para seus espetáculos durante muito tempo e ilustrou revistas, livros e cartazes publicitários.

Toulouse-Lautréc trouxe para a cena artística a temática mundana, representando as dançarinas de cancan, os estabelecimentos noturnos, bares e cabarés. Lautréc ilustrou também na revista de caricaturas *“Le Rire”*, durante a década de 1890. Seu trabalho ficou famoso principalmente pelas peças que produziu para os Cabarés Chat Noir e Moulin Rouge, onde foi contratado para fazer os cartazes promocionais de seus espetáculos. As figuras das estrelas da boemia parisiense como Yvette Guilbert e as bailarinas de danças eróticas, entre elas, sua predileta, La Goulue, eram feitas do ponto de vista de dentro do palco, transmitindo a movimentação da dança. (AGRA, 2006; HEYL, 2009; HOLLIS, 2005; MEGGS, 2009; SMUDJA, 2005;)

Figura 30: Litografias de Mucha, 1896 e de Lautréc, 1891.



Fonte: HEYL, 2009.

Chéret, Mucha e Lautréc ilustraram pôsteres para produtos diversos além dos cartazes para espetáculos de teatro e dança. Por caminhos diferentes, traduziram sensualidade.

Juntamente com a *femme fragile*, a *femme fatale* tornou-se protagonista das imagens e das páginas dos livros da época e parecia estar especialmente à vontade na atmosfera de Fim do Século, nos salões luxuosos, e nas jóias da *Belle Époque*. [...] foi uma época marcada pela mudança de valores no que respeita à família e à atribuição de papéis, assim como ao começo do incipiente processo de emancipação feminina. (HEYL, 2009,p.89).

Os cartazes ilustrados franceses tornaram-se tão importantes, que em 1886 um livro sobre o assunto foi publicado: – “*Les Affiches Illustrées*”. Conseguindo status de arte, influenciaram a cultura gráfica de outras partes do mundo. (HOLLIS, 2005, p.10)

Entre os artistas de postêres da Inglaterra, sobressai o nome de Aubrey Beardsley. Morto precocemente vítima de tuberculose, aos 26 anos, produziu intensamente durante o tempo em que viveu. Foi editor de arte e ilustrador da revista “*The Yellow Book*”, “cuja capa, em tom amarelo vivo nas bancas de jornais de Londres se tornou um símbolo para o novo e excessivo” (MEGGS, 2009, p.255) Sua obra, explorando o erótico e sensual foi sempre polêmica e chocante para a sociedade inglesa, especialmente as ilustrações que produziu para a obra “*Salomé*”, de Oscar Wilde. (**Figura 31**) Utilizando o preto e branco em alto contraste e algo da inspiração das estampas japonesas, transitou entre as revistas de arte e as pornográficas como a “*The Savoy*”, sempre com um grafismo sinuoso de linhas finas e inúmeros detalhes gráficos.

Figura 31: A saia do pavão real - ilustração de Beardsley para Salomé, 1893.



Fonte: HEYL, 2009, p. 164

Em Nova York, por volta de 1892, Eugène Grasset, artista francês, foi contratado para criar pôsteres promocionais das edições de Natal da revista “*Haper’s*”, trazendo para a América muito da estética Art Nouveau francesa. Entre os norte-americanos Will Bradley se consagrou no desenho litográfico de cartazes, e é possível notar em sua obra influências do inglês Beardsley.

A litografia ao permitir que os artistas desenhassem manualmente as letras de seus textos e criassem com ousadia estética as figuras que seriam reproduzidas pelas máquinas, deu origem a uma ampla propagação e troca de influências culturais, por meio dos magazines ilustrados. (HOLLIS, 2000, p.4-11)

As referências temáticas e visuais dos cartazes e magazines europeus e americanos estão presentes em muitas das ilustrações feitas por J.Carlos. Provavelmente ele tinha acesso ao que havia na cultura gráfica de outras partes do mundo.

Figura 32: Capa de "Para Todos..." nº 406, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A sua *femme fatale*, no entanto, mescla a modernidade estrangeira com elementos da cultura brasileira. Assim como as figuras de Breasdeley, impressiona e deslumbra. (**Figura 32**) Transita entre a sensualidade e o recato. Quer contrapor-se aos papéis destinados à mulher, até então. Deseja copiar o glamour das atrizes e *cocotes*, mas deve também permanecer aceita por uma sociedade conservadora. Parecendo querer retratar estas contradições, a figura feminina de J.Carlos oscila entre o real e a caricatura.

5.1.1 A MULHER EM "PARA TODOS...": CARICATURA OU REALIDADE?

Em toda a obra de J.Carlos e, mais especificamente, nas capas da revista "Para Todos...", a figura feminina teve grande importância. Com um traço limpo e simplificado, J.Carlos retratou a cena carioca, registrando costumes, criando tipos e personagens.

Várias figuras foram immortalizadas nos desenhos de J.Carlos. Sempre com um traço hilário, retratou a sogra inconveniente, a matrona autoritária, os velhotes endinheirados, o favelado, as esposas enciumadas, as crianças impertinentes, os políticos oportunistas e muitos outros exemplos que realçam o grotesco das

criaturas. Mas, entre todos estes, seu gosto foi se firmando na representação do tipo feminino. Suas melindrosas consagram a figura da mulher carioca de seu tempo.

Segundo Hermes Lima (1963, v3, p.1076), a elegância de suas musas tem “afinidade com as parisienses de Gavarni e de Hérrouard”¹⁷. (Figura 33)

Figura 33: Figuras de Gavarni e Hérrouard



Fonte: LAURENCIN Estampes & Dessins; HPRINTS.

Assim como toda a vida da cidade do Rio de Janeiro recebeu influência da cultura francesa neste período, também os artistas gráficos trouxeram para o seu traço muito do que viam nos magazines estrangeiros.

Quando J.Carlos tornou-se ilustrador e diretor de arte das revistas da Editora O Malho, em 1922, ele já possuía uma grande experiência como caricaturista, desenhando principalmente charges políticas e cartuns, na “*Careta*” onde trabalhou

¹⁷ GAVARNI – Sulpice-Guillaume Chevalier (1804/1866) Caricaturista francês, usava o pseudônimo Paul Gavarni. Começou como caricaturista de costumes, na revista “*La Mode*”, onde apresentava principalmente graciosos desenhos de carnaval. Mais tarde ilustrou em “*L'Artiste*”, “*La Silhouette*” e “*La Charivari*”. (FONSECA, 1999, p.75).

HÉROUARD – Chéri Hérrouard. (1881/1961) Ilustrador francês, teve grande participação no magazine “*La Vie Parisienne*” entre 1916 e 1930. Ilustrou em várias publicações, tendo seu primeiro desenho publicado em “*Le Journal de la Jeunesse*”, em 1902 (LAMBIEK – COMICLOPEDIA, 2009).

por 13 anos. Assumir a ilustração semanal das capas de revistas tão diferentes entre si foi, certamente, uma tarefa complexa. Um pouco de suas finas charges sobre a cidade que queria ser Paris frequentes em *“Careta”* e depois em *“O Malho”*, misturaram-se com os questionamentos sobre a emancipação feminina naquela época para dar o tom nas ilustrações da capa de *“Para Todos...”*.

J.Carlos usava sua imaginação e o que recolhia da realidade. É quanto a isto que Ventura (1998, p.16) indaga: “Até que ponto as melindrosas foram um tipo de mulher que estava surgindo, ou estava surgindo um novo tipo de mulher em consequência das melindrosas de J.Carlos?”

Parece claro que a emergência da figura feminina, com seus novos modelos de comportamento presentes nas imagens das revistas, não se deu por causa dos desenhos de J.Carlos, como sugere Ventura, mas estes foram, certamente, de grande importância para difundir os debates que se estabeleciam no início do século sobre as questões femininas e as considerações acerca da família.

Unindo as influências estrangeiras ao cenário brasileiro, J.Carlos conseguiu a empatia necessária para transmitir a modernidade que se almejava para a cidade e para os costumes. Num ir e vir de percepções, o artista remodelou a melindrosa europeia com as características que observou nas tradições da cultura brasileira, nas festas populares, nas ruas e no “bonde, que era o seu laboratório” (LOREDANO, 2002, p.22) devolvendo nas capas das revistas, a mulher que suas leitoras, eram, ou desejavam ser.

As formas da cultura que traziam à tona a herança indígena, portuguesa e africana não eram bem-vindas na sociedade que queria parecer civilizada, mas apareciam sob novos ângulos, nos desenhos de J.Carlos: a índia tem seus traços à Hérourard e sua roupa é apenas uma fantasia no estilo Art Déco. Na outra capa, O negro, em tamanho maior, é o único negro na cena. Essa diferença visual, ao mesmo tempo em que valoriza a temática do samba, isola o sambista do resto do grupo. **(Figura 34)**

Nenhuma das capas do acervo estudado nesta pesquisa apresenta a mulher negra. Os homens negros aparecem como sambistas em várias capas, ou como pequenos negrinhos, a serviço da mulher. Não se poderia esperar nada diferente disto, num momento em que as tragédias da escravidão ainda marcavam fortemente a sociedade.

Figura 34: O índio, o samba e a melindrosa.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A luta por oportunidades e emancipação se deu de formas distintas entre as mulheres de diferentes classes. As mudanças sociais e as dificuldades econômicas ocorridas durante, e logo após, a Primeira Guerra Mundial, “davam às mulheres das classes alta e média novas oportunidades de educação superior e de emprego remunerado”. (BESSE, 1999, p.8) As mulheres das classes mais pobres, que sempre tiveram que sofrer em serviços mal remunerados, pois não tinham a estabilidade do casamento como meio de sobrevivência, ficavam à margem das questões sobre a emancipação feminina e, antes de poderem se beneficiar dessas conquistas, pelo contrario, acabavam sofrendo concorrência e preconceito por parte de mulheres de classe média que desejavam também ingressar no mercado de trabalho.

Enquanto isso, as mulheres das famílias de elite timidamente vão conquistando o direito de inserir-se nas profissões de nível superior. Embora “as primeiras mulheres que tomaram seu lugar ao lado dos homens, fossem mais censuradas do que aplaudidas”, após 1920, já era possível encontrar nas grandes

idades brasileiras, médicas, advogadas, escritoras, artistas e “até mesmo algumas engenheiras e cientistas.” (BESSE, 1999, p.8).

Paralelamente, as moças de classe média iam assumindo os cargos de escritório, que surgiam em função do aumento nos setores de serviço.

As charges de J.Carlos em várias revistas apresentam, com frequência, a secretária, a datilógrafa, a funcionária de serviços, de um modo geral, em situações que ao mesmo tempo em que parecem valorizá-la por exercerem tais papéis, acabam ridicularizando a importância de seus serviços, diante de outras questões que envolvem a discussão de gênero. O trabalho assalariado feminino começava a ser visto de maneira mais favorável desde que:

Não maculasse a reputação das mulheres (pela associação com as trabalhadoras de status social inferior), não comprometessem sua feminilidade (colocando-se em competição direta com os homens), nem ameaçassem a estabilidade do lar chefiado pelo homem (fomentando ambições individuais das mulheres ou oferecendo oportunidades reais de independência econômica). (BESSE, 1999, p.8) [Grifos nossos].

Na charge da **Figura 35**, são evidenciadas a possibilidade do assédio pelos homens na rua e a condição do salário irrisório, algo que provavelmente desestimulava os homens a permitir¹⁸ que suas mulheres trabalhassem fora de casa e ao mesmo tempo desencorajava as próprias mulheres a investirem nesta possibilidade. Na mesma revista, a página contígua enaltece, em grandes fotografias, mulheres num chá beneficente. Uma ocupação tida então como mais propícia a mulheres de família. Esta mesma situação, de assédio nas ruas, está presente na capa da edição nº436, já apresentada na página 14 (**Figura 1**).

Mesmo assim, as oportunidades de convívio social fora do lar e o acesso à rua, que durante muito tempo foi direito exclusivamente masculino, foram sempre sedutores e trouxeram às mulheres novos hábitos de consumo, interferiram nas vestimentas e estabeleceram outras ansiedades.

A partir da década de 1920 torna-se cada vez mais comum comprar roupas produzidas industrialmente, ou pelo menos, desejar comprá-las. Copiar os modelos, costurando-os em casa ainda era uma solução, já que o vestuário feminino, infantil e as peças de cama e mesa eram, até então, confeccionadas no âmbito doméstico, antes que o capitalismo avançasse com suas grandes lojas de vitrines atraentes. Os

¹⁸ O código civil de 1916 definia o marido como cabeça do casal perante a lei, investido de poder de autorizar ou proibir que a mulher seguisse carreira profissional.

homens tinham sempre produzido seus trajes em alfaiates, e as mulheres, agora diante da sedução das grandes lojas de departamento que iam se estabelecendo no país, julgavam a roupa feita em casa algo de menor *status* em relação a que era ofertada nas lojas. As revistas contribuía com essa imagem fortalecendo um estereótipo que permanece até os dias de hoje – a figura da mulher com inúmeras sacolas e pacotes de compras, ardilosamente associada à futilidade. Trabalhar fora de casa permitia ter dinheiro para comprar roupas e acessórios que justamente formavam o figurino necessário para ir trabalhar fora de casa.

Figura 35: A datilógrafa, charge em "Para Todos..." nº500, de 1928.



OS SEGREDOS DA RUA

Quando desponta no oriente da esquina a dactylographa esquiva aparece sempre um lambary ousado que lhe segue os passos.

Depois a espécie se multiplica e, em poucos minutos, os lambarys constituem um cardume respeitável.

Entretanto, a pequenina abelha chega ao sobrado, onde troca o seu trabalho por um ordenado ridículo. O cardume que lhe seguia os passos apressados, estaca; cada um dos lambarys simula uma preocupação alheia à pequena e toma uma atitude displicente, em flagrante contraste com a pressa primitiva.

As atividades públicas de lazer como o teatro e a ópera, as corridas de cavalos e os clubes esportivos com competições de natação e tênis atraíam cada vez mais a população abastada, sendo frequentados pelos casais de elite que queriam ostentar seus trajes, e demonstrar prestígio social, mais do que divertir-se. Mas, entre todas as novidades modernas que se estabeleceram nas primeiras décadas do século XX, foi o cinema que, de fato, transformou os costumes femininos.

Os filmes não só proporcionavam uma nova atividade de lazer como ainda, à medida que conquistavam rapidamente a imaginação popular, apresentavam aos espectadores um novo mundo, o dos astros de Hollywood, e modos de vida e valores culturais norte-americanos. As mulheres frequentadoras de cinema passaram a ter como modelos e exemplos as melindrosas e sensuais atrizes e as moças independentes que trabalhavam fora de casa as quais muito se afastavam dos papéis tradicionais de resignação e recato. (BESSE, 1999, p.24)

A revista "*Para Todos...*" dedicou-se a cobertura dos temas relacionados ao cinema, durante vários anos, com cerca de metade das suas páginas abordando o assunto.

O figurino, o comportamento e a sensualidade forjada das atrizes da tela eram reproduzidos em fotos e desenhos nas mais diversas revistas. Recebidos pelas leitoras, eram reciclados ao modo tupiniquim, numa espécie de pastiche. As modas recriadas retornavam aos desenhos num círculo contínuo.

O editorial de "*Para Todos...*" de 2 de abril de 1927, citado por Julieta Sobral (2007, p.42), indica esta tendência em relação aos desenhos de J.Carlos:

Desenhistas de lápis polychromaticos, ao mesmo tempo que põem 'rouge' na boca das suas figuras, vão criando 'toilettes' originaes para as melindrosas mudas, que as outras falantes procuram copiar ainda mais do que as Mary Pickford e Glorias Swanson do cinema. A prova disso é que alguém bem enfronhado nas cousas da nossa vida, há tempos me observava: – Olhe, fazendo essas figurinhas assim tão galantes e animadas do "*Para Todos...*", J.Carlos torna-se o verdadeiro creador da melindrosa. Em lugar de copiar as meninas das ruas e dos salões, elle passa a ser o autor dessa encantadora boneca carioca que serve de modelo a todas as outras do Brasil. ("*Para Todos...*" nº 433, SOBRAL, 2007, p. 42)

Enquanto os filmes popularizavam a figura da mulher moderna ousada, sedutora, misteriosa e elegante, que fumava e bebia em público, alguns conservadores atacavam severamente "a artificialidade e frivolidade das modas modernas" e "exortavam as mulheres a repudiar as modas imorais que invadiam o Brasil vindas do exterior." (BESSE, 1999, p.33)

O questionamento também resultava do fato de que enquanto a mulher lutava por igualdade, expressava isto também através da moda à *la garçonne* que incluía cabelos bem curtos e roupas retilíneas que disfarçavam as curvas do corpo. Ao mesmo tempo, muitos homens, herdando a estética dândi do fim do século, preocupavam-se tanto com a aparência que acabavam por tornar-se afeminados.

É nessa tendência à androginia que J.Carlos elege como par oficial de suas melindrosas, o almofadinha, trazendo para a cena o diálogo necessário para evidenciar de forma cômica muitas das questões que eram tratadas na sociedade.

Transitando entre a caricatura e o real, entre o divino e o mundano, o artista traça mulheres em vários estilos, tão instáveis quanto o momento que retrata.

É possível perceber diferentes tipos de representação utilizados pelo artista. Em alguns, são respeitados os cânones clássicos¹⁹ do desenho para a figura humana determinando uma imagem mais realística. Em outros, a figura tem proporções que são mais indicadas para utilização em desenhos de temas infantis, até assemelhando-se, em muitos, aos desenhos feitos para “*O Tico-tico*”, que retratam crianças, embora no caso de “*Para Todos...*” se trate de uma figura adulta.

(Figura 36)

¹⁹ Os cânones clássicos para representação realística da figura humana foram definidos pelo grego Policleto em 460 A.C. e são apresentados em diversos estudos de desenho, como os de Vitruvius e Leonardo da Vinci entre outros. A referência se dá pela medida da cabeça, sendo a figura mediana apresentada com medida de 7 cabeças e meia.

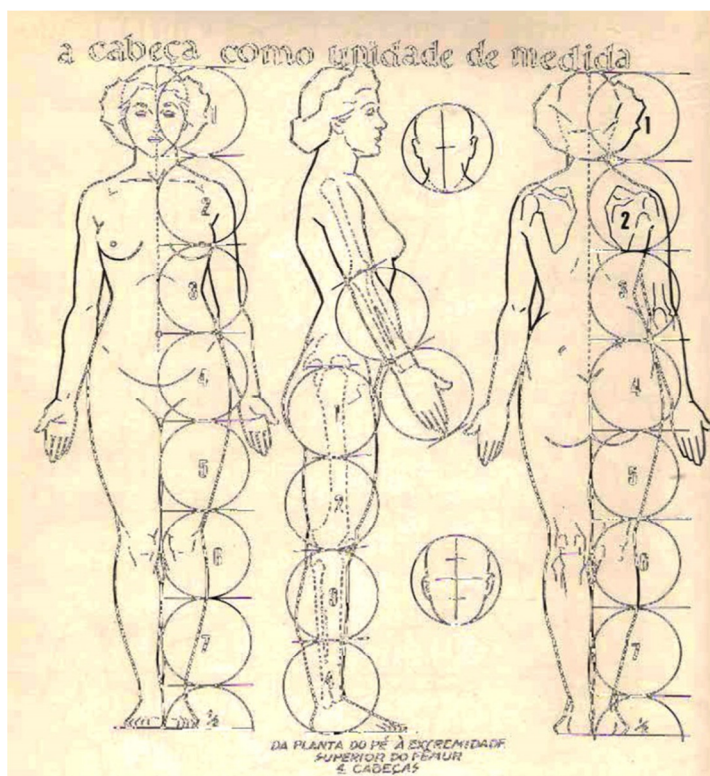
Figura 36: Proporções da figura em "O Tico-tico" e em "Para Todos..."



Fonte: "O Tico-tico" nº960, Fevereiro de 1924 e "Para Todos..." nº382, de Abril de 1926. Hemeroteca da Biblioteca Nacional/ Jota Carlos em Revista.

Nos desenhos clássicos a figura humana é usualmente medida em função da altura da cabeça, ficando com tamanho de aproximadamente sete cabeças e meia, conforme o esquema abaixo: **(Figura 37)**

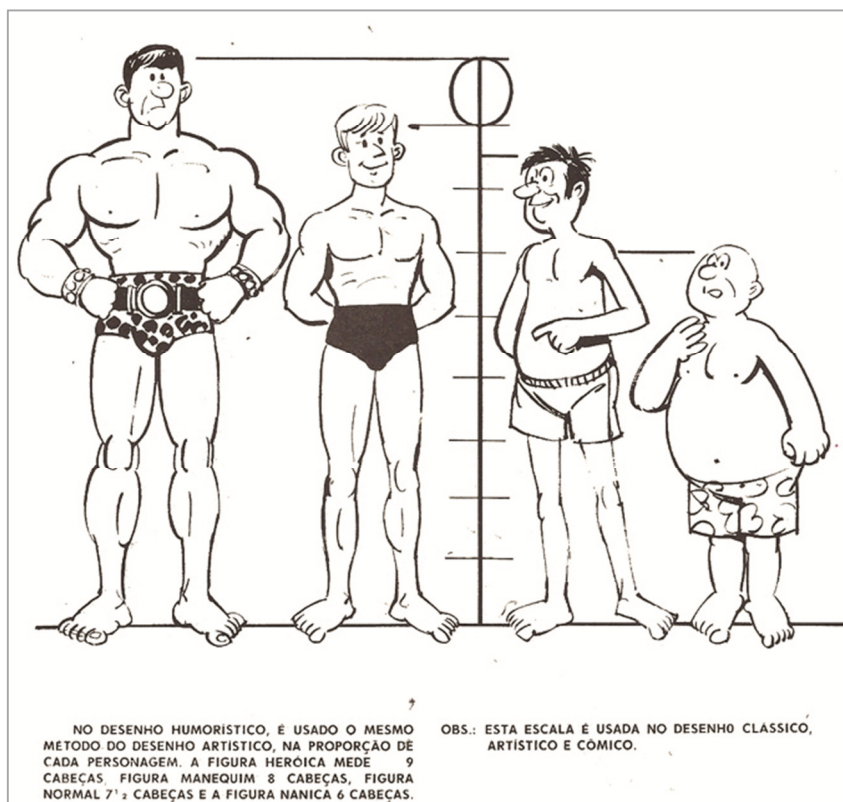
Figura 37: Esquema clássico de desenho do corpo feminino.



Fonte: SILVA, 1960.

Aylton Thomaz (1987, p. 6) apresenta uma escala (**Figura 38**) que varia de acordo com o tipo físico da figura, porém mantém a medida de sete cabeças e meia para a figura mediana.

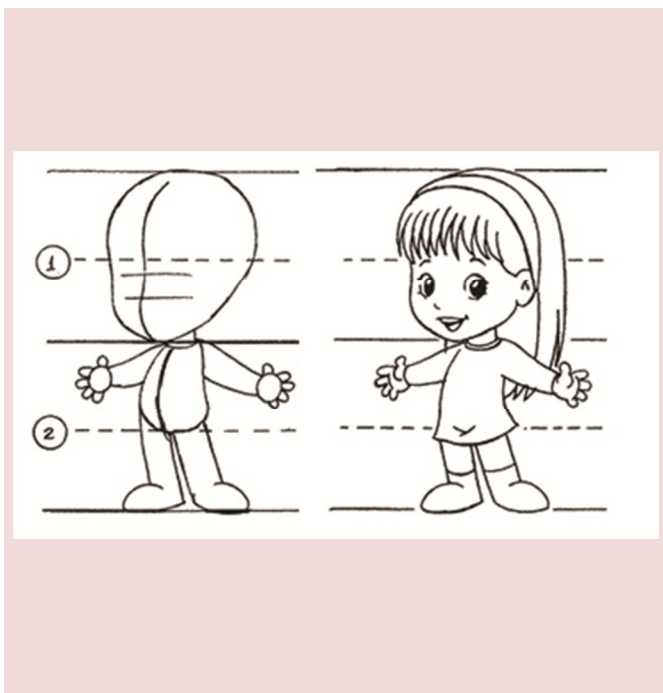
Figura 38: Tipos físicos e proporções no desenho.



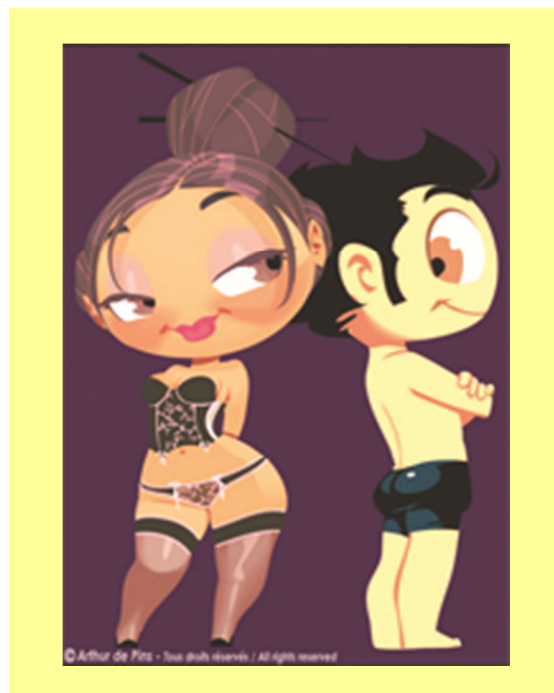
Fonte: THOMAZ, 1987

Nos desenhos onde a imagem deve ter um ar mais gracioso, delicado ou infantil é normal a utilização de proporções que variam de quatro cabeças a até duas cabeças, sendo que quanto maior a cabeça, mais infantilizada é a figura. (**Figura 39**) No entanto, embora esta representação com proporção de duas cabeças seja usualmente empregada em personagens infantis, não é apenas esse recurso que define a personalidade ou o objetivo comunicacional da figura. Como exemplo, pode-se observar o trabalho do ilustrador francês da atualidade, Arthur de Pins, que utiliza uma representação, com duas cabeças e meia, bastante graciosa e infantil, para tratar temas adultos. (**Figura 40**)

Outros detalhes, como a expressão fisionômica, as curvas do corpo, a vestimenta e os recursos de luz e sombra, caracterizam o erotismo da imagem.

Figura 39: Proporção com duas cabeças

Fonte: GARCIA, s.d.

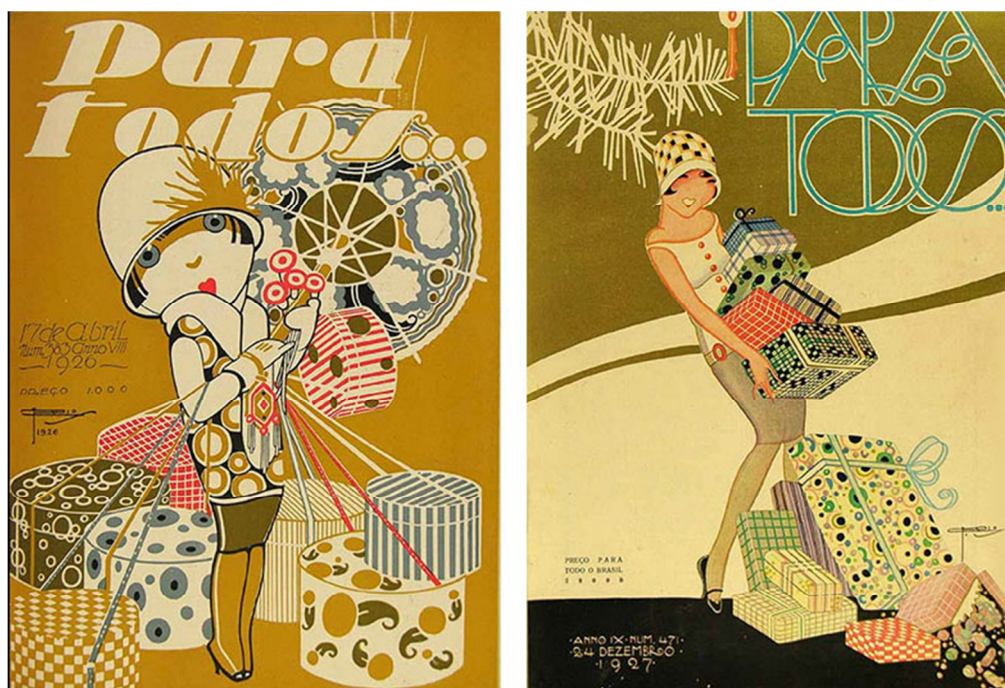
Figura 40: Ilustração de Arthur de Pins

Fonte: www.arthurdepins.com

Nas capas a seguir, podem ser vistos dois diferentes tipos de proporções que J.Carlos utilizou para representar a mulher em "*Para Todos...*" (**Figura 41**)

Na primeira capa, a personagem tem o tamanho de quatro cabeças e na segunda tem o tamanho de sete cabeças. Embora a temática seja a mesma, a segunda apresenta uma figura menos caricaturizada.

Figura 41: Capas de "Para Todos..." nº 383, de 1926 e nº 471, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista.

Essa variedade de representações não está ligada a fases no trabalho do artista, como se poderia presumir. Verifica-se que tipos diferentes de desenhos acontecem numa mesma época e até em edições seguidas.

Devido à necessidade de otimização dos recursos gráficos, as capas de quatro edições eram produzidas numa única impressão. Utilizando-se um conjunto de três cores: verde-vermelho-preto, ou azul-vermelho-preto, por exemplo, (**Figura 42**) era possível conseguir outros matizes por meio de sobreposições de retículas.

Figura 42: Paleta de cores nas capas de "Para Todos..."



Fonte: Jota Carlos em Revista

Mas, até mesmo nas capas que eram desenhadas simultaneamente, era frequente haver desenhos de tipos diferentes, como acontece nos exemplos acima. Isto também fica bem claro nas revistas nº 412 e nº 413 (**Figura 43**)

Talvez os temas escolhidos possam ter sido norteadores das características utilizadas. Assim, nesse caso, o exemplar nº 412 envolve uma cena não real, onde as pequeninas "mulheres bonecas", com uma espécie de "uniforme" – o *tailleur* bastante usual entre as mulheres que trabalham em setores administrativos de empresas – estão sentadas em uma pauta musical e são lideradas por um maestro anãozinho. Seria ele o "chefe" e elas, as funcionárias? Em geral, nessas capas em que a situação permite certa comicidade, as figuras são caricaturas. Já a capa da revista nº 413 tem apenas a mulher num jardim – uma situação convencional. A figura não é uma caricatura. Tem, portanto, proporção realística.

Figura 43: Capas de “Para Todos...” nº 412 e nº 413, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista.

A representação com proporção próxima de sete cabeças e meia é também utilizada com frequência nas capas onde a figura feminina se mescla com formas figurativas ou abstratas, proporcionando integração entre figura e fundo, geralmente produzindo composições fantasiosas.

Num panorama de sensações, a mulher é envolvida na fumaça do cigarro. Seria uma piteira? Mas a fumaça que sai de sua mão direita ao mesmo tempo lembra o tecido que veste seu corpo, ou uma rosa, e todos os círculos que se sobrepõem em interessantes interseções, se parecem também com bolhas de sabão. Nesta capa, até o logotipo da revista é envolvido numa sinuosidade que acompanha as curvas do corpo feminino; Em outra, com trajes de vaqueiro, a figura parece que deseja laçar o leitor, mas é envolvida em seu próprio laço. **(Figura 44)** Outra vez retorna-se à pergunta: ela é dona da situação? Parece estar confusa!

Os corpos, muitas vezes, tem uma nudez sugerida, pois as roupas estão coloridas com a mesma cor da pele. Podem ser corpos nus, ou meias transparentes, comuns na moda da época. Mesmo considerando as limitações técnicas da impressão, com somente três cores e mais os matizes formados pela mistura destas,

ainda se percebe que a dúvida entre a vestimenta e o corpo foi uma escolha bem pensada para traduzir uma sensualidade que, ao mesmo tempo, não fosse vulgar.

Figura 44: Capas de “*Para Todos...*” nº 431 e nº 432, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A mulher desenhada por J.Carlos também pode estar num mergulho, entre as espumas de uma onda, ou mesclar-se às chamas de uma vela que se transformam em asas. (**Figura 45**) Nesse caso, o uso da cor é inusitado. Onde se espera um tratamento com cores quentes, para representar o fogo da vela, tem-se uma paleta fria e, ao contrário, o mergulho no que se supõe água, é feito com cores quentes. Com este recurso, o que seria apenas figurativo torna-se abstração, sonho, sensualidade. As roupas participam do cenário e, entre flores e formas, a mulher desabrocha ou torna-se estrela. (**Figura 46**)

As formas sugerem e insinuem, e o leitor interpreta à sua maneira.

O que lemos nessas formas casuais depende da nossa capacidade de reconhecer nelas coisas ou imagens que temos armazenadas na mente. Interpretar um borrão de tinta, digamos, como um morcego ou uma borboleta significa um ato de classificação perceptual – no arquivo da mente eu guardo a mancha no escaninho das borboletas que vi ou com que sonhei. (GOMBRICH, 2007, p.155)

Figura 45: Capas de "*Para Todos...*" nº 434 e nº 431, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Figura 46: Capas de "*Para Todos...*" nº 450, de 1927 e nº 494, de 1928.



Fonte: J.Carlos em Revista

Além das diferentes possibilidades de significação produzida pela variação das proporções da figura, traduzindo comicidade, devaneio ou realidade, somam-se

outras estratégias de comunicação visual, sobre as quais se falará a seguir: o tamanho da figura feminina em relação a outros personagens na cena (exagero x minimização) e a quantidade de elementos na cena (profusão x economia).

Conceituadas por Dondis (2003, p146-147), essas duas estratégias, entre muitas outras com que se poderiam investigar os desenhos de J.Carlos, foram escolhidas pela sua importância como técnicas compositivas e pela frequência com que estão presentes nas suas composições.

5.1.2. A ESCALA: PEQUENOS HOMENS, GRANDES MULHERES?

A princípio, escala de tamanho²⁰ se refere às dimensões de um objeto físico e também a proporcionalidade de alguma coisa com sua representação, como nos mapas e nos projetos e maquetes de arquitetura, engenharia e design, onde uma medida na representação indica uma medida proporcional no objeto real representado.

Subjetivamente pode ser a impressão que se tem a respeito do tamanho de alguém ou de algum objeto. Nesse caso a escala, ou a conceituação de grande e pequeno ou exageração e minimização é sempre relativa e está geralmente ligada ao irreal, valorizando ou desvalorizando um elemento em relação a outro. Para Dondis:

A minimização é uma abordagem muito abrandada, que procura obter do observador a máxima resposta a partir de elementos mínimos. Na verdade, em sua estudada tentativa de criar grandes efeitos, a minimização é a perfeita imagem especular de sua polaridade visual, o exagero. [...] Para ser visualmente eficaz, o exagero deve recorrer a um relato profuso e extravagante, ampliando sua expressividade para muito além da verdade, em sua tentativa de intensificar e amplificar. (DONDIS, 2003, p.147) [Grifos nossos].

Nas obras do Surrealismo, este recurso foi bastante utilizado, o que é explicável por ter sido um movimento que valorizou a expressão do inconsciente sem compromisso em relação à representação realista, ficando bem evidente, no quadro de René Magritte (**Figura 47**)

²⁰ João Gomes Filho, (2000, p. 72) apresenta o conceito de escala também em outros sentidos além do dimensional, como por exemplo, a escala tonal, comparação entre um objeto claro em relação a outro escuro e em relação a outro ainda mais claro. Neste trabalho, somente trata-se de escala de tamanho.

Figura 47: René Magritte, "Les Valeurs Personnelles", s/d.



Fonte: Magritte Foundation.

Na publicidade uma das propagandas mais famosas, usou o recurso de minimização, para incrementar as vendas do *Fusca* no mercado americano da década 1960, época em que a população valorizava os grandes carros como símbolo de status. (**Figura 48**)

A tentativa de inserir o carro nos Estados Unidos já havia fracassado anteriormente, em 1946, por ter associação com o país do Nazismo, sendo pejorativamente chamado de “carro de Hitler”. (VIDA DE AGÊNCIA, 2011). Assim, a propaganda de 1960, que tratava a facilidade de estacionar e a economia como vantagens, se diferenciou da de outros veículos que normalmente ocupavam grande parte das páginas, mostrando as qualidades do pequeno automóvel de forma contrária. Minimizado numa página em branco e junto ao slogan “*Think Small*”, o pequeno Fusca tornava-se um grande carro.

Figura 48: Propaganda do Fusca, de 1960.



Fonte: Vida de Agência.

Tratada pela linguagem da escala de tamanho, a figura feminina feita por J.Carlos algumas vezes foi exagerada, como na capa da edição nº 393, onde aparece menosprezando os homens que esmolavam sua atenção. Em outros momentos a mulher foi minimizada. Na capa da edição nº407, ela é apresentada bem menor e abaixo do ser que aparentemente a seduz. (**Figura 49**)

Figura 49: Capas de "Para Todos..." nº393 e nº407, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista.

O recurso da escala pode ainda ser reforçado pelo uso da profusão de elementos, aumentando a significação desejada, como na (**Figura 50**). Nessa capa, um homem está desorientado, reduzido diante de muitas pernas femininas que o seduzem.

Figura 50: Capa de "Para Todos..." nº477, de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Voltando ao que já foi dito sobre a caricaturização, percebe-se que as duas linguagens, caricatura e desenho realístico, foram utilizados simultaneamente, pois, a figura masculina é **caricatura**, tendo o corpo com aproximadamente o tamanho de duas cabeças. A expressão do rosto, principalmente pelo nariz colorido de vermelho, também reforçam a comicidade do personagem. Por outro lado, as pernas femininas (se forem consideradas as partes dos corpos que estão fora da cena) usam o cânone de sete cabeças, portanto, são de proporções realistas, além de serem valorizadas pelo tamanho maior do que o do homem (somente a perna feminina já é do tamanho do homem inteiro) – **exageração** – e pela grande quantidade de pernas que se sobrepõem e se misturam. – **profusão**. Este recurso será visto a seguir.

5.1.3. PROFUSÃO: O RUÍDO MODERNO

Segundo o dicionário Aurélio, (FERREIRA, 2008, p. 657), profusão significa superabundância, esbanjamento, desperdício. Quanto ao ponto de vista formal, podem-se observar as explicações de João Gomes Filho:

A profusão é uma técnica visual que também apresenta o fator de complexidade em termos de apresentação de numerosas unidades informacionais na elaboração de um objeto ou de uma composição. As manifestações visuais resultantes são muito carregadas e tendem a apresentação de elementos adicionais, muitas vezes supérfluos, e de detalhes, que enfatizam uma obra, uma composição ou um objeto, mediante o fator de ornamentação. (GOMES FILHO, 2000 p.81)

A princípio, imagina-se que a superabundância de elementos esteja somente relacionada ao caos e à bagunça, à desordem e à poluição visual.

No entanto, após uma atenta observação de diversas obras de artes visuais que utilizam este recurso, é possível constatar que o excesso de elementos pode ser organizado tornando-se, exatamente, o interesse compositivo. Outros fatores, como a escolha das cores e formas, seu posicionamento, tamanho e frequência (repetição) vão interferir na informação transmitida, podendo, ou não, traduzir desordem e caos.

Para Dondis (2003, p.146) “a profusão é uma técnica de enriquecimento visual associada ao poder e à riqueza.” Traduz-se em acréscimos que, “numa concepção ideal, embeleza através da ornamentação”. (DONDIS, 2003, p.146)

A profusão decorativa nos objetos, na arquitetura e nos ambientes está, muitas vezes associada à estética kitsch, que “atinge seu momento de apogeu na época do triunfo da burguesia” (MOLES, 1994, p.85) e caracteriza a época da expansão do consumo de bens industrializados, por volta do final do século XIX.

O termo *kitsch* tem origem alemã com significado próximo de trapacear, falsear. Origina-se na tradição de fazer móveis novos a partir de móveis velhos. É também a denominação dada à cópia, à mercadoria ordinária que imita o autêntico. Liga-se ainda à acumulação, ao prazer pelo excesso. (MOLES, 1994, p.10)

O termo adquiriu conotações negativas, associadas ao mau gosto, devido a arquitetos e designers funcionalistas, que por volta de 1930, pregam a ideia de que qualquer item que seja apenas decorativo não deveria existir e que apenas a funcionalidade teria que reger as composições.

A frase “*Menos é mais*” e a lembrança do título do famoso texto do arquiteto Aldof Loos “*Ornamento e crime*”²¹, foram repetidos entre os modernistas e se tornaram certezas entre os profissionais de arquitetura e design, fazendo com que toda uma geração se formasse sem questionamentos sobre isto²².

O estilo Art Déco, nome apresentado pela primeira vez na Exposição de Paris de 1925²³, de artes industriais decorativas, inclui edifícios de arquitetura e composições de design e artes profusamente decorados. “Durante muito tempo o Art Déco foi considerado a antítese do Art Nouveau e do modernismo em geral, mas tem afinidade com ambos.” (DEMPSEY, 2003 p.134). Embora o estilo já existisse bem antes de 1925, é a partir desse momento que se expande por todo o mundo.

Hullburt (1989, p.32) analisa, não sem preconceito, o Art Déco e a ligação do homem com o ornamento:

²¹ Em 1908, o arquiteto Aldof Loos, escreveu um texto com o título “Ornamento e crime” que condenava o uso de decorações na arquitetura. “Menos é mais” é uma frase do arquiteto Mies Van der Rohe, no período funcionalista, fase mais austera do modernismo.

²² A partir dos últimos anos da década de 1960, começa a haver uma revalorização do ornamento e da profusão como organização compositiva, especialmente nos projetos de design gráfico, se intensificando depois, na década de 1980, com a entrada definitiva do computador como ferramenta de trabalho e criativa.

²³ A exposição de 1925, em Paris foi uma iniciativa patrocinada pelo governo, concebida em 1907 com o propósito de encorajar a cooperação e a colaboração entre artistas, artesãos e fabricantes de manufaturas e de promover a abertura de mercados exportadores para as artes aplicadas francesas. Durante a sua longa preparação seus designers estavam antenados com os acontecimentos no universo da arte, por isso muito do que se tem nos movimentos do cubismo, fauvismo, futurismo, expressionismo e da abstração se reflete nas linhas, formas e cores do Art Déco. (DEMPSEY, 2003 p. 135).

Alguns dos mais extremados esforços desse estilo só produziram trabalhos que podem ser descritos como kitsch. Todavia, este movimento só veio reafirmar que o apego do homem a tudo que é ornamental ou decoração superficial, sem significados mais profundos, não pode ser deixado de lado tão facilmente. (HULBURT, 1969, p.32)

Julietta Sobral (2007, p19) explica que no Brasil, os modernistas mais radicais, inquietos com a busca pela limpeza das formas, se ocuparam principalmente da arquitetura e das artes plásticas, áreas de maior visibilidade, deixando de lado as demais manifestações, entre elas as artes gráficas, onde os artistas puderam se manifestar sem essa preocupação e utilizaram soberbamente os excessos decorativos do estilo Art Déco.

O Art Déco preenchia o imaginário popular e vice-versa, numa modernidade cosmopolita e assumidamente frívola. Uma visão da vida moderna bem distante da austeridade racional e ascética dos movimentos modernistas. (SOBRAL, 2005 p.144).

Essa atmosfera frívola e de fantasia é conseguida nos desenhos de J.Carlos por meio da grande quantidade de elementos visuais: A intensa ornamentação dos fundos de páginas, a superposição de imagens, a diversidade de personagens e objetos em uma mesma cena, o detalhamento das roupas com texturas e grafismos e o esmerado uso das poucas cores disponíveis pelos recursos gráficos da época, conseguem equilibrar-se dinamicamente no gracioso traço de Jota Carlos.

Hulburt (1989, p.33) analisa que “o panorama da Art Déco era tão espetacular e tão frequentemente excessivo, que tornava muito difícil separar o que era bom do que era ruim”.

Mas, avaliar o que é bom e o que é ruim depende de um critério, e, se este critério estava baseado nos parâmetros modernistas, de racionalidade e redução de ornamentos, muito pouco do que se enquadrava no estilo Art Déco, poderia ser considerado bom.

Sob um critério comunicacional, as composições baseadas na profusão sejam elas edifícios, objetos, obras de arte visuais ou peças gráficas, envolvem uma maior dificuldade de compreensão de suas mensagens.

O uso da profusão como recurso compositivo pode transitar entre a variação e a repetição de cores, formas e tamanhos dos elementos compositivos. Não se trata aqui de comparar profusão x economia, mas, sim, de perceber utilizações diferentes da profusão. Para ilustrar esse conceito, duas obras podem ser observadas: uma de Jackson Pollock e outra de Wassily Kandinsky

Figura 51: Obra de Jacson Pollock, “Mural”, de 1943.



Fonte: JAKCSON POLLOCK

A *action painting*²⁴ de Pollock (**Figura 51**) embora tenha sido feita de forma gestual, sem uma estrutura planejada, mantém uma repetição de formas, trabalhadas numa espécie de fluxo: – as pinceladas se unificam criando uma linha ininterrupta que determina todas as regiões de branco e cores. A pouca variação de formas, linhas e cores, cria regularidade e unidade mesmo dentro da profusão de elementos que apresenta. A repetição cria um ritmo.

A profusão com repetição de elementos está presente em algumas das capas de J.Carlos, determinando movimento ritmado. Geralmente estas capas possuem como temática as danças e festas, temas recorrentes nos desenhos do artista. (**Figura 52**)

Já no caso do quadro de Kandinsky não existe repetição de formas e não há nenhuma regularidade no uso de cores, linhas e grafismos. A composição é imprevisível. Os elementos flutuam sobre o fundo escuro. (**Figura 53**)

²⁴ “A *action painting*, termo criado pelo crítico Harold Rosenberg em seu escrito seminal, “The American action painters” (ART News, dezembro de 1952) chamava atenção para o declarado engajamento corporal do artista na pintura respingada de Pollock, nas pinceladas violentas de De Kooning e nas formas ousadas, monumentais em preto e branco de Kline.” (DEMPSEY, 2003,p.189)

Figura 52: Capas de "Para Todos..." nº 578 e nº580, de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista.

Figura 53: Obra de Wasily Kandinsky, "White Cross", 1922.



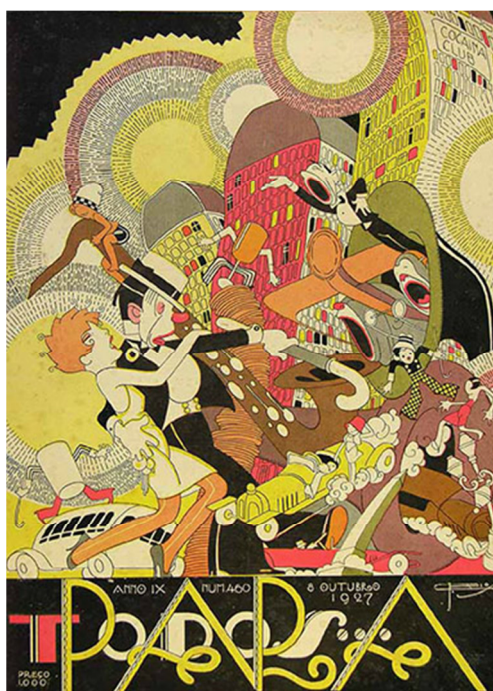
Fonte: GUGGEHEIM

Quanto menor a variação (aumento da repetição) maior a sensação de unidade e consequentemente maior a ideia de ordem.

De forma inversa, quanto maior a variação (poucas repetições) maior a sensação de desordem e confusão. A informação torna-se mais complexa e é mais difícil apreender a mensagem

A profusão de elementos foi um recurso usado também para demonstrar o burburinho da cidade. Na capa de "*Para Todos...*" nº 460 (**Figura 54**) o uso de elementos bem diferentes entre si, transmite ao caos urbano, com carros, edifícios, avião e muitos detalhes gráficos que envolvem o casal no centro da cena.

Figura 54: Capa de "*Para Todos...*" nº 460, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

J.Carlos utilizou tanto a economia, quanto a profusão (na maioria delas), Nas composições onde escolheu a profusão, transitou entre a variação e a repetição, entre a ordem e a desordem.

Parece que escolheu intuitivamente, a partir do que o tema lhe sugeria, relacionando a profusão de elementos visuais à profusão de ruídos da cidade moderna, o barulho do carnaval, o movimento das danças, o clima festivo do entre guerras. De modo oposto, elegeu a economia para enfatizar a moça e sua pose. (**Figura 55**) Sobre um fundo de cor lisa, ela aparece com mais importância na página. Esta foi uma escolha menos frequente nas composições de J.Carlos. Em

geral, durante toda a sua obra foi mais comum o uso da decoração também nos fundos de página.

Figura 55: Capas de “Para Todos...” nº 469 e 470, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Serão vistos a seguir, os personagens, cenários e temáticas, abordando-se como a caricaturização e os conceitos de profusão (x economia) e exagero (x minimização) produziram mensagens.

5.2. PERSONAGENS, CENÁRIOS E TEMÁTICAS

As capas das revistas "*Para Todos...*", em geral, não tinham nenhum vínculo com o conteúdo da revista. Também, normalmente, eram atemporais, não tendo nenhuma relação com os fatos do momento, exceção feita aos períodos de Carnaval e de Natal em que as capas, geralmente, continham desenhos com estas temáticas.

Como já foi dito, os únicos textos presente nas capas eram o nome da revista e as informações de número, data e preço. A fonte utilizada para escrever o título variou durante a existência da revista e em algumas vezes participou como elemento da cena.

Em muitas revistas tem-se apenas a figura feminina, sem que exista uma cena definida, conforme aparece nas imagens já mostradas anteriormente. (**Figura 55**). Mas, na maioria das capas, a figura feminina contracenava com outros personagens e se envolve em situações que vão do cotidiano ao imaginário, Usando quase sempre uma dose de comicidade, um equilíbrio na profusão de formas, linhas e cores e escalas inusitadas, os desenhos de J.Carlos para as capas de "*Para Todos...*" promoveram um discurso visual, abrangendo os temas e debates da modernidade, falando da mulher, para a mulher e para todos.

5.2.1. CASAMENTO E FILHOS

No início do século XX, as mulheres da classe alta, tinham o casamento como principal alternativa de vida e eram treinadas para desempenharem os papéis de boa mãe e boa esposa. O casamento era, via de regra, um interesse das classes mais elevadas da sociedade, a fim de preservar o patrimônio das famílias.

A lei civil brasileira até 1916, herdada de Portugal, subordinava as esposas aos maridos, deixando-as sem poder para gerir seus próprios bens herdados, ou mesmo para tomar decisões importantes sobre os filhos e sobre si mesmas. Os maridos, definidos legalmente como cabeça do casal tinham poderes para proibir que a mulher seguisse uma carreira profissional e o pai tinha o poder de decisão sobre o casamento dos filhos.

Nas famílias menos abastadas, em caso de necessidade, algumas mulheres já participavam de funções remuneradas, com o intuito de complementar a renda familiar, mas eram ainda raras aquelas que tinham como interesse próprio, e possibilidade concreta, outra expectativa de vida que não fosse o casamento. Além disso, "o casamento legal era sinal de *status* que os pobres raramente alcançavam" (BESSE, 1999, p.14)

Durante o correr da década de 1910 essa situação foi se modificando. Com a passagem da economia de agricultura que tinha a produção da subsistência familiar dentro de casa, para uma vida urbana, que necessitava de itens produzidos fora do âmbito doméstico, o trabalho feminino no interior do lar foi sendo, cada vez mais, desqualificado em comparação ao trabalho masculino. Também, a pressão pelo consumo de produtos industrializados e serviços que se impuseram com o avanço do capitalismo proporcionaram outros desejos de vida às mulheres. O

contato com as ruas, inicialmente permitido para que elas fizessem as compras de itens necessários para a sobrevivência da família, foi se tornando cada vez mais sedutor e importante na vida social feminina, dando origem a figura estereotipada da mulher como compradora compulsiva, que se vê até hoje nas propagandas de lojas e *shoppings*.

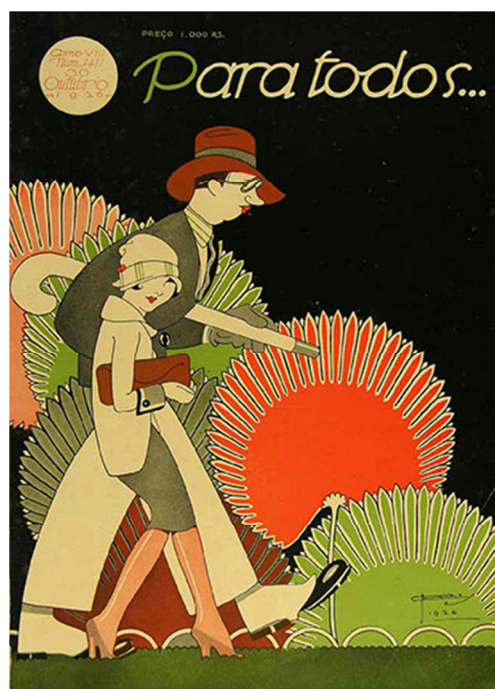
A nova economia de mercado também oportunizava a possibilidade de trabalho fora casa, já que a necessidade de mão de obra aumentava proporcionalmente ao aumento na quantidade de produtos industrializados e de serviços oferecidos. Mas, apesar do aumento nas ofertas de trabalho remunerado, as ideias sobre emancipação feminina e o desejo de independência eram de poucas. E, já que os salários para as mulheres eram inferiores aos pagos para os homens e em geral insuficientes para que elas tivessem uma vida confortável, um bom casamento, continuava a ser, se não a única, ainda uma boa opção de vida. Um bom casamento significava antes de tudo conseguir um bom provedor, em condições de proporcionar segurança econômica e conforto para a esposa e os filhos. (BESSE, 1999; MALUF, 1989; OLIVEIRA, 2010; PRIORE, 2007; SCHPUN, 1999)

Na capa da revista *"Para Todos..."* nº 411 (**Figura 56**) o uso da escala é, provavelmente, empregado para dar este sentido. O marido, apresentado em tamanho bem maior, é "superior" à mulher. Esta, no entanto, tem um olhar matreiro direcionado ao leitor da revista. Parece que deseja mostrar o tipo que conseguiu, e desfila confiante a seu lado. O homem olha para o chão e tem uma postura curvada, como se tivesse que arcar com o peso da situação que os próprios homens estabeleceram. Era tão difícil para um homem reconhecer que precisava do trabalho da mulher para complementar a renda da casa, assim como era difícil para as mulheres casadas trabalharem fora de casa, em trabalhos que realmente valessem a pena, e ainda cumprir as exigências impostas a elas no âmbito da casa. No entanto uma situação financeira confortável também não era para muitas famílias e manter-se como único provedor da casa, nem sempre era tão fácil. Talvez fosse a visão do próprio J.Carlos, um homem que trabalhou duramente para o sustento de cinco filhos.

Interessante notar que neste desenho J.Carlos não utiliza as proporções de caricatura, embora use diferença de escala entre o homem e a mulher, cada um deles tem aproximadamente a medida de sete cabeças e meia. É como se ele

tratasse a cena como uma situação real. Já na edição seguinte, nº 412 (**Figura 43**), usa a proporção de duas cabeças para representar várias mulheres, que com seus trajes de trabalho são lideradas por um anãozinho. (Uma análise dessa capa já foi feita na página 85, quando se tratou das proporções na caricatura.) Nesse caso, como já foi visto, pareceu ridicularizar e diminuir o poder do suposto chefe, em contradição ao “verdadeiro chefe”, o chefe de família.

Figura 56: Capa de “*Para Todos...*” nº411, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Essas capas são de 1926, época em que as questões feministas estão em pleno debate. Desde 1918, com o fim da Primeira Guerra, a entrada da mulher no mercado de trabalho se deu de forma mais efetiva, inicialmente devido a necessidade de reconstrução dos países afetados e crises econômicas em várias partes do mundo. Em seguida também se deu a “adoção pelas próprias mulheres do valor burguês do trabalho, o que promovia seu desejo de maior autossuficiência econômica e realização profissional.” (BESSE, 1999, p.143)

Nessa época, com a redução do trabalho de âmbito doméstico, as mulheres das classes médias e altas foram se tornando ociosas e sua vida enfadonha contribuía para a idealização do trabalho fora de casa como forma de realização

peçoal. Além disso, o trabalho assalariado feminino era de importância no crescimento econômico e na modernização do país.

Porém a grande maioria dos críticos sociais continuava considerando o emprego das mulheres um mal necessário, imposto pelas contingências da vida moderna. E insistiam em que ele não devia alterar a definição de feminilidade nem transformar a consciência feminina, nem interferir no cumprimento, pelas mulheres, de seus deveres domésticos. (BESSE, 199, p.147)

O trabalho assalariado das mulheres solteiras passa a ser bem aceito em funções que não ferissem as idéias estereotipadas sobre a natureza feminina e enquanto ela tentava encontrar um marido. Assim, por um lado uma onda de ideias feministas chegava da Europa, junto com a civilização nos moldes parisienses, e dos Estados Unidos, com o *glamour* do cinema. Mas por outro lado, muitas mulheres acreditavam que a melhor opção para suas vidas ainda era ter um bom casamento.

A capa da revista "*Para Todos...*" nº375, parece evidenciar essa contradição. A figura feminina, desenhada em proporção de sete cabeças e meia, tem aparência que condiz com a das atrizes de *Hollywood*, especialmente pelos gestos das mãos. O desenho do cavalheiro, embora incompleto, também é feito em proporção de sete cabeças e meia, e, como na capa vista anteriormente, numa escala maior que a da figura da mulher. Completando a cena, um automóvel, símbolo de *status* e o próprio nome da revista, formando uma espécie de estrada que leva visualmente a moça aos pés do rapaz (sugerido fora da página).

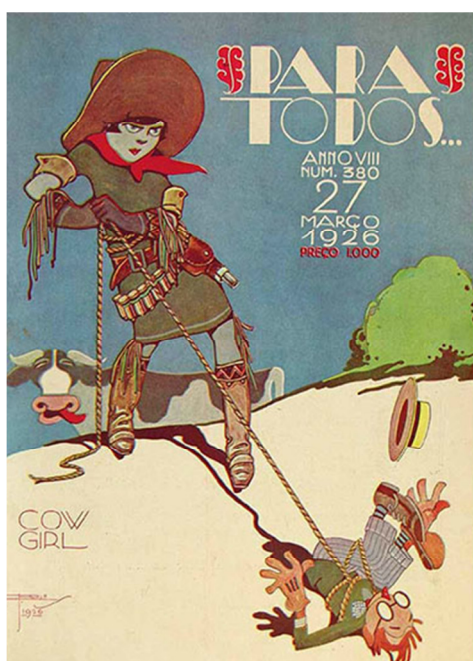
Figura 57: Capa de "*Para Todos...*" nº575, de 1929.



Fonte: Jota Carlos em Revista

No acervo de capas de "*Para Todos...*" são somente esses dois (Figuras 56 e 57) os desenhos em que a figura masculina não apareça como caricatura. Em geral, os homens são os almofadinhas, ou estão subjugados à mulher, ridicularizados, sempre com narizes vermelhos e cara de bobos. (**Figura 58**)

Figura 58: Capas de "*Para Todos...*" nº 380 e nº385, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Este parecia ser o outro lado da moeda. O discurso da mulher que desprezava o casamento. Se esta não era ainda uma possibilidade real, fazia parte do imaginário da época uma avaliação ruim sobre a instituição do casamento, pelo menos sobre o casamento como tinha sido até então: um arranjo pelo interesse de famílias. Mas ao mesmo tempo rejeitava-se também o fato de uma mulher ficar solteira, sendo tratadas, até pelas próprias mulheres, pelo termo pejorativo de solteironas.

Mônica Raisa Schpun (1999, p.90) analisa que o investimento na aparência era grande e as revistas publicavam inúmeras propagandas de produtos de beleza, bem como receitas para tornar-se mais belas e graciosas, justamente pelos preconceitos que pesavam sobre as mulheres que não conseguiam se casar:

o combate de cada uma pela beleza, para atrair para si os olhares masculinos, está vinculado à inserção social. O investimento feminino na apresentação física é o signo de um acordo tácito sobre as vantagens sociais trazidas pelo estatuto de esposa. (SCHPUN, 1999, p.90)

O contraste entre os dois lados da questão é sutilmente apresentado por J.Carlos, quando ele, na função de chargista e também de diretor de arte, escolhe colocar em páginas consecutivas uma charge de sua autoria, que aborda o assunto, ironicamente, justaposta à cobertura fotográfica do casamento de pessoas da sociedade. No primeiro exemplo (**Figura 59**) uma senhorita é cortejada por três homens que estão atrás dela, com ofertas que ela esnoba. O fato de estarem visualmente atrás também é significativo da posição que eles ocupam na situação. No segundo exemplo (**Figura 60**), a charge com título “*A primeira etapa*” mostra uma garotinha, na cadeira, pronta para que o cabeleireiro corte seu cabelo. Ela, embora bem pequena, já sabe o que quer e deseja o corte à *garçonne*, que é um símbolo feminista. Sua mãe e o cabelereiro, bem maiores do que ela, estão atrás. Aqui a palavra atrás, seria não apenas visualmente, mas também poderia ser sinônimo de ultrapassados.

Este uso do desenho de charges em confronto com a fotografia, formando um questionamento sobre o fato real – nesse caso, um casamento – aconteceu em várias edições e em várias situações, como também citou Julieta Sobral:

Lentamente o desenho ganhou espaço até ocupar a página inteira, primeiro caricaturando celebridades, depois criando charges 'mundanas' de conteúdo não politizado e, finalmente, ocupando o segundo editorial. No entanto, mesmo nas fases em que foi mais utilizado, a disputa com a fotografia parece estar sempre presente. (SOBRAL, 207, P.121)

Figura 59: Charge e página fotográfica em "Para Todos..." nº 278, de 1924.



- O 1º - Dar-lhe-ia um palácio em Petrópolis.
 O 2º - Eu depositaria aos vossos pés um diadema.
 O 3º - Eu punha às vossas ordens pão, café, açúcar...

Fonte: Jota Carlos em Revista

Figura 60: Charge e página fotográfica em "Para Todos..." nº 289, de 1924.



PRIMEIRA ETAPA:
A GAROTINHA: – À “la garçonne”, sim?

Fonte: Jota Carlos em Revista

A mãe, apresentada nesta charge é uma “matrona”. Fora dos padrões de beleza *hollywoodianos* que já começavam a ser impostos às mulheres nessa época, ela estava, mesmo, ultrapassada. O papel da mãe começava a mudar também. No acervo de capas analisadas, somente duas apresentam a figura da criança. Nos dois casos, a criança é uma menina, veste-se na moda e caminha lado a lado com sua mãe. Isto parece representar as novas orientações que as mães dariam a suas filhas a partir de então.

Figura 61: Capa de "*Para Todos...*" nº 591 e nº 608, de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Perceber a mulher em novas possibilidades de vida era, então, urgente e necessário e assim, J.Carlos investiu na figura da melindrosa. Representando muito do que as mulheres desejavam na época, mas, ao mesmo tempo questionando e satirizando seu comportamento.

5.2.2. A MELINDROSA E O ALMOFADINHA

Os movimentos de moda não se resumem ao vestuário. Abrangendo entre outras coisas, a linguagem e comportamentos, eles identificam um modo de vida e evidenciam distinção social.

Os personagens mais famosos de J.Carlos, a melindrosa e o almofadinha, presentes em várias capas de revistas e inúmeras charges, sintetizavam um espírito esnobe que simbolizava modernidade.

Os magazines franceses e ingleses do início do século XX apresentavam os etilos a serem seguidos, que foram retomados por J.Carlos. Herman Lima (1963, v3, p. 1082) o glorifica como “criador” da melindrosa e do almofadinha:

Estando ainda entre suas glórias de não menor apreço, com certeza, a de ser o criador da Melindrosa, que o futebol e o banho de mar matariam depois, com o seu companheiro o Almofadinha, para dar lugar às garotas de Copacabana e aos Tarzãs de alfaiate, mas que imperou, de maneira absoluta, por dez anos da vida carioca. (LIMA, 1963, v.3 p.1082).

A sociedade moderna reduziu as possibilidades da moda masculina tirando os adereços dos trajes românticos. Esse despojamento que tornou a vestimenta dos homens neutra e sóbria traduziu a mentalidade que valorizava o trabalho das classes burguesas, o esforço e a economia. Às mulheres sobrou dar continuidade “aos símbolos de luxo, sedução, de frivolidade”, (LIPOVÉTSKY, 2009, p.107) mas, ao mesmo tempo, era por intermédio do luxo das esposas, filhas e amantes que muitos homens estabeleciam seu status. Ao mesmo tempo em que, homens e mulheres diferenciavam-se por seus trajes, o início do século XX traz uma tendência à busca pela igualdade. Os questionamentos relativos ao papel da mulher na sociedade e o desejo por direitos iguais, traduz-se na moda das mulheres cortarem os cabelos curtos e os hábitos de fumar, beber e dirigir automóveis. Por outro lado os homens excessivamente preocupados com a aparência física, representam o outro lado da mesma moeda.

Assim, para compartilhar as ansiedades e alegrias de mulher moderna, a melindrosa precisava de um par a altura. Era o almofadinha, não menos cheio de problemas existenciais, que iria então dividir com ela os encantos das páginas de J.Carlos.

O almofadinha de J.Carlos, afetado e excessivamente preocupado com a elegância, remonta a estética dos *dândis*. (**Figura 62**) O nome, almofadinha, provavelmente, originou-se do hábito de passar maquiagem de pó de arroz, no rosto, com uma almofadinha. Também associa-se às decorações de luxo, excessivamente ornamentadas com móveis almofadados, rejeitados no novo conceito moderno que valorizava a simplicidade e o funcionalismo. A almofada era, nas palavras do cronista Álvaro Moreyra um símbolo de “um luxo de épocas decadentes” (OLIVEIRA, 2010, p.186).

Afetado e afeminado, o almofadinha faz o par perfeito com a mulher que naquele momento desejava desprezar os homens.

Figura 62: Cartum em “Para Todos...” nº 214, de 1923.



O almofadinha — Está detestável esse creme-soda.
Leva isso *garçon* e adiciona um pouco de pó de arroz com Água de Colônia.
Fonte: Jota Carlos em Revista

Os *dândis* se destacavam na sociedade inglesa desde o século XVIII, pelo esmero de seus alfaiates e por um modo artificial de falar e de agir.

Para os *dândis* a futilidade era uma atitude deliberada, que lhes exigia um esforço, uma construção complexa de si mesmo, uma espécie de máscara ou fachada em que deviam acreditar e fazer-se crível perante a sociedade, julgando a beleza como única forma de celebrar o mundo e evitar o vazio da existência.

Baudelaire, poeta francês, considerado um dos precursores do Movimento Simbolista é um dos nomes lembrados como exemplo de dandismo, e ele mesmo elogiava o heroísmo do dândi que resolvera viver e até dormir diante de um espelho.

Embora pareça paradoxal, a frivolidade que parece um modo leve e despreocupado de vida está associada a uma dificuldade: “é uma conquista lenta e difícil, frágil, pois ameaçada continuamente por recaídas [...] uma obrigação que é preciso cumprir”. (BOLLON, 1993, p.182)

É como se o dândi além de ter de viver diante do espelho somente devesse “refletir a parte que ele que oferecer aos olhares dos outros.” O dandismo acaba por

se tornar “um pacto quase satânico, no fim do qual o dândi vende ou abdica de sua alma em troca de uma beleza exterior perfeita.” (BOLLON, 1993, p.184)

A estética do dândi também é abordada no romance de Oscar Wilde, “*O retrato de Dorian Gray*”, de 1891, cuja figura retratada por um artista é o símbolo da eterna beleza, a imagem que nunca irá envelhecer.

A valorização desse modo de vida leviano e frívolo vem à tona novamente a partir de 1918, com o final da I Guerra Mundial. O período entre 1919 e 1929 é conhecido como anos loucos. A França é o centro da vanguarda artística e lança moda para o mundo todo. Toda uma geração traumatizada pelas desgraças da guerra só desejava celebrar a vida e viver o presente. Fervilhavam os cabarés e os ritmos animados como o *Jazz* e o *Charleston*.

As mulheres que já vinham sendo inseridas no mercado de trabalho durante a guerra, substituindo em muitos casos a mão de obra masculina, agora entravam em uma nova discussão sobre seus papéis na sociedade. A moda *garçonne*, com cabelos curtos e uma tendência andrógina, que achatava os seios e reduzia as formas femininas em vestidos retilíneos, relacionava-se com estas questões e, também, com influências da arte:

Como ignorar a influência considerável das correntes da arte moderna na transformação democrática da moda após a Primeira Guerra Mundial? A silhueta da mulher dos anos 1920, reta e lisa está em consonância direta com o espaço pictórico cubista feito de panos nítidos e angulares, de linhas verticais e horizontais de cores uniformes e de contornos geométricos, faz eco ao universo tubular de Léger, ao despojamento estilístico empreendido por Picasso, Braque, Matisse, depois de Manet e Cézanne. (LIPOVÉTSKY, 2009, p.90)

Assim se configurava a roupa das melindrosas. O costume de beber e fumar também simbolizava a determinação das mulheres de se igualarem aos homens. Por outro lado, o excesso de rendas e as transparências de tecidos vaporosos nas roupas recuperavam o que havia de feminino e sensual. Muitas figuras dessa época aproveitam uma inspiração oriental vinda dos figurinos do estilista Poiret que um pouco antes, por volta de 1910, colocou em desuso o espartilho e lançou modelos que tinham a cintura alta, marcada abaixo do busto (Figura 63)

A nova silhueta já havia cativado o público ao ser apresentada nos exóticos figurinos orientais desenhados por Leon Bakst, durante a temporada europeia do Balé Russo de Sergei Diaghilev, entre 1909 e 1911. Poiret ofereceu às parisienses uma coleção em que elas podiam se vestir como as heroínas das *Mil e uma Noites*. E elas aceitaram. No Rio de Janeiro essas ideias foram rapidamente assimiladas. (FEIJÃO, 2011, p.128).

Figura 63: Capa de “Para Todos...” nº 437, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Algumas capas de “Para Todos...” retratam e satirizam esta situação de desconforto em relação aos costumes até então masculinos como acontece na edição nº 401 de 1926. Nessa imagem a mulher está atônita diante de um enorme cigarro. (**Figura 64**) A exageração dos elementos como a vela o cinzeiro, o cigarro, a caixa de fósforos e a própria expressão dos olhos parece indicar o despreparo feminino em relação ao novo costume. A mulher é representada com as proporções de aproximadamente duas cabeças e meia, caricaturizada como uma boneca. Seu cabelo, com uma aura amarela, tem sutilmente algo da representação que poderia ser usada para o fogo. Seriam seus pensamentos? Por fim também é possível perceber no fundo escuro uma forma de cor azul que poderia ser uma janela, mas também parece um ponto de exclamação.

Assim também, o ato de beber era um hábito novo entre as mulheres. A escala exagerada e a profusão trabalham outra vez para significar o despreparo da

melindrosa para o hábito de beber. Ela aparece entorpecida entre as taças coloridas bem maiores do que ela. (**Figura 64**)

Figura 64: Capas de “Para Todos...” nº 401, de 1926, e nº 462, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

O almofadinha aparece, às vezes, sendo seduzido pelas mulheres. Sua aparência é sempre caricata. É um pretendente? É um bobinho a mercê das mulheres? Talvez esta fosse uma maneira de ridicularizar o costume dos *flirts*²⁵, ou de colocar em evidência o papel do conquistador como um direito tacitamente masculino. Sendo a cena inversa tratada como caricatura, num primeiro olhar poderia parecer que apresentasse a preferência da mulher moderna por um homem dominável, um boneco a seu serviço. Mas, ao mesmo tempo, poderia se tratar da tentativa de revelar uma incapacidade feminina para lidar com a mudança de papéis. (**Figura 65**)

²⁵ *Flirt* – ou flerte era uma forma inconsequente de namoro: o que se chama hoje de paquera, bem comum entre as moças e rapazes durante os passeios pelas novas avenidas da cidade, ou nos cinemas, tornava-se uma preocupação para as famílias que receavam que suas filhas ficassem mal faladas.

Figura 65: Capas de "Para Todos..." nº 384 e nº 416, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Se a mulher era a protagonista do *flirt*, as proporções do desenho eram sempre as da caricatura.

Figura 66: Capa de "Para Todos...", nº475, de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A caricaturização da figura masculina, representada pelo almofadinha, se dava também pela necessidade de confirmação da diferença entre gêneros. As vozes sobre a homossexualidade eram então bastante veladas, “sendo as normas de gênero cuidadosamente policiadas pelo discurso médico, religioso, político e legal” (OLIVEIRA, 2010, p.181) Assim, enquanto a moda *à garçonne* traduzia o avanço feminino na busca pela igualdade social, a afirmação ostensiva da masculinidade era a contrapartida. Tornando-se imperiosa na manutenção do território masculino, a moda discreta, de trajes escuros e sóbrios, também contribuía para simbolizar o burguês bem sucedido:

O vestuário precioso da aristocracia, signo da festa e do fausto, foi substituído por um traje que exprime as novas legitimidades sociais: a igualdade, a economia, o esforço. Espoliação dos homens do brilho dos artifícios em benefício das mulheres, estas sim destinadas a dar continuidade aos símbolos de luxo, de sedução, de frivolidade. (LIPOVÉTSKY, 2009, p. 104)

Nesse contexto, os cronistas, de um modo geral, e os desenhos implacáveis de J.Carlos, criticaram ferozmente o comportamento dândi, ridicularizando aqueles que, segundo eles, podiam ser enquadrados no que consideravam como figuras dúbias. (OLIVEIRA, 2010, p.181-187)

Figura 67: Capa de “Para Todos...” nº496, de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Na capa da revista nº496 (**Figura 67**) é bem aparente a sátira que apresenta o almofadinha com medo de um camundongo, comportamento inaceitável no código imposto ao masculino. Interessante notar que a figura parece usar uma máscara de palhaço. Em muitas capas a figura do almofadinha tem nariz vermelho, confirmando a comicidade da situação.

5.2.3. CARNAVAL

A importância do evento carnavalesco para a vida carioca foi, desde cedo, indiscutível. Hoje, o luxo, a erotização e as tecnologias que invadem os desfiles de escolas de samba são assuntos disputados pela imprensa, mas, não foi diferente com a simplicidade dos carnavais no tempo de J.Carlos.

O tema Carnaval estava presente durante o ano todo nos jornais e nas revistas. Segundo Orlando de Barros, prefaciando Coutinho (2006, p.15) a cobertura da festa “era do interesse de quase toda a população em suas diferentes camadas sociais” e assim haviam cronistas especializados em carnaval, que disponibilizavam matérias durante o ano inteiro. Nos meses antecedentes, produziam um “esquentamento” criando expectativa e ansiedade. Durante o ano noticiavam as campanhas de arrecadação e os almoços de confraternização. Promoviam as marchinhas e as peças de teatro que tinham quadros carnavalescos. Também davam notas sociais sobre pessoas e sobre as organizações, como clubes e cordões.

A revista *"Para Todos..."*, mesmo depois da festa, publicava durante várias semanas imagens dos bailes e eventos sociais carnavalescos. Nas semanas que antecediam o evento, havia uma preparação, nos anúncios, nas vinhetas, e nos textos. Era quase uma convocação.

No Brasil os festejos carnavalescos foram introduzidos pelos portugueses, com o Entrudo. A festa também teve influências dos bailes de máscaras italianos, mas só veio a se tornar o carnaval brasileiro próximo do que se conhece nos dias de hoje, quando o negro passou a participar efetivamente com ritmos e contribuições da sua cultura. Antes participava apenas na produção dos limões de cheiro, que os foliões de origens mais nobres atiravam uns nos outros. Por essa época os ritmos

mais frequentes eram a valsa, a polca e a mazurca incorporando posteriormente danças de origem africanas (COSTA, 1997).

Devido aos abusos nas brincadeiras, o Entrudo passou a sofrer represálias e proibições legais. Alguns pesquisadores atentam para o fato de que o ataque ao Entrudo no início do século XX estava em consonância com o espírito de mudança daquela época, e que rejeitar todos os costumes e valores do colonizador português era dar espaço a modernidade, copiando as regiões elitizadas da Europa, especialmente a França e as maneiras parisienses.

Assim o carnaval brasileiro foi sofrendo mutações e novos divertimentos foram tomando o lugar de antigos. Os responsáveis pela realização das festas passam a estar separados em classes sociais distintas. Na Revista “*O Malho*”, nº 1274 de 12 de Fevereiro de 1927, encontra-se um texto, assinado por Adalberto Mattos, que mostra esta distinção entre camadas sociais e apresenta um panorama dos festejos do carnaval carioca nessa época.

O Carnaval de hoje é o curso monótono, com decorações de mau gosto, só permitido aos ricos. Outr’ora quem se divertia realmente era o povo, o entrudo era o “pivot” dos divertimentos, não custava nada e era bem mais engraçado que os de ether e outras drogas nocivas aos olhos e a pelle. O entrudo tinha um encanto especial, tinha o “limão de cheiro” e as seringadas irreverentes nos colarinhos duros, nas cartolas pelludas e babados engomados...
(Revista O Malho, 12 de Fevereiro de 1927, p.26)

A pesquisadora Maria Isaura de Queiroz relata lembranças de carnaval, vividos por sua família, desde avós e bisavós, e vai através delas situando as mudanças nas festas acontecidas décadas de 1920 a 1940.

No curso da Avenida Paulista, meu pai recomendava ao motorista: “Não vá rente às calçadas, vá na fila do meio!” Pois o povaréu se amontoava nas calçadas, vendo passar os automóveis com as belas fantasias, e não se sabia o que poderia tentar algum “engraçadinho” mais ousado.(QUEIROZ, 1999)

A autora explica que a “promiscuidade” fora pouco a pouco se tornando intolerável fazendo com que as famílias da camada superior fossem deixando as ruas para aqueles que não eram de “sua classe social”. Também a produção e importação maciça de automóveis fechados, não conversíveis, fez com que o Corso desaparecesse de vez e assim as classes mais abastadas, que haviam inicialmente

sido promotoras e participantes das festividades de rua, passavam agora a espectadores dos blocos e cordões promovidos pelas camadas populares. Era uma nova fase na história carnavalesca, chamada inicialmente de Carnaval Veneziano e, mais tarde, Grande Carnaval onde despontavam os grandes bailes de salões em clubes e sociedades. Nestes bailes valorizavam-se, então, as máscaras e as fantasias, como uma forma de se permitir certos excessos sem que se fosse reconhecido.

J.Carlos trouxe para seus desenhos os dois lados. As ruas e os salões. E já que o tema permitia, a técnica da profusão foi usada com capricho. No documentário *“A figura da capa”* o cartunista Cássio Loredano comenta a importância daqueles desenhos na cobertura jornalística de carnaval, explicando que eles eram talvez mais realistas que as próprias imagens fotográficas, pela movimentação que J.Carlos dava às figuras e aos detalhes dos trajes, enquanto as fotografias, principalmente as mais antigas, eram sempre estáticas. (**Figura 68**)

Figura 68: Cobertura de Carnaval em "*Para Todos...*" nº480, de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A estilista Jaqueline Di Biase, que produziu uma coleção de roupas inspirada na obra do artista, para a marca *Salinas*, completa o comentário de Loredano, dizendo que parecia que J.Carlos estava desenhando de dentro do bloco carnavalesco. Também é interessante notar os diferentes tipos que representou em suas imagens:

Figura 69: Profusão na ilustração carnavalesca.



Fonte: LOREDANO; TRIGO, 1999, p.86.

Figura 70: Charge em "*Careta*", 1935



Fonte: LIMA, 1963, V.2, p. 521.

J.Carlos usou a diferença de escalas para evidenciar e dar significação ao lado dionísico da festa: Na capa que antecede o carnaval, a festa é representada por uma figura diabólica em escala bem maior do que os foliões. Já na capa pós-carnavalesca, um cupido delicado e pequenino encerra a brincadeira, levando pela mão uma colomina fatigada. Agora o carnaval está representado pela diminuta

figura. A postura de cansaço e o tamanho da moça em relação ao cupido transmitem bem o espírito de fim de festa e o iminente dia seguinte. (**Figura 71**)

Figura 71: Capa de "*Para Todos...*" nº584 e 586 de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista

De acordo com os ditames da mitologia grega, dois deuses se opunham na organização do mundo: Apolo, estruturando a vida cotidiana e rotineira, simbolizando a ordem e a harmonia; e Dionísio, representando a desordem e a transformação da rotina em prazeres e excessos. A festa carnavalesca estaria explicada sob esta visão dionisíaca, da transformação do cotidiano em momentos onde a inversão dos valores se tornasse essencial, podendo assim os homens “reproduzir suas aventuras, soltar suas vontades, realizar seus sonhos recônditos, dar vida às fantasias frustradas” (SEBE, 1986, p.14).

Em outra capa, a mulher desdenha do pierrô apaixonado, que se torna um boneco em suas mãos. (**Figura 72**) A caricatura, a profusão e a escala estão presentes nesta imagem para dar a mensagem da festa, que se aproximava.

Figura 72: Capa de "*Para Todos...*", nº 425, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Nas quatro edições que a seguem, utilizando o triângulo amoroso da Comedia Dell'Arte italiana²⁶, Arlequim, Colombina e Pierrot, J. Carlos conta uma história sequenciada durante quatro semanas.²⁷

Na primeira semana, (publicada antes do carnaval) Arlequim está seduzindo a Colombina, sob o olhar triste e apaixonado do Pierrot. Ao lado, a caricatura de uma lua, com ar maroto de cumplicidade. Os três personagens, flutuam sobre guizos no clarão da noite enluarada. Os edifícios pequeninos no canto inferior da imagem situam os personagens “no céu”, acima da cidade e da rua, já indicando que o que acontece neste momento carnavalesco está fora da realidade, fora do cotidiano. A imagem toda é um convite à luxúria carnavalesca.

Na segunda semana, Pierrot atônito, tem diante de si, o Arlequim, que acabara de matar.

²⁶ Comédia Dell'Arte era uma forma de teatro popular de rua, frequente na Itália do século XV, onde eram famosos os personagens Arlequim, Colombina e Pierrot

²⁷ O texto deste capítulo reproduz trechos do artigo "*Para Todos...: uma história de carnaval*" publicado na Revista Tuiuti Ciência e Cultura nº 46 (ALENCASTRO, 2013).

Na terceira semana, Pierrot vitorioso, leva nos ombros sua amada, que, sem se importar com nada, também cai na folia. Ela, indiferente à morte do Arlequim, oferece sua cabeça em uma bandeja. O Ambiente é sol a pino.

Na última capa da série, publicada na semana após o Carnaval, o diabo se apresenta em destaque, finalizando a folia. A imagem é toda em fundo escuro e todos estão no nível do chão. O diabo varre, de maneira sorrateira, os restos da festa e de todos aqueles que, nas imagens anteriores, se apresentavam como protagonistas das histórias de carnaval.

Na última capa da série, publicada na semana após o Carnaval, o diabo se apresenta em destaque, finalizando a folia. A imagem é toda em fundo escuro e todos estão no nível do chão. O diabo varre, de maneira sorrateira, os restos da festa e de todos aqueles que nas imagens anteriores se apresentavam como protagonistas das histórias de carnaval.

Atrás de tudo, com olhar de desdém, a colombina, agora numa fantasia mais adequada às moças de família, vai “saindo de cena” pela fenda da cortina negra. Ainda se pode perceber em sua roupa, pompons da fantasia do Pierrô e losangos da roupa do Arlequim, indicando que uma marca dessas histórias ela ainda levaria consigo. (**Figura 73**)

Este recurso aproveitava a economia de impressão que era feita quando quatro capas tinham que ser impressas simultaneamente e foi utilizado várias vezes por J.Carlos.

Figura 73: Capas de Carnaval, "Para Todos...", n^{os} 426, 427, 428 e 429, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

5.2.4. CIDADE, CARROS, AUTOMÓVEIS, PROGRESSO

As grandes transformações urbanas do Rio de Janeiro nas primeiras décadas do século XX, já apresentadas no terceiro capítulo deste texto, deram aos cidadãos novas experiências de vida. Colocada como símbolo principal dessas mudanças, estava a Avenida Central, que em 1912, passou a chamar-se Avenida Rio Branco.

Núcleo de uma pretensa modernidade, serviu inicialmente de cenário para o desfile da sociedade abastada, que ostentava seus trajes e modos ensaiados de andar, comportando-se de acordo com um código de elegância ditado pelas revistas que reproduziam em fotos e ilustrações as modas que vinham da Europa e, principalmente, de Paris.

Durante a primeira metade do século XX, foram construídos diversos prédios feitos para sede de importantes instituições como a Companhia Docas de Santos, Clube de Engenharia e as sedes dos jornais mais importantes da época. A introdução de meios de transporte mais velozes, como o bonde elétrico e o automóvel também contribuiu para a necessidade de avenidas alargadas e deu espaço a um modo de vida mais acelerado.

A velocidade já vinha sendo tratada visualmente de maneira entusiasmada por artistas futuristas na Europa, que usando técnicas de repetição e profusão de elementos bem representavam a movimentação da vida moderna.

Assim, os meios de transportes, do carro ao avião, a iluminação elétrica das ruas, a aparência dos altos edifícios e o andar apressado dos cidadãos tornaram-se temas frequentes nas artes. No cinema, foram tratados tanto positivamente como por uma visão crítica, em vários filmes como: *“Berlim, sinfonia de uma metrópole”* (1927), de Walter Ruttmann; *“Um homem com uma câmera na mão”* (1929) de Dziga Vertov e mesmo no Brasil, produzido pelos irmãos húngaros Kemény, *“São Paulo, sinfonia da metrópole”* (1929). (AGRA, 2004,p.54)

As maravilhas das ruas pavimentadas e iluminadas, dos bondes elétricos, dos prédios luxuosos e dos grandes magazines conviveram nas charges de J.Carlos, com a crítica aos problemas do caos urbano, que já começavam a surgir, como por exemplo, os acidentes automobilísticos, a fumaça e o barulho excessivo.

Na capa da edição nº 612, de 1930 (**Figura 74**), é possível ver uma situação urbana. Representada em escala pequena em relação ao espaço da página, as pessoas: transeuntes, guarda de trânsito, vendedor de jornais – se misturam aos

automóveis e bondes. Os postes de iluminação mais uma das novidades desta época, também estão presentes. Mas, o interesse principal desta capa se dá pelo uso da tipografia repetida, remetendo à figura de um edifício com inúmeras janelas. Ao mesmo tempo, a repetição do nome "*Para Todos...*", e das cores usadas de maneira ritmada, parece transmitir visualmente a sinfonia da cidade, assim como nos filmes mencionados anteriormente. A escala que evidencia o prédio de letras reduz as pessoas, pulverizando-as no cenário urbano.

Figura 74: Capa de "*Para Todos...*", nº 612, de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista

As charges que utilizam a temática urbana e o aumento de automóveis nas ruas da cidade foram frequentes principalmente em "*O Malho*" e em "*Careta*". As figuras do guarda de trânsito e dos motoristas (então chamados de choferes, ou *chauffers*). Hermes Lima (1963, p.460) descreve com especial entusiasmo uma delas, publicada em "*Para Todos...*" (**Figura 75**):

Ainda mais admirável é a página de "*Para Todos...*" de 19 de maio de 1928 – Por causa de uma barata: uma baratinha, a um canto, e, por todos os lados, inspetores de veículos, policiais de apito na boca, sinaleiros de braços abertos, guardas-civis em todas as direções [...]. A cena é dum movimento, duma vibração, duma vivacidade tão grande que as figuras que espirram do lápis do artista vão mesmo sair da página, projetam-se com autenticidade absoluta no fabuloso flagrante de nossas ruas. (LIMA, 1963, p.460)

Figura 75: Charge em "*Para Todos...*" nº492, de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

“Movimento, vibração e vivacidade” são as palavras, que empregadas pelo texto de Hermes Lima, mostram exatamente a significação que a profusão de elementos transmite. A presença desta técnica foi bastante frequente nos desenhos onde J.Carlos representou a dinâmica da cidade moderna.

Duas capas de "*Para Todos...*" mostram de forma caricata acidentes com automóveis. Este tema para a capa de uma revista de hoje é impensável, a menos quando o objetivo é sensacionalista, mas na época, pelas possibilidades do desenho de humor tornava-se interessante e engraçado. Assim, tanto é possível perceber o

status que tinha o proprietário de um automóvel, como também o perigo iminente que representava. É possível perceber, ainda, a mistura entre a cidade que se impunha como uma agressão aos resquícios de uma vida menos urbana, pela presença nas cenas de animais como galinhas, porcos e patos.

Figura 76: Capas de "*Para Todos...*" nº476, de 1928 e nº616, de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista

5.2.5. PRAIA

A crescente urbanização com aumento populacional e formas inadequadas de habitação deu origem às frequentes epidemias que assolaram o Rio de Janeiro no início do século XX. Por isso, as reformas urbanas, das quais já se falou no terceiro capítulo, vieram acompanhadas de um grande programa sanitarista, que determinava medidas de saúde com vacinação em massa e regras de comportamento visando higiene tanto no espaço público, como no privado. Assim, os discursos higienistas passaram a fazer parte do contexto das pessoas, sendo apresentados tanto por decretos ditados pelo governo, como pelos jornais e revistas que apresentavam por meio de crônicas, fotografias e charges, os vários pontos de vista sobre a situação.

Paralelamente a isso, uma maior participação da mulher no espaço público, dando-lhe uma visibilidade que antes não tinha, modificou de certa forma o conceito de beleza associado ao feminino, ao mesmo tempo em que demandou uma confirmação dos modos de diferenciação de gêneros.

Nesse contexto, aconteceu uma crescente valorização do corpo: dando-se inicialmente pelo estatuto da saúde foi ganhando, depois, outros contornos que se traduziam pela busca da beleza, instituída dentro de padrões radicais, como os que até hoje se pode observar. As revistas passaram a divulgar todo tipo de cremes, maquiagens, artifícios, receitas caseiras e produtos cosméticos, inicialmente ancorados na cientificidade e forjados pela justificativa da busca por uma vida mais salutar.

Pelos mesmos motivos, e também pelas possibilidades trazidas pelos automóveis, o turismo de veraneio, os esportes e o lazer público foram incrementados, passando a fazer parte da vida das elites. Junto a isso, caía por terra a própria expressão simbólica sobre as mulheres, que saindo aos poucos do confinamento a que eram presas no século anterior, lutavam por espaço na sociedade, não desejando mais o aspecto doentio e melancólico cantado em verso pelos poetas românticos.

Nessa busca pela saúde e pela beleza, a praia, com seus efeitos benéficos, se impôs na vida moderna e, devido ao clima muito quente, estabeleceu-se definitivamente no modo carioca de viver. Desbancando as temporadas nas localidades serranas, como Teresópolis e Petrópolis, as praias da cidade, principalmente Copacabana, passaram a ser o grande palco dos verões desde as primeiras décadas do século XX.

Essa mudança de pensamento pode ser bem observada numa página de *"Para Todos..."* no verão de 1925:

Figura 77: Verão em Copacabana, "Para Todos..." nº364, de 1925.



O VERÃO DE COPACABANA

É o mar que faz sorrir? Ou é a machina do photographo? Efeitos do ar salitrado? Ou o desejo moderno, bem ao contrario de outr'ora, quando a gente gostava de fingir de triste, tristíssima...

ALGUNS INSTANTANEOS NA PRAIA

O tempo quente augmenta a população do lindo bairro, à beira do oceano. O chic, hoje, é fazer o verão em Copacabana, nas areias amáveis daquele recanto da cidade. Quem sobe a serra está fora de moda, sobrou...

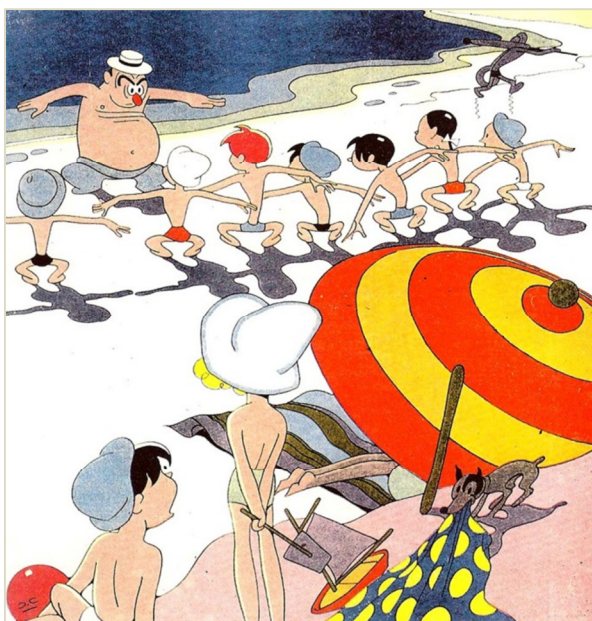
Fonte: Jota Carlos em Revista

Com a exposição cada vez maior dos corpos, também vieram todo o tipo de exclusão, valorizando os jovens e fortes em detrimento de velhos, obesos ou excessivamente franzinos, a publicidade vendeu (e vende) corpos e aparências irreais e variadas formas de sonhos e sedução.

SCHPUN (1997, p.27) analisa que no Brasil, além de tudo, na época em que se instituíram esses paradigmas de valorização da forma física havia como “cúmplice um imaginário nacional repleto de otimismo chauvinista: o Brasil, nação jovem, destinada ao futuro, se oporia assim ao velho mundo decadente do após-guerra.” (SCHPUN,1997, p.27). O Rio de Janeiro, além de ser a capital federal, e pretender se mostrar ao mundo neste sentido, contava com clima quente e grande quantidade de praias que a partir das reformas à beira-mar, tornaram-se propícias para passeios, prática de esportes e banhos.

J.Carlos era, segundo os registros de Loredano e Ventura (1998), um frequentador habitual da praia, constituindo este um dos seus poucos momentos de lazer, junto com a família. E, se “o bonde era o seu laboratório” como disse várias vezes, a praia não era diferente. Ele aproveitou o cenário e os banhistas para satirizar os novos costumes e difundir modas.

Figura 78: Charge em “Caretta”, de 1935.



CULTURA FÍSICA

–Que é que eles estão fazendo?

–Você é bobo! Não está vendo? Estão fazendo ginástica.

–Os pequenos vão ficar barrigudos, também?

Fonte: LOREDANO; VENTURA, 1998.

A sociedade brasileira havia desprezado as atividades físicas durante muito tempo, já que se tratava de algo considerado até então como moralmente degradante. Devido aos trabalhos braçais dos escravos que lhes davam músculos volumosos, a atividade que desenvolvesse qualquer semelhança física com esta aparência não era bem vinda. Do mesmo jeito a exposição solar, que escurecia a pele, era totalmente evitada, principalmente pelas mulheres. Elas, nas raras vezes em que saíam de casa, portavam suas sombrinhas enfeitadas, “evitando sair nos horários mais ensolarados, a fim de preservar um tom pálido, macilento, funéreo, sinal de distinção daqueles que não precisavam trabalhar sob o sol” (SEVCENKO, p.561).

A passagem para uma valorização do corpo se deu de formas diferentes para homens e mulheres. Enquanto para os homens eram incentivadas as atividades competitivas, para as mulheres eram indicadas as danças e ginásticas ritmadas, constituindo disciplinas corporais adequadas aos ditames de gênero da época.

SCHPUN (1997, p.35) apresenta as orientações de “Fernando de Azevedo, educador e um dos principais defensores da educação física para crianças” dadas no número 2 da revista “*Sports*”, de São Paulo, para moças e mulheres em geral. Nesta revista o educador “prescreve” jogos infantis, ginástica sueca, dança clássica ao ar livre, pequenos passeios, marchas de pouca duração e natação, não se esquecendo de destacar que se referindo às danças, estão excluídas “as danças modernas de salão, à noite em salas mal arejadas”. (SCHPUN, 1997, p.35) Em resumo, o educador explica que os exercícios que mais convém às mulheres “são os que aumentam a flexibilidade e os que estão sujeitos às leis da cadência e do ritmo, e se tornam, por assim dizer a poesia da locomoção” (SCHPUN, 1997, p.35).

Na capa de “*Para Todos...*” nº 569 (**Figura 79**) três moças parecem estar num balé aquático, que se apresenta dentro destas orientações. Para representar seus movimentos e ritmo, J.Carlos utiliza uma repetição de elementos e brinca com as formas e cores dos cabelos que se transformam em ondas. Já, por outro lado, as formas e cores das roupas, lembram sol, mas, ao mesmo tempo dão uma discreta sensualidade ao desenho, pois também sugerem a pele de serpentes.

Figura 79: Capa de "*Para Todos...*" nº569, de 1929.



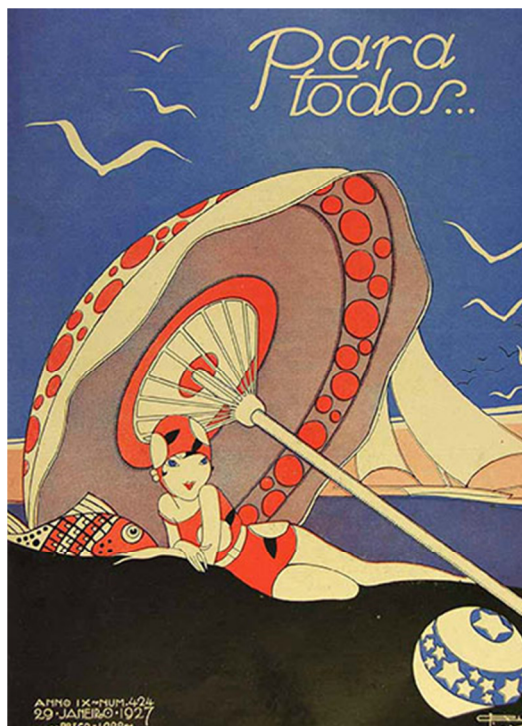
Fonte: Jota Carlos em Revista

As imagens apresentadas nas páginas das revistas vão se modificando com o passar das décadas. No início do século o prefeito Pereira Passos estabelece normas de uso para o balneário, a partir da inauguração da Av. Beira-Mar e em 1917, impõe severa vigilância que disciplina “o banho de mar, impondo limites de horários para evitar insolação, proibindo barulho em excesso e o uso de trajes indecentes” (OLIVEIRA, 2010, p.199), mas com o tempo o hábito de mostrar o corpo vai se naturalizando e os maiôs vão sendo reduzidos.

Mesmo assim, as representações de J.Carlos para as figuras de mulheres na praia ainda estavam longe da sensualidade exagerada que foi se estabelecendo nas capas de revistas com o passar do tempo. As imagens tinham algo de infantil, como sugerido pelo educador físico que escrevia na revista Sports, citado anteriormente.

Assim na capa de "*Para Todos...*" nº 424, uma mocinha está deitada na sombra de um guarda-sol gigante, que a protege. Perto dela objetos de brinquedo.

Figura 80: Capa de "*Para Todos...*" nº 424, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

A praia de Copacabana também se tornou importante para atrair turistas de vários lugares do mundo. Com a inauguração do Hotel Copacabana Palace, em 1923, muitos artistas e pessoas famosas visitaram o Brasil e banharam-se nos mares cariocas.

Também as cenas de atrizes de cinema nas praias estrangeiras e mesmo nos filmes de *Hollywood*, eram publicadas com frequência nas páginas de "*Para Todos...*" e, talvez, também servissem de inspiração para J.Carlos. Assim, o desenho na capa da revista nº421 parece estar de acordo com a foto da atriz (**Figura 81** e **Figura 82**)

Figura 81: Atriz brinca na praia, com um peixe de borracha.



Fonte: Jota Carlos em Revista

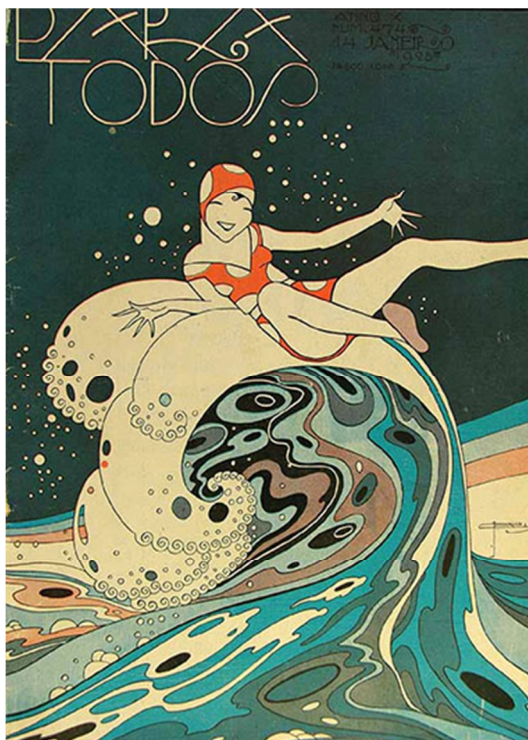
Figura 82: Capa de "Para Todos..." nº 421, de 1927.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Os usos da escala e a profusão de grafismos no peixe e na onda dão a significação de deleite que a brincadeira na praia promovia. Em outra capa, a mesma situação pode ser vista, pelo gigantismo da onda e a expressão de felicidade da menina, cada vez mais a vontade nos seus trajes de banho.

Figura 83: Capa de "*Para Todos...*" nº de 1928.



Fonte: Jota Carlos em Revista

5.2.6. FANTASIA E SEDUÇÃO

O tema da sedução foi quase sempre tratado através da fantasia. As poucas figuras que compartilharam espaço com as musas de J.Carlos, foram, além dos almofadinhas, os seres mitológicos, como os faunos e cupidos, ou imaginários como diabretes.

Essas figurinhas brincam com a mulher, quase sempre a envolvem em brincadeiras e movimentos como se quisessem seduzi-la. Em alguns casos a figura sedutora é grande, mas muitas vezes, são figuras pequeninas. A moça tem uma nudez velada, um braço lhe cobre o seio, mas a sensualidade da imagem é dada pela expressão do rosto. Entre aceitar ou não ao assédio, a interpretação fica a cargo do observador.

Figura 84: Capas de "Para Todos..." nº 395, de 1926 e nº 455, de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Figura 85: Capas de "Para Todos..." nº398, de 1926 e nº 611, de 1930.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Os Faunos²⁸, figuras da mitologia romana, representam a fecundidade e, por isso, de certa maneira, estavam associados ao ato sexual e a sensualidade. Eram figuras frequentes em graciosos desenhos nas capas de *"Para Todos..."*

Nas quatro capas apresentadas, embora a cena seja fantasiosa, a figura da mulher não está em representação de caricatura. Parece que a dimensão real da figura foi escolhida para dar mais sensualidade para estas composições, o que não aconteceria se a figura fosse caricata.

O mesmo acontece em outra capa onde a moça é envolvida por um grupo de diabretes que parecem querer brincar com ela, cada um levando nas mãos um coração. A moça, em escala bem maior, parece não se abalar diante da possível tentação do amor.

Figura 86: Capa de *"Para Todos..."* nº392, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

²⁸ Fauno – Demônios dos campos e das florestas, semelhantes aos Sátiros da mitologia grega que tem a forma Meio-homens meio-bodes. Originam-se da lenda de que na procissão das Lupercálias, uma espécie de cerimônia de purificação, os jovens mostravam-se vestidos apenas com uma pele de cabra e açoitavam as mulheres com correias de couro cru. Atribuía-se a essa flagelação a virtude de tornar as mulheres fecundas. A figura do Fauno, portanto, tem o significado de fecundidade.
KURY, Mario da Gama. Dicionário de mitologia grega e romana. 8ª ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2009.p.147

Na edição seguinte, já apresentada anteriormente, parece que os diabretes foram substituídos por homens reais, em tamanho pequeno, que são desprezados pela mulher. A posição e a escala são semelhantes, o que torna mais fácil fazer associação entre um desenho e outro.

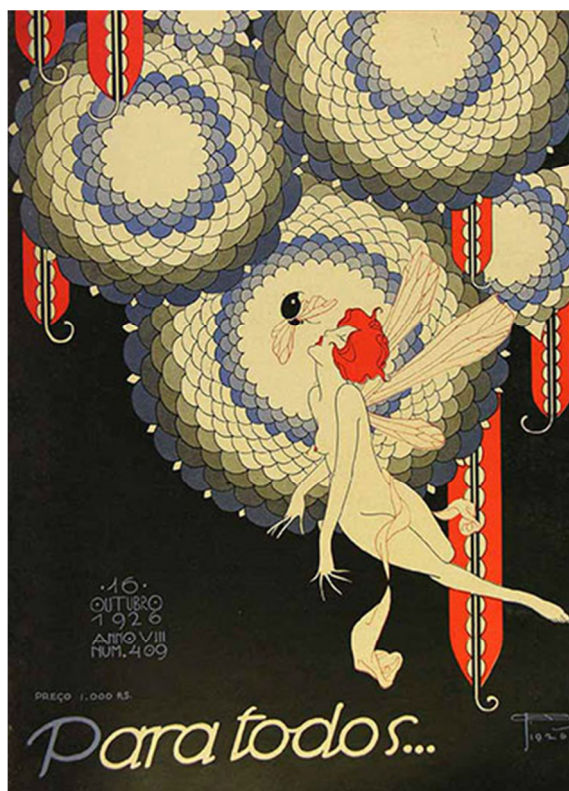
Figura 87: Capa de "*Para Todos...*" nº 393, de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

Outra situação apresenta a própria mulher numa representação fantasiosa. É ela própria que voa como uma libélula entre formas que parecem flores esperando a polinização, ao mesmo tempo em que beija delicadamente outro inseto. Como em todos os casos vistos anteriormente, a figura não é caricatura, embora a cena seja irreal.

Figura 88: Capa de "*Para Todos...*", nº 409 de 1926.



Fonte: Jota Carlos em Revista

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Antes de responder questões e confirmar ou descartar hipóteses, esta pesquisa traz outras perguntas e abre mais investigações, tanto no que concerne ao alfabetismo visual tratado por Dondis (2003), quanto à importância do desenho como forma de comunicação.

O que se alcançou aqui foi apenas uma das possibilidades. Trouxe-se à tona o trabalho de J.Carlos, um artista do século passado, com o propósito de investigar as mensagens inscritas em seus desenhos. Dentro de sua extensa produção foi feita uma escolha, a figura feminina. Ele próprio nunca escondeu sua preferência pelas temáticas que envolviam as mulheres e por isso entre seus bonecos e calungas, destacou-se a melindrosa.

Houve a intensão particular de reverenciar a grandeza da obra de J.Carlos, pela constatação da beleza e do capricho em cada desenho observado. Na caminhada em direção à figura da mulher pelas linhas de J.Carlos em *"Para Todos..."* muitos outros horizontes se apresentaram.

Foi preciso conhecer a história da cidade do Rio de Janeiro, na época, capital federal, com suas demandas pela modernização aos moldes europeus. Observou-se nesse processo o que havia de contraditório no plano civilizatório, percebendo-se que o que foi ditatorialmente excluído pelos poderes governamentais, revelou-se por meio das charges de J.Carlos. Conhecer a História pelo lado satírico, contada por quem a viveu, foi, além de divertido, talvez, mais verdadeiro. Neste trabalho embora as admiráveis charges em *"Careta"* e *"O Malho"*, em quantidade numerosa, pudessem ter sido pesquisadas por diversos ângulos de observação, optou-se pelos desenhos das capas da revista *"Para Todos..."*.

O estudo das charges, com os vários tipos desenhados por J.Carlos, mostrou que o Rio de Janeiro é, e sempre foi, uma cidade de muitas raças, de várias caras. Histórias contadas no dia a dia e que se misturam, especialmente, para viver o Carnaval. Segundo Di Cavalcanti, "a força incomensurável do mundo carnavalesco carioca tem qualquer coisa de sagrado. É a compreensão do divino por uma raça em flor." (SOIHET,2008, p.79)

Este teria sido outro percurso. Bastante sedutor, diga-se de passagem. Segundo Ronaldo Vainfas, prefaciando Raquel Soihet (2008), "embora o Brasil seja reputado como país do Carnaval, a historiografia demorou a se interessar pelo tema." Vários enfoques poderiam se dar para pesquisar o Carnaval, inclusive do ponto de vista

da Comunicação Visual. “*O Carnaval de J.Carlos*” é o título do livro organizado por Cássio Loredano e Luciano Trigo (1999) com uma coletânea de trabalhos do artista. Mas neles, tudo ainda está para ser observado com mais cuidado. Tem-se aí, portanto, muitas opções de pesquisa.

O primeiro contato com a obra de J.Carlos foi a capa de “*Para Todos...*” nº 436, apresentada no início deste trabalho (**Figura 1**). Essa capa, onde uma mulher caminha confiante em direção ao leitor da revista, seguida por uma legião de homens, suscitou perguntas que até agora não querem calar. Ela era mesmo a dona da situação? O que fazia a força visual daquela imagem?

Os estudos de gênero fizeram um pano de fundo para compreender o que as tantas imagens de J.Carlos quiseram dizer, mas não foram centrais nesta pesquisa, posto que o interesse principal eram as técnicas de comunicação visual. Foi importante conhecer o trabalho de tantas mulheres que lutaram contra os preconceitos e a discriminação, contribuindo para que hoje seja possível estar aqui, estudando e escrevendo sobre nossa própria condição. Foi preciso olhar a mulher sob o ponto de vista de J.Carlos e compreender sobre quais mulheres ele falava em “*Para Todos...*”. Como falava. E perceber, num olhar de soslaio, sobre quais quase nada se falou, porque nunca lhes foi dado o direito de fazer parte da história.

Ainda assim, foi pelo desenho gracioso de J.Carlos que, sem precisar de palavras, muita coisa foi dita. Ele não se esqueceu de representar nenhum dos tipos do povo carioca daquela época. Se isso não aconteceu em “*Para Todos...*” foi feito nas charges de “*O Malho*” e “*Careta*”. E, às vezes, confrontando desenho com fotografia, questionou o que parecia ser certeza revelando aquilo que muitos não queriam enxergar.

Ele ficou mais conhecido como chargista, o melhor de seu tempo, “O Rei dos calungas”, na opinião de Herman Lima (1950; 1963). Mas, além disso, foi possível observar seu trabalho exemplar como designer gráfico, algo já levantado por Julieta Sobral (2005; 2007) em “*O Desenhista Invisível*” e aprender com as soluções que empregou, numa época em que a diagramação de páginas não contava com as facilidades do computador.

Também foi relevante o estudo sobre a revista como mídia, embora o tema seja extremamente amplo, pois cada revista talvez possa ser comparada a uma praia, com mares, cenários e frequentadores diferentes e fiéis. Em cada uma, um prazer específico, “numa trama invisível”, “num jogo no qual estão envolvidos sujeitos produtores e

receptores em um movimento de intensa coafetação” (TAVARES; SCHWAAB, 2003, p.27).

Observar os discursos visuais de J.Carlos em *“Para Todos...”* foi como abrir os olhos para o que é visto nas revistas de agora. O que, por exemplo, as revistas de hoje “prescrevem” para as mulheres? Com que recursos visuais o fazem?

A pesquisa sobre revistas, desde seus primeiros tempos até seu funcionamento na forma digital, traz as perguntas constantemente formuladas pelos textos organizados e escritos por Frederico Tavares e Reges Schwaab (2003). O que faz de uma revista, uma revista? O que a difere de um jornal? O que a faz continuar sendo revista, quando ela passa a ser digital? As questões sobre as lógicas envolvidas no “jornalismo revistativo” (TAVARES, 2003, p.81) estão em aberto para os pesquisadores da área de Comunicações, pois foi visto que, comparativamente ao grande número de pesquisas sobre jornais, ainda é muito pequeno o número de pesquisas sobre revistas.

Também é muito pequena, ou quase inexistente, a pesquisa sobre a ilustração desenhada nos meios jornalísticos. Há alguma coisa sobre infográficos, um pouco mais sobre caricatura e desenho de humor. Mas a ilustração narrativa é observada quase sempre em livros, mesmo assim são pouquíssimos os estudos se comparados a grande quantidade de trabalhos que focalizam a mensagem fotográfica.

Assim, escolheu-se como forma de análise duas entre as várias técnicas de comunicação visual propostas por Dondis (2003) para buscar significação dos desenhos de J.Carlos nas capas de *“Para Todos...”*: uso da escala e quantidade de elementos. Além disso, também foram estudadas as proporções das figuras e as condições que definem as características dos desenhos de humor.

A importância desse estudo se deu porque aparentemente os desenhos de J.Carlos em *“Para Todos...”* não são charges como as de *“Careta”* e de *“O Malho”*. Nestas duas revistas, não há dúvidas de que se trata de críticas e comentários satíricos, que têm o papel de intervir com parcialidade, apresentando mais uma visão sobre algum fato que se conhece por um único ângulo. O papel das charges é sempre este. Apontar duramente para aquilo que ainda não se viu.

No entanto, os magníficos tratamentos visuais em estilo Árt Déco e a primorosa leveza das melindrosas, mesmo não sendo charges, no sentido estrito da palavra, não privaram as capas de *“Para Todos...”* das sutilezas da ironia. Mas elas foram feitas com tanta elegância que ficaram ocultadas pela grandeza da obra de arte. Então, diante de tanta beleza, qualquer traço preconceituoso do artista foi sempre perdoado: seu “riso” sobre o almofadinha; as sátiras sobre o comportamento das moças modernas e as

vezes em que as tratou como objeto de sedução. A linguagem que usou, embora tivesse estratégias próprias também teve influências de artistas contemporâneos a ele, ou anteriores, pois os discursos, em geral, são coletivos, de um tempo, de um grupo, de um lugar.

J.Carlos foi uma antena receptora das falas da sociedade. Retransmitiu e também interpretou, a seu modo, tudo que fazia parte de seu tempo, revelando muito daquilo que ele próprio viveu. Talvez em algum momento tenha sido implacável diante dos novos costumes, mas não se pode esquecer o quanto suas melindrosas contribuíram para sugerir às mulheres outras visões de si mesmas, com mais confiança em sua própria importância, vislumbrando uma possibilidade de existência que não fosse à sombra do homem. Ainda que naquele momento fosse uma condição remota, o fato de se tratar do tema já era o primeiro passo. Ridicularizar o salário irrisório de uma datilógrafa podia parecer perverso, mas ao tocar no assunto, já se começava a discuti-lo.

A cidade remodelada no início do século XX apresentava pela primeira vez o espaço público como um direito feminino. A mulher era convocada a adornar as ruas. Nas revistas ilustradas, não somente J.Carlos, mas também muitos outros, entre escritores, fotógrafos e desenhistas, representaram a sensualidade das mulheres que circulavam pelas avenidas, atrelando sua graça à beleza da cidade. Nas suas crônicas explicitaram seus receios quanto à moça moderna, mas ao mesmo tempo exaltaram seu jeito de ser. Assim, num ir e vir de percepções, tanto ajudaram a construir a imagem da mulher sensual como influenciaram nas conquistas femininas.

J.Carlos não fez nada sozinho; tudo que desenhou fez parte de um discurso maior, mas sobressaiu pelo delicado requinte de suas ilustrações. O estudo de sua obra como um todo tem muito mais a contribuir com a grande área da Comunicação, sendo esta dissertação um primeiro passo para aprofundamentos e trabalhos futuros.



REFERÊNCIAS

A FIGURA DA CAPA. *Documentário sobre J.Carlos*. Vídeo (54min04seg) Direção: José Brito Cunha, Fevereiro 2009. disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Tr_zaoh_yE4> acesso em 15/01/2013.

ABRIL. *A Revista no Brasil*. São Paulo: Ed.Abril, 2000.

AGRA, Lucio. *História da arte do século XX: ideias e movimentos*. 2ed. São Paulo: Anhembi Morumbi, 2006.

ALENCASTRO, Lucilia de Sá. *Revista "Para Todos...": uma história de carnaval*: In: Revista Tuiuti Ciência e Cultura nº 46, Curitiba: UTP, 2013. Disponível em: <http://www.utp.br/tuiuticienciaecultura/ciclo_4/tcc_46_programas/pdf_46/art14_revista.pdf> acesso em 07/09/2013.

_____. *Figuras em revista: a imagem desenhada conta a história*. In: 9º Encontro Nacional de História da Mídia. Ouro Preto, 2013.

_____. *Revistas e Internet*: In Revista Temática, Fevereiro 2013, ano IX, n.2. ISSN: 1807-8931. UFPB, João Pessoa, 2013. Disponível em: <http://www.insite.pro.br/2013/Fevereiro/convergencia_revista_internet.pdf> acesso em 07/09/2013.

_____. *Revistas e Internet*. In: IV ENPECOM, 2012, Curitiba, Anais do evento, ISSN: 1136-9147, UFPR, 2012. 1 CD-ROM.

_____. *Uma análise do design gráfico contemporâneo a partir do conceito profusão*. 2010. 47f. TCC (Especialização em Artes Visuais, Cultura e Criação) Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), Curitiba, 2010.

ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *Processos de impressão e reprodução no Brasil*. In: DENIS, Rafael Cardoso. (org.) O impresso no Brasil, 1808 a 1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

ARESTIZÁBAL, Irma. *J.Carlos, 100 anos*. Rio de Janeiro: FUNARTE/PUC RJ, 1984.

ARNHEIM, Rudolf. *Arte e percepção visual: uma psicologia da visão criadora*. S.Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

BARBOSA, Marialva. *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Rio de Janeiro, 2007.

BAUDELAIRE, Charles. *Escritos sobre arte*. Tradução e organização de Plínio Augusto Coelho. São Paulo: Hedra, 2007.

BENETTI, Marcia. *Revista e jornalismo: conceitos e particularidades*. in: TAVARES, Frederico de Mello Brandão; SCHWAAB, Reges. (orgs) *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

BESSE, Susan K. *Modernizando a desigualdade: Reestruturação da ideologia de gênero no Brasil 1914-1940*. São Paulo: Ed. USP, 1999.

BIBLIOTECA NACIONAL. Galerias: *Galeria Augusto Malta*. Disponível em: <<http://bndigital.bn.br/projetos/redememoria/galerias/maltaMHN/index.htm>> acesso em: 31/01/2013.

BOLLON, Patrice. *A moral da máscara: Merveilleux, Zazous, Dândis, Punks, etc.* Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BITTONI, Dulcília Helena Schroeder. *Mulher de papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira*. São Paulo, SP: Loyola, 1981.

CAETANO, Kati. *Presenças do sensível nos processos interacionais*. São Paulo: Revista Galáxia, n. 22, p. 12-24, dez. 2011.

CARDOSO, Rafael. *Origens do projeto gráfico no Brasil*. In: _____. (Org.) *Impresso no Brasil: 1808-1930: Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

_____. *Uma introdução à história do Design*. 3.ed. São Paulo: Edgard Blücher, 2008.

COTRIM, Álvaro. *J.Carlos: época, vida e obra*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

COUTINHO, Eduardo Granja. *Os cronistas de momo: Imprensa e Carnaval na Primeira República*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

D'INCAO, Maria Angela. *Mulher e família burguesa*. In: DEL PRIORE, Mary; BASSANEZI, Carla. (orgs.) *História das mulheres no Brasil*. 8ed. São Paulo: Contexto, 2006.

DEMPSEY, Amy. *Estilos, escolas e movimentos: Guia enciclopédico da Arte moderna*. São Paulo: Cosac & Naify, 2003.

DE PINS, Arthur. *Pin ups*. Disponível em: < www.arthurdepins.com > acesso em 21/06/2013.

DONDIS, donis A. *Sintaxe da linguagem visual*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

DO RIO, João. *Vida Vertiginosa*. Crônicas diversas, sobre a a época, sobre a cidade e sobre as novidades. Rio de Janeiro: H.Garnier, 1911.

EDMUNDO, Luiz. *O Rio de Janeiro do meu tempo*. Vol. 1, 2ed. Rio de Janeiro: Conquista, 1957.

ENDERS, Armelle. *A História do Rio de Janeiro*. 2ed. Rio de Janeiro: Gryphus, 2009.

FEIJÃO, Rosane. *Moda e modernidade na belle époque carioca*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2011.

FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Miniaurélio: o minidicionário da língua portuguesa*. 7ed. Curitiba: Positivo, 2008.

FONSECA, Joaquim da. *Caricatura: A imagem gráfica do humor*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.

FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir: Nascimento da prisão*. Petrópolis, Vozes, 1987.

FUNDAÇÃO CASA DE RUI BARBOSA. *Digitalização da Revista "O Malho"*. Disponível em: <<http://www.casaruibarbosa.gov.br/omalho/>> acesso em 28/01/2013.

GARCIA, Arthur. *Como desenhar ilustrações infantis: proporção, esboço, construção*. Curso básico de Desenho, Vol 09. São Paulo: Ed. Canaã, s.d.

GOMBRICH, E.H. *Arte e Ilusão*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

_____. *O Sentido de Ordem: Um estudo sobre a psicologia da arte decorativa*. Porto Alegre: Bookman, 2012.

GOMES, Eugênio. *A Caricatura na imprensa do Rio de Janeiro: Catálogo da Exposição*. Biblioteca Nacional/Ministério da Educação e Cultura. Rio de Janeiro, 1954. Disponível em: <http://objdigital.bn.br/acervo_digital/div_iconografia/icon1282509.pdf> acesso em: 26/03/2013.

GOMES FILHO, João. *Gestalt do Objeto: Sistema de leitura visual da forma*. 5.ed. São Paulo: Escrituras, 2003.

GUGGENHEIM. *Obras de Wasily Kandinsky*. <<http://www.guggenheim.org/new-york/collections/collection-online/artwork/1916>> disponível em 08/08/2013.

GUMBRECHT, Hans Ulrich. *Pequenas crises. Experiência estética nos mundos cotidianos*. In: GUIMARÃES, C.; LEAL, B.S. & MENDONÇA, C.C. (orgs.) *Comunicação e experiência estética*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2006.

GRUSZYNSKI, Ana Cláudia. *A imagem da palavra: Retórica tipográfica na pós-modernidade*. Teresópolis, RJ: Novas ideias, 2007.

_____. *Projeto gráfico: a forma de um conceito editorial*. In: TAVARES, Frederico de Mello Brandão; SCHWAAB, Reges. (orgs) *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

HEMEROTECA DIGITAL BRASILEIRA. *Periódicos digitalizados pela Biblioteca Nacional*. Disponível em: < <http://hemerotecadigital.bn.br/> > acesso em 28/01/2013.

HEYL, Anke Von. *A Arte Nova*. Portugal: H.F.Ullmann, 2009.

HOLLIS, Richard. *Design Gráfico: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

HPRINTS. *Capas de magazines e ilustrações* disponível em :
<<http://hprints.com/print.php?id=41782&u=1,15#41782>> acesso em 18 /07/ 2013;

JACSON POLLOCK, Biography, pains and quotes disponível em: <<http://www.jackson-pollock.org/mural.jsp>> acesso em 07/07/2013.

JOTA CARLOS EM REVISTA. *Digitalizações das Revistas “Para Todos...” e “O Malho”*. Disponível em <<http://www.jcarlos.org.br>> Acesso em Janeiro de 2013.

LAGO, Pedro Corrêa. *Caricaturistas Brasileiros. 1836/2001*. 2ed. Rio de Janeiro: Contracapa, 2001.

LAMBIK – COMICLOPEDIA. *Illustrated artists compendium*. Disponível em:
<<http://www.lambiek.net/comiclopedia.html>> acesso em 20/07/2013.

LAURENCIN Estampes & Dessins. *Gravuras de Gavarni*. Disponível em: <
<http://wwwcano.lagravure.com/gavarni.html>> acesso em 20/07/2013.

LIMA, Herman. *J.Carlos*. Rio de Janeiro: Serviço de documentação do Ministério da Educação e Saúde, 1950.

_____. *Historia da Caricatura no Brasil*. Vol.1,2,3 e 4. Rio de Janeiro: José Olympio Editora, 1963.

LIPOVÉTSTKY, Gilles. *O Império do Efêmero: a moda e seus destinos nas sociedades modernas*. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

LOREDANO, Cassio. *O bonde e a linha: um perfil de J.Carlos*. São Paulo: Capivara, 2002.

_____. ; TRIGO, Luciano. *O carnaval de J.Carlos*. Rio de Janeiro: Lacerda Editores, 1999.

_____. ; VENTURA, Zuenir. *O Rio de J.Carlos*. Rio de Janeiro: Lacerda Editores, 1998.

LUSTOSA, Isabel; TRICHES, Robertha. *O Português da anedota*. In: LUSTOSA, Isabel (Org.). *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2011.

_____. *Imprensa e impressos brasileiros: do surgimento à modernidade*. In: CARDOSO, Rafael (Org.) *Impresso no Brasil: 1808-1930: Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

MAGALHÃES, Henrique. *O Tico-Tico: 100 anos de encantamento*. 13 de Outubro de 2005. Disponível em: <<http://www.universohq.com/quadrinhos/2005/ticotico.cfm>> acesso em 19/05/2013.

MAGRITTE FOUNDATION *Galeria de trabalhos de Renné Magritte*. Disponível em: <<http://www.magritte.be/galerie/?lang=em>> acesso em 06/08/2013.

MALUF, Marina; MOTT, Maria Lúcia. *Recônditos do mundo feminino*. In: SEVCENKO, Nicolau. (Org.) *História da vida privada no Brasil v.3. República: da Belle Époque à Era do Rádio*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MARINS, Paulo César Garcez. *Habitação e vizinhança: Limites da privacidade no surgimento das metrópoles brasileiras*. In: *História da vida privada no Brasil 3. República: da Belle Époque à Era do Rádio*. SEVCENKO, Nicolau. (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: Imprensa e Práticas Culturais em Tempos de República*. São Paulo, 1890 a 1922. São Paulo: Editora da USP: FAPESP, 2008.

MEGGS, Philip B. *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac & Naify, 2009.

MELLO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine. *Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil*. São Paulo: CosacNaify, 2011.

MOLES, Abraham. *O Kitsch: a arte da felicidade*. São Paulo: Perspectiva, 1994.

_____. *O Cartaz*. 2.ed. São Paulo: Perspectiva, 2004.

NATIONAL GALLERY OF ART. *Obras de Jackson Pollock*. Disponível em: <<http://www.nga.gov/feature/pollock/painting1.shtm>> acesso em: 08/08/2013.

OLIVEIRA, Claudia. *A iconografia do moderno: a representação da vida urbana*. In: OLIVEIRA, Cláudia; VELLOSO Monica Pimenta; LINS Vera. *O Moderno em Revistas: Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

QUEIROZ, Maria Isaura Pereira de. *Carnaval Brasileiro: O vivido e o mito*. São Paulo: Brasiliense, 1992.

REIS, José Oliveira. *As administrações municipais e o desenvolvimento urbano*. In: Rio de Janeiro em seus quatrocentos anos. Org. SILVA, Fernando Nascimento. Rio de Janeiro: Record, 1965.

ROITER, Marcio. *Rio de Janeiro Art Déco*. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

RUFINONI, Priscila Rossinetti. *Oswaldo Goeldi: iluminação, ilustração*. SP: Cosac&Naify, 2006.

SALIBA, Elias Thomé. *A dimensão cômica da vida privada na República Brasileira*. In: História da vida privada no Brasil v.3. República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de Revista*. 2ed. São Paulo: Contexto, 2004.

SCHAPOCHNIK, Nelson. *Cartões-postais, álbuns de família e ícones da intimidade*. In: História da vida privada no Brasil v.3. República: da Belle Époque à Era do Rádio. SEVCENKO, Nicolau. (Org.). São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SCHPUN, Mônica Raisa. *Beleza em jogo: cultura física e comportamento em São Paulo nos anos 20*. São Paulo: SENAC, 1999.

SEVCENKO, Nicolau. *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio*. In: _____. (Org.) História da vida privada no Brasil v.3. República: da Belle Époque à Era do Rádio. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SILVA, Renato. *A arte de desenhar proporções do corpo humano*. Vol. I. Rio de Janeiro: Ed. Conquista 1960.

SIMAS, Luiz Antonio. *O Rio de J.Carlos* in: LOREDANO, Cássio (Org.). *O vidente míope: J.Carlos em "O Malho"*. Rio de Janeiro: Folhas Secas, 2007.

SEBE, José Carlos. *Carnaval, Carnavais*. São Paulo: Ed. Ática, 1986.

SMUDJA, Gradimir. *O bordel das musas: Toulouse-Lautrec no Molin-Rouge*. Tradução de André Telles. Rio de Janeiro: Zahar editores, 2005.

SOBRAL, Julieta. *J.Carlos, designer* In: CARDOSO, Rafael. (org.). *O design brasileiro antes do design*. São Paulo: Ed. Cosac & Naify, 2005.

_____. *O Desenhista invisível*. Rio de Janeiro: Ed. Folha Seca, 2007.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*, 4ed. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

SOIHET, Rachel. *Zombaria como arma antifeminista: instrumento conservador entre libertários*. Revista Estudos Feministas vol. 13 nº 3. Florianópolis Set./Dec. 2005
Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ref/v13n3/a08v13n3.pdf>> acesso em 29/10/2011.

_____. *A subversão pelo riso: Estudos sobre o carnaval carioca, da Belle Époque ao tempo de Vargas*. 2.ed. Uberlândia: UDUFU, 2008.

TALON-HUGON, C. *A estética: história e teorias*. Lisboa: Texto & Grafia, 2009.

TAVARES, Frederico de Mello Brandão; SCHWAAB, Reges. *Revista e Comunicação: percursos, lógicas e circuitos*. In: _____. (orgs) *A revista e seu jornalismo*. Porto Alegre: Penso, 2013.

_____, “Entre objetos”, “objetos no entre”: Revista, Jornalismo especializado e qualidade de vida. Revista Contemporânea, vol. 6, nº2. Rio de Janeiro, 2008.

TEIXEIRA, Luiz Guilherme Sodré. *Sentidos do humor, trapanças da razão: a charge*. Rio de Janeiro: Edições Casa de Rui Barbosa, 2005.

THOMAZ, Aylton. *Desenho Cômico: curso completo*. Rio de Janeiro: Grupo Ediouro Editora Tecnoprint, 1987.

TODAYS FRONTPAGES, *Newseum*. Disponível em :
<<http://www.newseum.org/todaysfrontpages/flash/>> acesso em: 3 de agosto de 2013.

UNIVERSIDADE TUIUTI DO PARANÁ. *Normas Técnicas: elaboração e apresentação de trabalhos acadêmico-científicos*. 3ed. , Curitiba: UTP, 2012.

URBINATI, Inoã Pierre Carvalho. *Datas cariocas*. Rio de Janeiro: Bruxedo, 2004.

VELLOSO, Monica Pimenta. *As distintas retóricas do moderno*. In: OLIVEIRA, Cláudia; VELLOSO Monica Pimenta; LINS Vera. *O Moderno em Revistas: Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond, 2010.

VIDA DE AGÊNCIA. *Aprendendo com “Think Small”*. Disponível em:
<<http://www.vidadeagencia.com.br/?p=608>> acesso em 06/08/2013.

WEILL, Alain. *O design gráfico*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2010.

ANEXO 01

CRONOLOGIA RESUMIDA

1884	J. Carlos (1884/1950) - Nascimento de Jota Carlos em 18/06/1884, no Rio de Janeiro.
1902	É publicada a primeira charge de J.Carlos em “O Tagarela”.
1903	(1903/1906) - Administração do prefeito Pereira Passos, durante a presidência de Rodrigues Alves – As primeiras grandes reformas são efetivadas junto com o programa do sanitarista Oswaldo Cruz para debelar os problemas de epidemias.
1904	Em novembro eclode a Revolta da Vacina, levante popular contra a vacinação obrigatória antivariólica e principalmente contra os métodos autoritários do governo.
1905	Em 15 de Novembro – É inaugurada a Avenida Central (Atualmente, Avenida Rio Branco).
1906	(Nov. 1906/Jul.1909) – Administração do prefeito Sousa Aguiar. Realização da primeira partida de futebol do recém-criado Campeonato Carioca de Futebol com partida entre o Fluminense x Paissandu.
1907	Inaugurado o Cinema Pathé, na Avenida Central. A Light inaugura o fornecimento regular de energia elétrica à cidade e unifica sob seu controle três linhas de bondes: São Cristóvão, Vila Isabel e Carris Urbanos.
1908	Exposição Nacional comemorativa ao Centenário da Abertura dos Portos.
1909	(Jul. 1909/Nov.1910) – Administração de Serzedelo Correia. Inaugurado o Teatro Municipal.
1910	Inaugurado o Parque da Quinta da Boa Vista Inaugurado o prédio da atual Biblioteca Nacional
1911	Inaugurado o cais do novo porto do Rio de Janeiro. Inaugurada a Praça Saenz Peña na Tijuca. É criada a seção de futebol do Clube de Regatas Flamengo.
1912	Em homenagem ao barão do Rio Branco, falecido em 10 de Fevereiro, a Avenida Central, passa a ser chamada de Avenida Rio Branco. Acontece em 7 de julho o primeiro “Fla-Flu” partida de futebol entre Flamengo e Fluminense.
1913	Inaugurado o Bonde Teleférico do Pão de Açúcar
1914	Em 5 de Julho é feita a primeira travessia aérea entre o Rio de Janeiro e São Paulo. Nair de Teffé, esposa do presidente Hermes da Fonseca escandaliza os conservadores ao interpretar o maxixe Corta-jaca de Chiquinha Gonzaga.
1915	Inaugurado o Tijuca Tênis Clube, um dos mais importantes centros recreativos da Zona Norte.
1916	Inaugurada a Av. Niemeyer Inaugurado o Clube de futebol Vasco da Gama.
1918	O Rio de Janeiro, e outras cidades brasileiras, são abalados por epidemia de Gripe Espanhola.

1920	É criada a Universidade do Rio de Janeiro, denominada Universidade do Brasil, em 1937 e Universidade Federal do Rio de Janeiro, em 1965.
1921	Desmonte do Morro do Castelo, provocando o despejo de cerca de 5000 moradores e o arrasamento do bairro popular da Misericórdia.
1922	Em 7 de Setembro, acontece grande exposição comemorativa do centenário da Independência.
1923	Fundada em 11 de Abril a escola de samba Portela. Em 20 de Abril é inaugurada a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro, primeira emissora de radiodifusão do Brasil. Em 13 de Agosto é inaugurado o Hotel Copacabana Palace.
1924	Tem início a construção de quatro grandes edifícios na Praça Floriano Peixoto: Odeon, Império, Capitólio e Glória. Planejados para abrigar no andar térreo salas de cinema, eles levaram a praça a ser conhecida por Cinelândia.
1925	Em 29 de Julho é fundado o Jornal "O Globo" de Irineu Marinho. São inaugurados os cinemas Capitólio, Glória e Império.
1926	Inaugurado o Hipódromo da Gávea.
1927	O prefeito Prado Júnior convida o urbanista francês Alfred Agache, para elaborar um plano de desenvolvimento urbano para a cidade, que ficou conhecido como Plano Agache.
1928	É fundada a escola de samba Estação Primeira de Mangueira. É lançado o disco "Carinhoso", de Pixinguinha.
1929	Em 17 de Junho acontece a primeira apresentação pública do sambista Noel Rosa no Tijuca Tênis Clube.
1930	Em 13 de agosto é inaugurado o Museu Rui Barbosa na antiga residência de Rui Barbosa. O Museu hoje abriga a Fundação Casa de Rui Barbosa, atuante em pesquisas históricas incluindo a caricatura brasileira. (www.casaruibarbosa.gov.br)
1931	Em 12 de Outubro é inaugurada a estátua do Cristo Redentor, no morro do Corcovado. A estátua é obra do engenheiro brasileiro Heitor da Silva Costa e do arquiteto francês Paul Landowski.
1932	Tem início os desfiles de escolas de samba na Praça XI.

REFERÊNCIAS:

REIS, José Oliveira. As administrações municipais e o desenvolvimento urbano. In: Rio de Janeiro em seus quatrocentos anos. Org. SILVA, Fernando Nascimento. Rio de Janeiro: Record, 1965.

URBINATI, Inoã Pierre Carvalho. Datas cariocas. Rio de Janeiro: Bruxedo, 2004.

