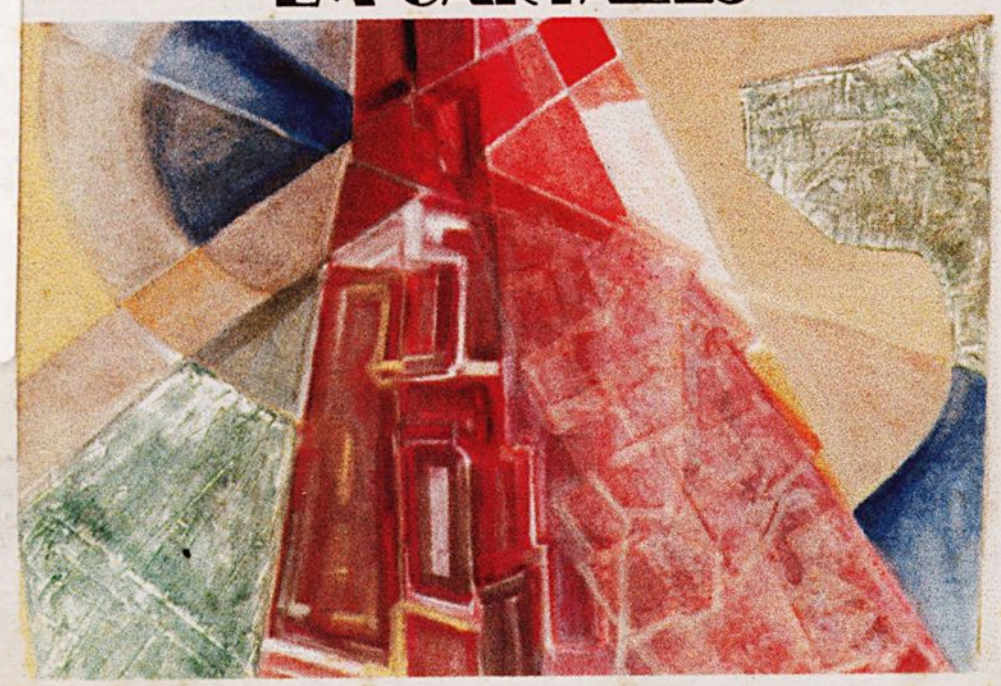
O ART DECO E O POETICO EM CARTAZES



Nara Silvia Marcondes Martins

1995

2010000255

T/UNESP
720.040612
M383a

O ART DECO E O POETICO

EM CARTAZES

INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA

Tyr Bia - 0022903

Orientadora:
Profa. Dra. Dirce Tereza Ceribeli

Instituto de Artes
Universidade Estadual Paulista
Unesp-1995

Mestrado:
Nara Silvia Marcondes Martins

BANCA EXAMINADORA:

Apoio: **CNPQ**, bolsa de mestrado.

Fotos: **acervos históricos da cidade de São Paulo**, Magazine Mappin Store, Companhia Antarctica Paulista, Empresa Rhône-Poulenic/Rhodia, Companhia Eletropaulo, Biblioteca Municipal Mario de Andrade, Museu da Imagem e do Som, MIS.

Acervos da cidade de Curitiba: Museu do Cartaz e Cinemateca.

Revelação e ampliação: **Jacob Gelwan**, Instituto de Artes, UNESP.

RESUMO

O estudo do *poético*, nos cartazes ***Art Deco***, pretende colocar em evidência cento e cinco (105) cartazes, veiculados na cidade de São Paulo, após a segunda metade da década de 20, até a década de 40, quando, então, a linguagem publicitária já tinha encontrado o seu papel de *ciência do consumo*. A leitura imediata nos levou à percepção de traços específicos deste estilo: o geometrismo, o discordante em contraste com a geometria clássica, o transgressivo e a busca de codificação para as manifestações da *velocidade*, característica da cultura desta época, bem marcada, na Europa e, posteriormente, no Brasil. Percebendo, através da leitura, o movimento constante de *relações* dos traços visuais, procurou-se uma teoria, que pudesse mostrar as atividades artísticas, não mais produtos, mas como processos, em continuidade. Para tanto, elegeu-se o modelo das funções de linguagens, de **Roman Jakobson**, porque este autor revê o processo de comunicação, como um jogo de funções, que está acontecendo sempre. Propõe, portanto, uma definição operacional para as mensagens. A partir desta proposta, chegou-se à percepção de três tipos de metáforas, sempre em busca da metáfora poético- visual.

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

ABSTRACT

The study of the poetic in the ***Art Deco*** posters intends to show one hundred and five (105) posters, diffused in São Paulo City, after the second half of the 20's to the 40's decade, where the advertising language had already found its role as a *consumer science*. The immediate reading brought us to the perception of specific features in this style. The geometrism, the discordant one in contrast to the classical geometry, the transgressive and the search for codification to the manifestation of the speed, typical from the culture of this age, well noticed in Europe and afterwards in Brasil. By reading, observing the constant motion of the visual features, there came the search of a theory that could show artistic activities, not as products, but as processes in continuance. Therefore the **Roman Jacobson's** model of the language functions has been chosen, because this author revises the communication process as a set of functions wich is always going on. Threrfore it is propsed an operational definition to the messages. This proposal enabled the reaching of the perception of three kinds of metaphor, always searching for the poetical-visual metaphor.

O objetivo deste trabalho é o de estudar a linguagem poética, possível dos cartazes ***Art Deco***. Foram coletados e selecionados cento e cinco (105) cartazes, que veicularam na cidade de São Paulo, mais ou menos, na segunda metade da década de vinte (20), para a década de quarenta (40), que apresentaram de imediato, a uma primeira leitura, características básicas do movimento artístico ***Art Deco***. Os cartazes foram pesquisados, a partir de diversos arquivos e museus. Arquivos históricos, do magazine Mappin Store, do Grupo Rhône-Poulenic/ Rhodia, da Companhia Antarctica Paulista, da Biblioteca Municipal Mario de Andrade, da Companhia de Energia - ELETROPAULO, do Museu da Imagem e do Som - MIS e da Companhia Municipal de Transportes Coleticos - CMTC em São Paulo. E, além disso, na cidade de Curitiba, foram visitados, os museus do Cartaz e da Cinemateca.

A pertinência dessa complementação se baseia em uma verificação básica: o cartaz que *vende* sua mensagem, já de início, nos revela sua força de atração, persuasiva e a presença da cor, neste caso desempenha papel predominante. E, ainda mais sua percepção é, quase sempre, uma percepção direta, porque se baseia na simplicidade de traços *visuais*, unidos ao apelo da *marca* do produto, a ser consumido.

Linguagem pode ser entendida aqui, como todo e qualquer experiência humana, desde que conscientizado um sistema de signo que busca sempre um receptor virtualmente, mesmo que este seja apenas o gesto simples de um olhar. E esse gesto, porque desvenda sempre o seu *objeto*, pode também ser cosiderado sempre, uma *operação de conhecimento*, produzindo como tradução como linguagem, na verdade como metalinguagem, como nos afirma **Samira Chalhub** em seu livro **Metalinguagem** (**Chalhub**, 1986). E por outro lado, como nos esclarece **Décio Pignatari** todo fenômeno de linguagem quando se volta para si mesmo, está sempre, no centro das revoluções artísticas (**Pignatari**, 1985).

No caso desta pesquisa, esta afirmação se confirma, já de imediato. Cartazes, portanto sempre veiculam um sistema de persuasão, que *programa* os *repertórios* de *massa* dos receptores, aos quais pretendem atingir. No caso dos cartazes ***Art Deco***, que já

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

aparecem como uma leitura *(uma metalinguagem)*, da atividade artística, assim denominada na Europa, chega ao Brasil, como uma segunda leitura, já agora, em termos de diálogos entre *culturas*. E, não sendo uma relação colonizadora ou jogos de poder, em que a linguagem primeira tenta, autoritariamente, dominar a segunda (mesmo porque a atividade artística, por se articular como metáfora, como lúdicos jogos analogias entre códigos, lúdicos porém determinantes, em termos de *desautomatização* da sensibilidade de seus receptores, mesmo sendo cartazes: veículos de comunicação de massa, jamais prestaria a concretizações desse *jogo*), essas *dobras* de linguagens sempre tendem a ser revolucionárias.

SUMARIO

O ART DECO: REFERENCIAS E AMBIENTACAO ARTISTICA 10

ECLOSAO E REVISAO ARTISTICA 11

GOSTO E ESTILO 27

ARTES GRAFICAS 35

O ART DECO EM SAO PAULO 64

DOS CARTAZES ART DECO / PERSUASAO E O POETICO 81

O ART DECO E O POETICO 82

O CARTAZ 84

DA CRIACAO DE METAFORAS: OPERADORAS DA SIGNIFICACAO 86

INTERPRETACAO E MONTAGENS DAS METAFORAS 89

METAFORA SEMANTICA 90

METAFORA REFERENCIAL VISUAL 108

METAFORA POETICO VISUAL 186

CRIACAO DO CARTAZ ART DECO 191

BIBLIOGRAFIA 196

O ART DECO: REFERENCIAS E AMBIENTACAO ARTISTICA

ECLOSAO E REVISAO ARTISTICA

No início do século XX, entre os movimento artísticos, três *correntes* principais, com seus respectivos manifestos, correspondem mais às atitudes gerais de uma época, do que a estilos e escolas. A atitude expressionista ressalta a atitude emocional do artista para consigo mesmo e para com o mundo, a abstracionista enfatiza a estrutura formal da obra de arte e a *fantasia* explora a imaginação, especialmente as características irracionais e espontâneas (**Janson**, 1988).

As poéticas das vanguardas históricas se recusaram a trilharem a tradição filosófica do século XIX e propuseram a destruição da estrutura hierarquizada do indivíduo e da sociedade. Atuaram, no âmbito da explosão estética, para fora das fronteiras tradicionais.

Comenta-se muito a crise do humanismo, como marca central, no *aparecimento* dos movimentos artísticos, *ismos* do século XX, quando a subjetividade humana foi ameaçado de rarefação, diante da objetividade científica e da ruptura proposta. O fenômeno da enunciação programático dos manifestos completou a *reviravolta artística,* na relação da poética e da obra.

Uma possível conclusão a respeito do fenômeno das poéticas das vanguardas históricas é que este trata das manifestações temáticas, semânticas da linguagem-verbal, com respeito a todas as outras linguagens artísticas.

Na primeira década do século, os artistas, convertidos em líderes desses movimentos artísticos, do século XX, já tinham visitado Paris. Além de Paris,outra concentração de *forças* artísticas aconteceu em Munique. Dois dos documentos decisivos do movimento

unesp

moderno, lá, foram escritos: ***Abstração e sentimento*** em 1908 de **Wilheim Worringer** e ***Do Espiritual na arte*** em 1912, de **Wassily Kandinsky** (**Vattimo**, 1986).

Em 1912, Kandinsky aceita o convite de Walter Gropius para colaborar na formação da Bauhaus , escola de arquitetura e artes aplicadas fundada, em 1919 em Weimer. Dessa escola, nasceu a proposta da união das artes em busca estética, moderna e industrial .

Alguns autores, como **John Barnicoat** (1972), **Steven Connor** (1992), **Daval Carpenter** (1980), **Hélène Lassalle** (1986), **Charles Jenckes** (1987), **Pierre Cabanne** (1986), **Bevis Hillier** (1968), **Paul Maenz** (1974), **Theodore Menten** (1972) e (1975), **Tony Fusco** (1988), **Patricia Frantz Kery** (1986), **Eva Weber** (1985) e **Alberto Shayo** (1993) apontam a novidade do movimento moderno. O arquiteto Le Corbusier ressalta a preocupação do novo espírito da época com a *função*, ou seja com a criação de uma definição da beleza, que funcionava como alicerce inovador de ensino e da compreeensão de modernos conceitos artístico (**Duncan**, 1988).

Sendo assim, concepções a respeito da arte, elaboradas ao longo dos anos 20, irradiaram para todo o mundo, como os pensamentos do artista Le Corbusier, acerca da arquitetura, de Puiforcat, acerca de designs na ourivesaria, de Barbier, Poiret e Chanel, em torno da revolução no vestiário e de Ruhlmann e Dufrène, acerca da decoração dos móveis e dos objetos de iluminação. E, as novas idéias de Daum, Marinot e Lalique, (vidros moldados) e de Fouquet, Templier e Boucheron, (desenhos das jóias) e as novas idéias de Cassandre, Paul Colin, George Lepape, Charles Loupot e outros, acerca da indústria gráfica, que estava em desenvolvimento.

Estes anos tumultuados foram muito funcionais e necessários na busca do *desenvolver-se* do progresso tecnológico e cultural. Para **Décio Pignatari** fica por meio desse desenvolvimento que surgiu a preocupação em consumir. "Consumir é comunicar" (**Pignatari,** 1985, p. 96). A partir desse momento, o desenvolvimento das artes gráficas ficou *surpreendente* e o cartaz aparece como meio de comunicação. E, além do mais, como forma de manifestação artística (**Moles**, 1974).

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

"A obsessão dos anos 20 era a de ser moderno" (**Cabanne**, 1986, p. 9) . O termo é ambíguo, contestado por uns, recusado por outros, que preferem o termo contemporâneo.

E, dos anos 25, eclode a invenção de um estilo, que busca a conquista do geometrismo. E, ressurge o *Modern Style* (**Cabanne**, 1986), caracterizado pela simplificação.

Marco Antonio de Menezes comenta que, enquanto a Revolução Industrial criou as máquinas, a Revolução Russa criou a ideologia da produção em massa para a massa, sendo que a grande missão, proposta, no caso, foi a de idealizar belos objetos úteis, que as máquinas entregariam às massas (**Menezes,** 1976).

O termo moderno chega a sugerir um certo vazio, quando aplicado às artes. Segundo **H. W. Janson**: para o artista, o modernismo é um apelo imperioso, que afirma sua liberdade para criar um estilo novo e lhe concebe a missão de definir o significado de sua época e, até mesmo, o de reformar a sociedade, através de sua arte (**Janson**, 1988).

Somente em época mais recente, o estilo, chamado, então, de ***Art Deco***, após concentrado interesse no *Art Nouveau*, vem sendo pesquisado na Europa e Estados Unidos e, agora, no Brasil. Nos anos 20, na Europa e no Brasil, é no final desta década, que floresce o estilo , conjunção de vários movimentos artísticos.

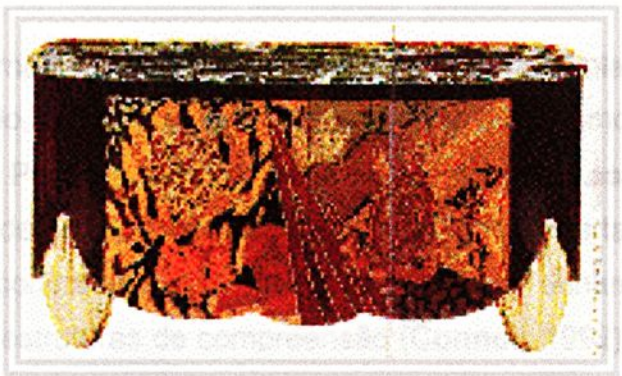
Os artistas do ***Deco*** descendiam, principalmente, de artesãos, arquitetos e decoradores, acostumados a cederem às pressões do mercado e da moda. Pressentiam a necessidade de novos tratamentos para novos materiais, como os plásticos e utilizavam-se pouco, ou muito, do aço cromado, dos ladrilhos de vidro, dos espelhos e da galalite, do mesmo modo que os modernos (**Menezes**,1976).

Armand Albert Rateau, entre 1920 e 1922, decora apartamentos, com luxo e requinte, aliando recordações de formas antigas a pormenores modernos, nos tecidos e nos acessórios. Por volta dessa época, os apartamentos decorados são concebidos com

unesp

uma constante preocupação, a do conforto moderno. Esta preocupação, influenciou, sem dúvida, outros setores da vida do homem. A mulher fica livre dos espartilhos e armações, que a estrangulavam, há quatro séculos. Não mais se protegia, debaixo de suas sombrinhas. Seus penteados foram simplificados, indicando comportamento mais dinâmico. Os criadores da alta costura, árbitros do gosto da moda, não criaram apenas um estilo, mas se tornaram modelos de um estilo de vida. Paul Poiret, com sua casa de costura, cenário suntuoso das últimas criações, em matéria de decoração, causou impacto, com o brilho do orientalismo: os coxins, objetos de inspiração japonesa, jarrões chineses, biombos e mesinhas, com os motivos exóticos dos tecidos persas (**Lassalle**, 1986).

Lassalle reconhece que Louis Süe e André Mare, decoradores franceses e seguidores da Companhia das Artes Francesas, são os melhores representantes do compromisso de renovar, sem provocar desordem (**Lassalle,** 1986).



Sue e Mare, cômoda incrustada com tampo de mármore, 1925

George Barbier é considerado, por vários autores, um dos mais importantes representantes da arte dos anos vinte. Sua concepção de arte apareceu em diversos tipos trabalhos, desde as delicadas gravuras, aquarelas e ilustrações para livros, até desenhos, para guarda-roupa de peças de teatro e de filmes cinematográficos.

Capa de ***Falbalas et Fanfreluches*** de Barbier, almanaque de 1925.

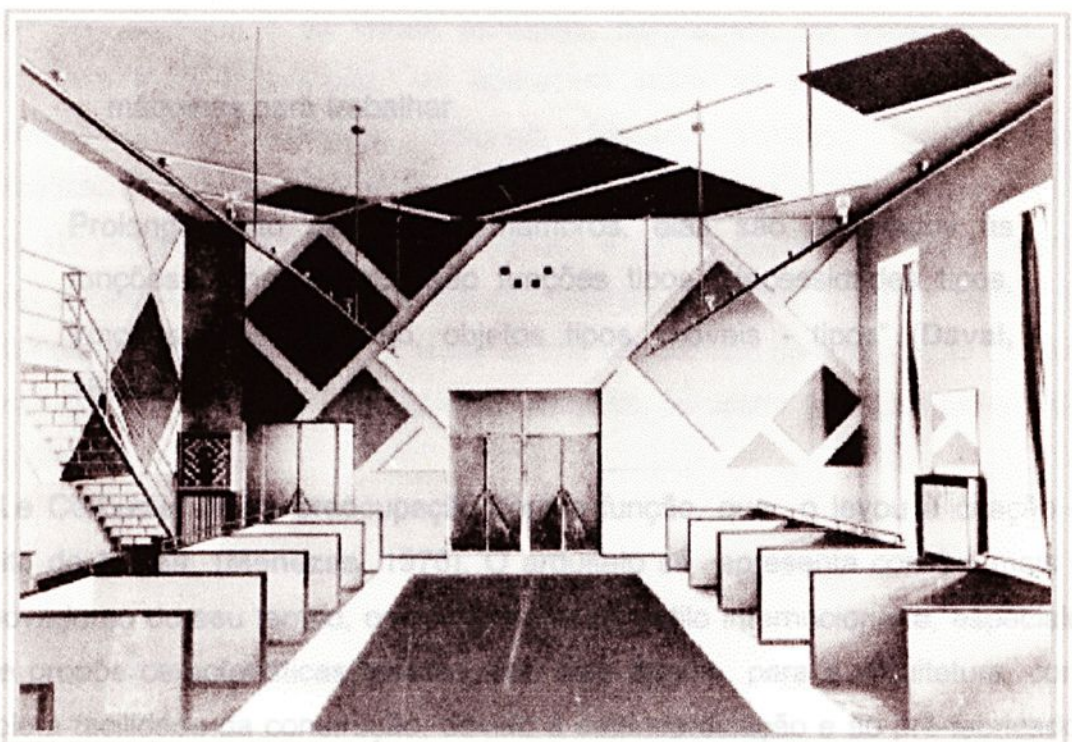
Consideram-se modernos: o angular, o ortogonal, a superfície plana , o geometrismo, o simples, o fragmentado, o discordante, a velocidade, o dinamismo e a busca das novas formas de expressão. Portanto, é o momento do *renovar-se* **(Lassalle**,1986). Atribui-se a este período modernista a descoberta e a redescoberta da intensidade das experiências reais, concretas, que, por tanto tempo, tinham sido ocultadas ou distorcidas por falsas estruturas de compreensão (**Connor**, 1992). Como procedimento, mais marcado, está a busca da nova ordem estrutural, em movimentos artísticos formais, como o cubismo e o construtivismo, o *De Stijl*. O movimento cubista propõe uma nova linguagem pictórica, que visava olhar para a realidade, do modo como ela é percebida, como concretude e, para isso, a representa, em todos os ângulos, decompondo-a em várias peças. E, então, a recompõe em jogos de fragmentos, transformando as suas feições e desvendando-a em nova forma estrutural. **Vladimir Tatlin** lança o construtivismo, caracterizado pelo fascínio pela mecânica, pela construção minuciosa de objetos, pela realização de contra relevos, em metais, plástico, madeira e vidro. O objetivo do grupo da revista *De Stijl* era, especificamente, o

de suprimir a forma natural e tornar todas as variações do espaço, visiveis como uma unidade construída, com equilíbrio (**Gullar,** 1985).

O homem moderno registra uma centena de vezes mais impressões sensoriais que o artista do século XIX, portanto as linguagens, porque codificam as qualidades de sensações e de sentimentos, aparecem carregadas de simplificações, de abreviações e de muitos *cortes*. É o artista, procurando dizer as forças físicas e mecânicas, que impulsionam a vida humana e solicitam dele a expressão de sua sonhada heroicidade, sem limites, do vórtice da vida moderna, como se fosse uma visada de aço da onipotência humana e de velocidade vertigiosa (Leia-se Manifesto dos Pintores Futuristas, 1919). O cartaz**, Vôo dos Pássaros**, de McKnight Kauffer, de 1922, representa o movimento vorticista, com suas formas geometrizantes, que se convergem, ou se divergem, em relação a um ponto abstrato, que tende para o infinito (**Sawaya**,1981). Tanto o futurismo, como o vorticismo, criticavam o lado estático do cubismo e a sua ordenação monótona, porque na tentativa da fixação de uma possível percepção humana circular, capaz de apreender as diversas manifestações de uma forma, em um só momento, ao desenhá-las todas, referencialmente, nos quadros, os cubistas acabaram por apontarem as partes desse todo. Não conseguiram a transmissão das relações abstratas, através das quais as formas se organizam.

Vôo dos Pássaros,1922

A arquitetura do século XX anunciou-se pura e simplesmente como aquilo que era: a sua beleza seria a função, ou seja, não só a sua forma, modelada, de acordo com a função a do bem morar, como, também, a programação da remodelação de seu significado, de acordo com o uso, que dela fariam seus usuários. Apoiava-se, portanto, na simplicidade das formas primárias (**Connor**,1992). Para **Connor,** a arquitetura apareceu como o signo dominante do novo. Theo Van Doesburg, Jean Arp e Sophie Taeuber desenharam, construíram e decoraram um edifício de dois andares, conhecido por *L'Aubette*. Tratava-se de um restaurante, com cervejaria, cine-dancing e botequim. Soluções plásticas do espaço eram as mais simples e surpreendentes, conforme o movimento *Stijl,* de Doesburg: sobriedade dos materiais, geometrismo absoluto, acentuado por cores primárias em contrastes. Depois dessa construção, Doesburg e Arp começaram a projetar as obras, como um todo, como um conjunto, como um organismo, e, assim, também, os arranjos interiores dos edifícios.



L'Aubette, 1924

Le Corbusier acreditava que a harmonia é a verdade e o eixo sobre o qual o homem está organizado, em perfeito acordo com a natureza e, provavelmente, com o universo. Propunha soluções simples. Não se pense, aqui, no equilíbrio harmonioso e estático, baseado na soma de elementos, que caracterizou a lógica clássica. Tratar-se do equilíbrio *distribuído,* que marca um ponto abstrato, para onde convergem os elemetos, apontados ou figurados.

> Em "L'art décoratif d'aujourd'hui (1925) Le Corbusier ressalta que não é mais necessário e urgente nos esforçarmos para a uma readaptação às funções. A função humana é a de definir as necessidades humanas. Os objetos - membros - humanos são objetos tipos, respondem às necessidades / tipos:
>
> - cadeiras para sentar
> - mesas para trabalhar
> - máquinas para trabalhar
>
> Prolongamento de nossos membros, eles são adaptados às funções humanas, que são funções tipos. Necessidades tipos, funções tipos, portanto, objetos tipos, móveis - tipos" (**Daval,** 1890, p.114).

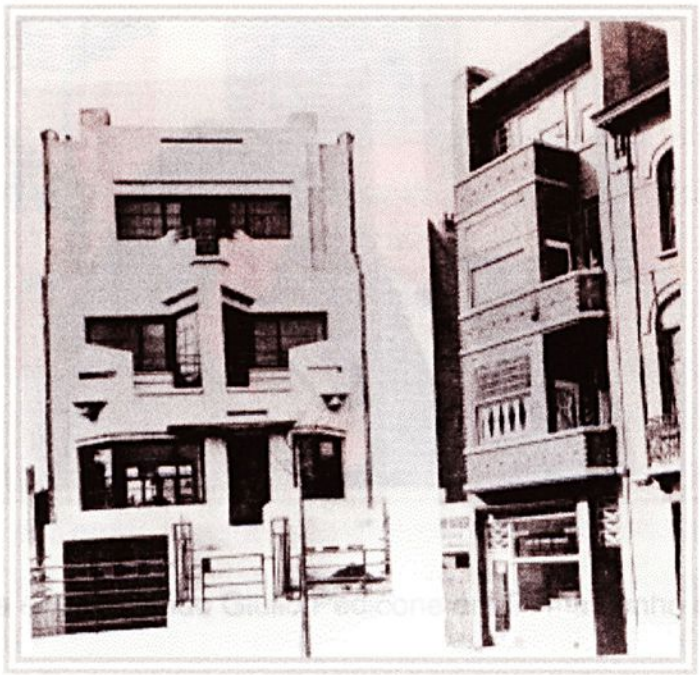
Para Le Corbusier foi a preocupação com a função, que o levou à criação de um conceito de *beleza* (**Menezes,** 1976). O arquiteto se apresenta como o mais radical dos inovadores do seu tempo, como o mestre do estilo internacional e, especialmente, porque propõe características básicas, sob este ângulo, para a arquitetura, como por exemplo,a facilidade da construção, devido à estandardização e ao pré-fabricado e, ao mesmo tempo a facilidade de utilização das obras, assim, arquitetadas. Transforma-se em urbanista, com seu projeto de cidade contemporânea, de três milhões de habitantes (1922). É de 1925, o Plan Voision, para Paris (**Lassalle**, 1986).

unesp

Ao final dos anos vinte, a moda evolui para a depuração do estilo: menos acessórios, menos sobrecarga decorativa. As habitações são mais vastas, mais claras, graças aos vãos de portas envidraçadas, portas, que correm, uso de tijolos transparentes, jogando-se com volumes e com a entrada de luz.

Nasce uma nova mentalidade e o século XIX fica como conteúdo, que apenas relembra o passado. O modernismo aparece como expressão de um mundo, transformado pela velocidade e pelos ritmos sacudidos da indústria. Foi a vanguarda que "impulsionou o modernismo diretamente, refletindo o dinamismo do capitalismo com seus novos surtos de destruição e de construção, os movimentos ismos que seguem um ao outro, são previsíveis quanto as estações do ano" (**Jenckes,** 1987, p. 160).

Alicia Suarez e Mercé Vidal comentam, no prólogo do livro de **Paul Maenz**, as características do estilo , na arquitetura: paredes, com profusão de formas angulares, eram dominantes nas fachadas eram visíveis: distribuição regular de vãos e de simetrias, evidenciando corpos laterais salientes, as janelas geminadas, do tipo francês, no topo dos edifícios e as linhas paralelas, horizontais, ou escalonadas, que se repetem, em toda a fachada, ou aparecem entre as janelas e portas. Foram recuperados estilos históricos (colunas, cápiteis, volutas), formas planas e esquematizadas, uso de balaústres, de cimento, cilíndricos e prismáticos e de baixos relevos, em placas. Nas grades das varandas e portas aparecem formas geométricas simples, paralelas, ondas, zigue-zagues, espirais, repuxos d'água, temas floreais, silhuetas de cactus e palmeiras. Nas casas comerciais, não só a aplicação de desenhos simples e geométricos, como a de *temas* cubistas, às vezes gravados em espelhos de cristais (**Maenz,** 1974).



Residências americanas,1930

A tendência era a da busca do monumental, valorizando, sempre e, para tanto, os elementos da decoração arquitetural: arcos, cornijas, frontões, ecos do estilo neoclássico. Le Corbusier, Mallet-Stevens, Lurçat, Sauvage, Prouvé, Tony Garnier e Freyssinet situam, nesse momento, a arquitetura francesa, como sendo a do mais alto nível, enquanto vanguarda arquitetural (**Lassalle,** 1986).

A modernização de Giulio Pediconi, 85 anos, atualmente, o decano da ordem dos arquitetos, é o herói discreto da arquitetura italiana. Nessa época, idealizou e construiu várias obras, no Studio Panicone e Pedicone (1930-34), em Roma. A idéia de modernidade, como geometria em movimento, afinada ao seu tempo, induziu Pedicone a refletir, também, acerca da adesão ao moderno, reflexões, estas que o levaram à idealização da arquitetura didática, de modo que esta, enquanto é percebida, ensina aos fruidores, os seus modos de construção (**Strappa,**1991).

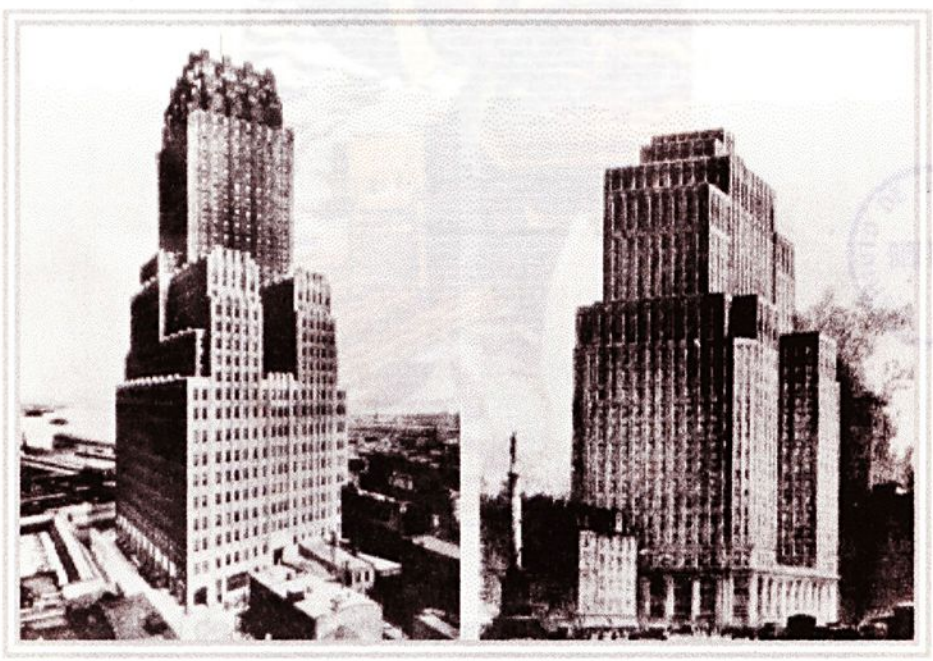
A autora entrevistando Giulio Pedicone em Roma, junho de 1995

Nos anos 20 e 30, a arquitetetura foi influenciada pelas formas dos zigurates, do Antigo Egito e pelas pirâmides maias e astecas. Estas influências contrastam, fortemente, com a simplicidade geométrica procurada e com a esquematização do cubistas.

Desenho de apartamentos a beira do Sena, arquiteto Henri Sauvage, 1925.

O estilo à la française foi exportado para os Estados Unidos pelos jovens, diplomados pela Escola de Belas Artes, que partiram para o outro lado do Atlântico, contratados para exibirem o novo estilo. **Duncan** descreve: "para ser moderno o arquiteto americano não tinha outra solução: inspirar-se nas últimas realizações parisienses" (**Duncan**, 1989, p.180).

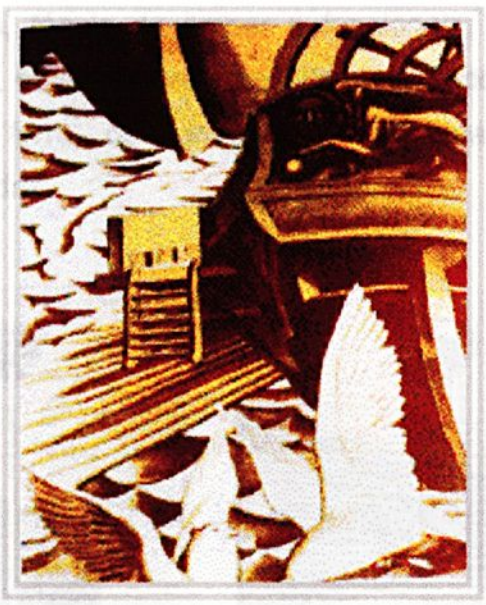
O período ***Deco,*** na arquitetura americana, produziu a maior revolução e excitação, que se pode conhecer. A construção dos edifícios *Radio City Music Center, RCA Building, o New York City, o Chrysler Building, o Waldorf Astoria Hotel, o New York Telephone Company Building, o Genral Motors* são exemplares, nesse sentido. Mil novecentos e vinte e cinco foi o ano da construção e aplicação dos ornamentos, predominando as formas retilíneas, nas fachadas dos edifícios, forma esta, que aparece como reflexo do movimento racionalista, proposto por Le Corbusier. Os ornamentos eram colocados, principalmente, no topo de construções (**Duncan,** 1989).



(esquerda) New York Telephone Company Building e o (direita) General Motors

"A forma segue a função. Este é o primeiro princípio do que nunca foi negado. Mas segundo dogma relativo à ornamentação foi mais efêmero e foi com a Bauhaus que a filosofia de que o ornamento não tinha mais uma função secundária atingiu seu apogeu" **(Gouvêa**, 1994, p. 22).

A grande era industrial favoreceu o desenvolvimento dos meios de transporte, de grande porte. De modernos, os comboios passaram a nostálgicos e a grande moda era a da realização de uma viagem pelo Atlântico. O transatlântico **Normandie** foi considerado a obra prima destes tempos. Palácio flutuante, reunia tudoaquilo que podia transformar um espaço em algo luxuoso e bastante requintado, da pintura laqueada, de Dunand, aos lustres de Lalique, das grades de ascensor, de Subes, aos móveis de Ruehan. Os vastos salões eram teatros, construídos para bailes e para festas, símbolos dos ritmos vindos da América, do jazz, do fox-trot, do charleston e da magia das noites parisienses. Mas, em 1942, requisitado para transporte das tropas, sua carcaça se afunda nas docas de Nova Iorque.



Painel de Dupas criado para o salão do **Normandie.**

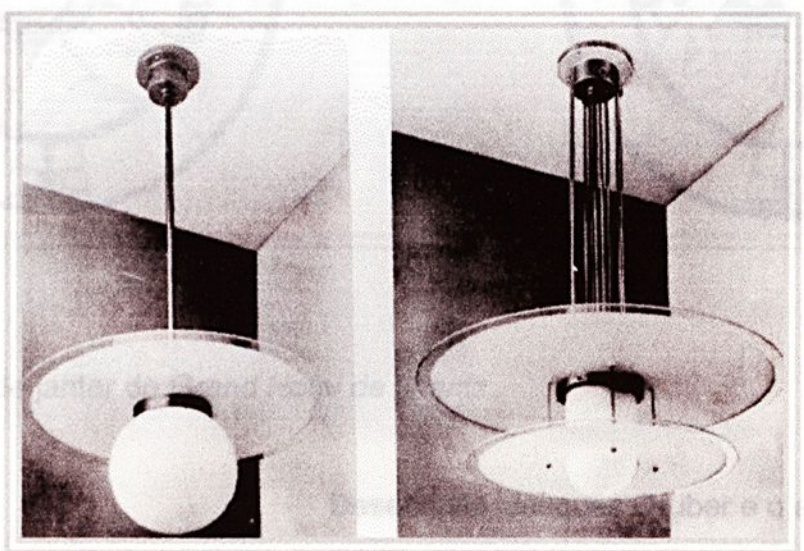
INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA

Jovens arquitetos americanos, como: Charles Rennie Mackintosch, Otto Wagner e Adolf Loos trouxeram idéias modernas, impregnadas de funcionalismo e de utilitarismo

para a capital do ornamento. E em, Paris desempenharam papel importante na aplicação concreta destas idéias aos edifícios públicos, aos hospitais e aeroportos.

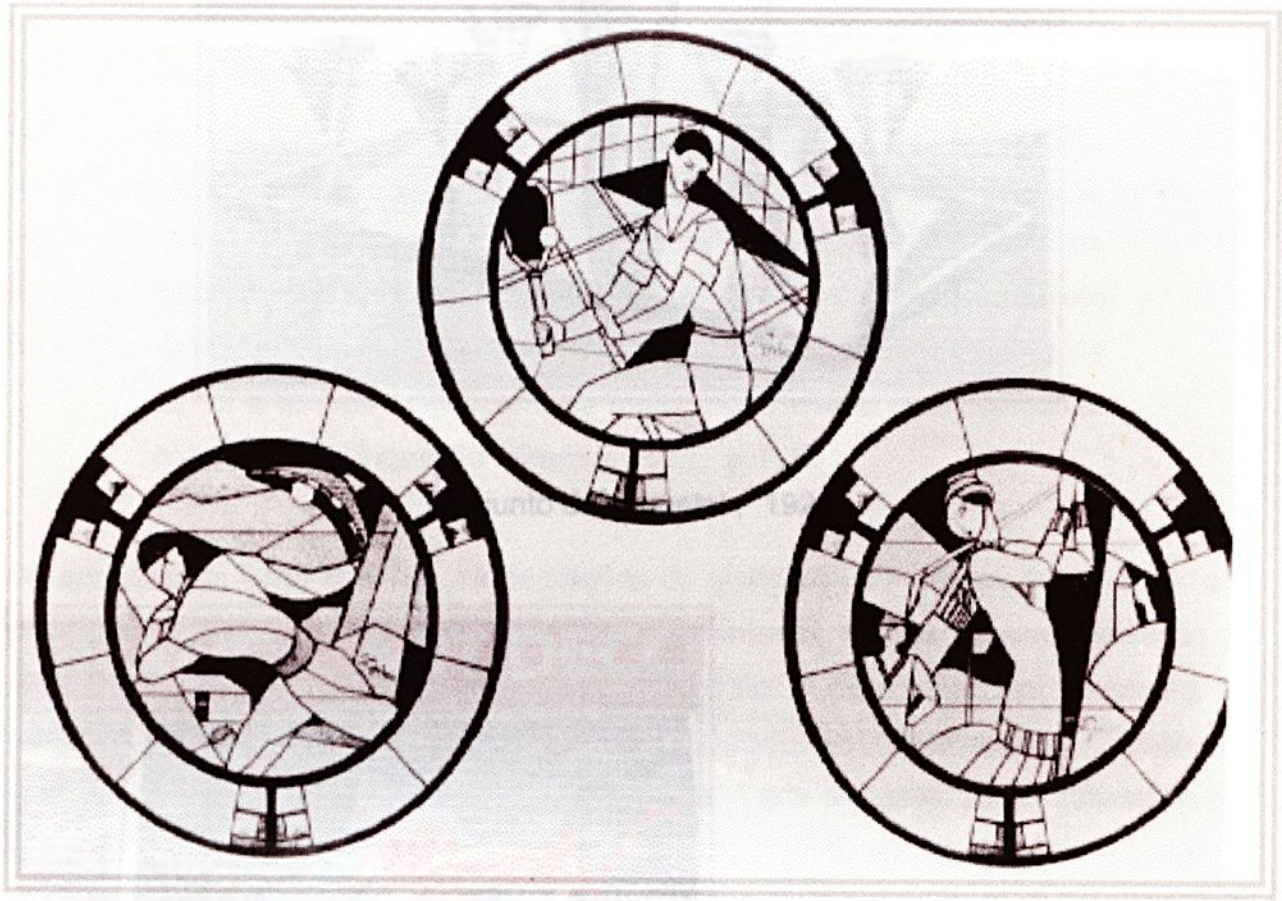
Conforme **Marco Menezes**, esta contribuição americana pode ser evidenciada pelas soluções: fragmentação geometrizada, simetria simplificada, cores chapadas, através de peças esculturais e nos vitrais, transformados em moldes para conterem a luz e a linha reta (**Menezes**,1976). Essas características do estilo marcam a escultura de Demetre H. Chiparus, escultor produtivo, que executou seus trabalhos em pedras mármores, de diferentes tipos e em liga metálica de bronze. Suas figuras incluem nús, mulheres, acompanhadas de animais, ou sozinhas, dançarinas, personagens de teatros, com influências do oriente, crianças, palhaços e animais, sempre em combinações geométricas, apoiadas de bases com formas piramidais, decorados com mosaicos (**Shayo**, 1993).

A moda dos aparatos para luz, em formas de velas e de candelabros deixa lugar para os globos de iluminação, de vidro opaco ou brilhantes e coloridos, seguros por soquetes de aço cromado, práticos, fáceis de limpar e funcionais. Os espaços públicos dos edifícios, o hall de entrada, os elevadores, escadas e corredores aparecem valorizadas e recebem decorações de ferro, de vidro e de metal cromado, comumente envolvidos por alguma moldura de pedra.



Lustres de *Gispen Factory*

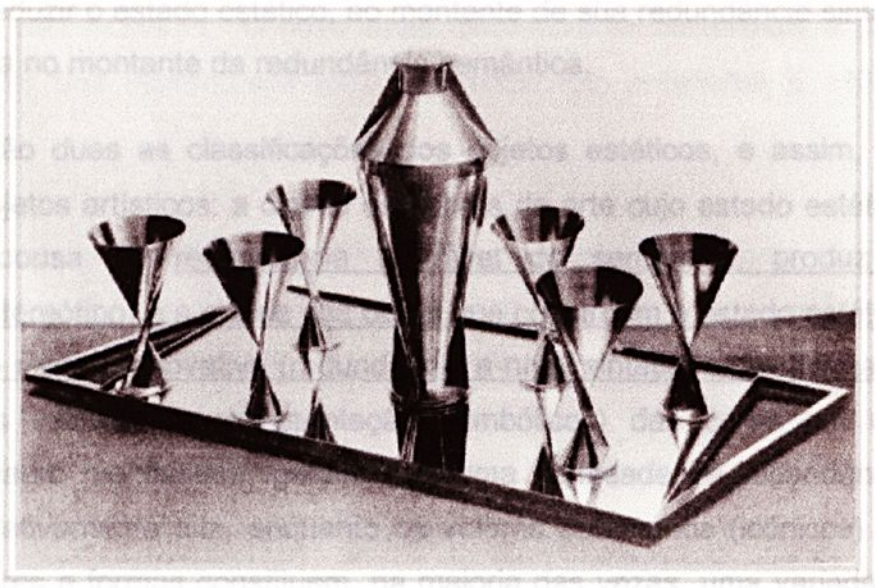
Desnudando novas formas decorativas, os vitrais se tornaram populares. Criam os climas mágicos dos cenários do ***Art Deco***, inclusive através de diferentes texturas e de cores e se combinam em diálogos com os caixilhos, produzindo imagens coloridas, demonstrando apropriançõe dos modos de refração da luz.



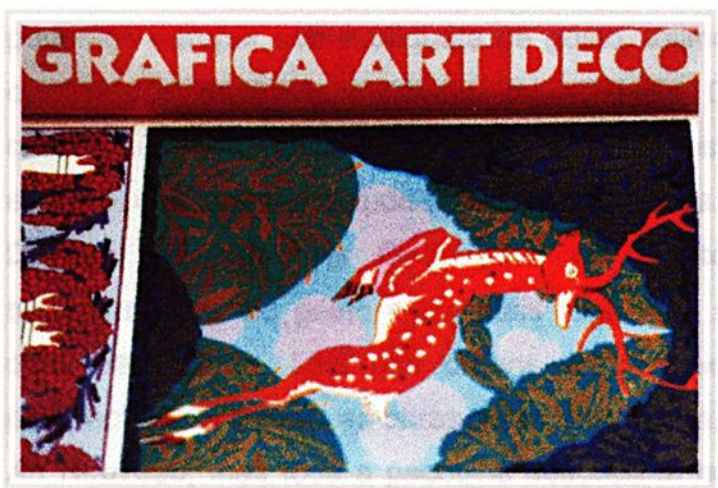
Vitrais da sala de jantar do *Grand Hotel de Ilbaritz*..

Desenhista, Jacques Gruber e o arquiteto, Hiriart.

No segmento das artes aplicadas, encontramos vários objetos, que nos revelam procedimentos diversos, como a aplicação de materiais incrustados, em vasos, pratos e outros utensílios domésticos. Atenção especial recebeu a tipografia ***Deco***, principalmente, no campo das encardernações de livros, marcadas por inesperadas geometrizações dos planos e dos ângulos.



Conjunto de coquetel , 1925



Encadernação

Concluindo: a fórmula do sucesso, imediato naquele momento, era produzida pelo uso do estilo ***Art Deco,*** que influenciava e provocava mudanças em todos os aspectos do habitat e da vida cotidiana.

GOSTO E ESTILO

Como ressalta **Max Bense**, para a identificação do estilo de uma obra de arte, é necessário reduzir o estado estético, ao montante de sua redundância sintática. O estilo não se baseia no montante da redundância semântica.

> "São duas as classificações dos objetos estéticos, e assim, de objetos artísticos: a classe das obras de arte cujo estado estético repousa na redundância (a nível do semântico, produz o estereótipo) e a classe das obras que constroem o estado estético de maneira inovativa (redundância a nível sintático - das formas). Os valores de representação (simbólicos) das cores em um quadro manifestam, geralmente, uma variedade de redundância relativamente alta, enquanto os valores autônomos (icônicos) de cores e formas constituem, na maioria das vezes, uma variedade formadora de inovação" (**Bense**, 1971, p.179).

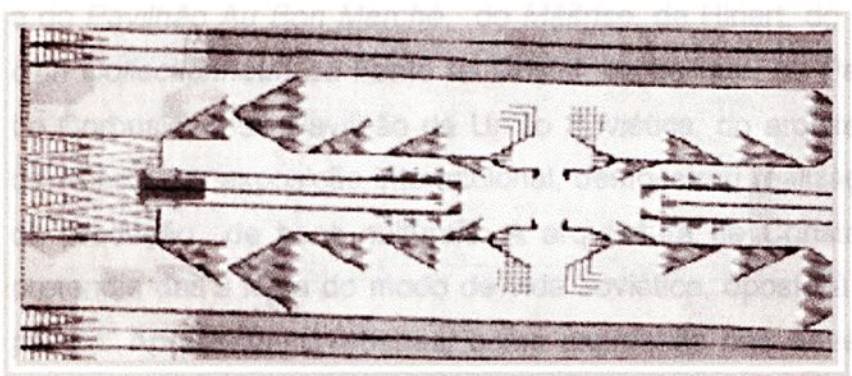
De acordo com **Gillo Dorfles**, as oscilações do gosto são complexos fenômenos, que podemos agrupar sob a etiqueta de gosto, intimamente, ligados às características da coletividade: mutáveis, instáveis, imprevisíveis. Difícil é determinar, com exatidão, as causas técnicas, sociais, éticas, políticas e psicológicas deste curioso fenômeno estético, que define a atitude típica de uma época. A arte e o gosto foram estudados por **Dorfles**, na obra: **As Oscilações do Gosto** (1974). O autor afirma que as transformações do gosto eram mais reguladas no passado, quando havia cânones, ditos harmônicos. Leis das ordens arquitetônicas, leis da prosódia poética e da perspectiva norteavam as obras de arte. Ressalta, por exemplo: que "não só o autêntico *Art Nouveau*, mas toda a pacotilha descoberta no sotão de um avô ou de um bisavô, até ontem pasto de traças, estão hoje a serem revalorizadas e começam a adquirir valor comercial" (1974, p. 69). E conclui que, em grande parte das criações,"do fim do século XIX, ao fim da primeira década do nosso século, os ornamentos florais, as

unesp

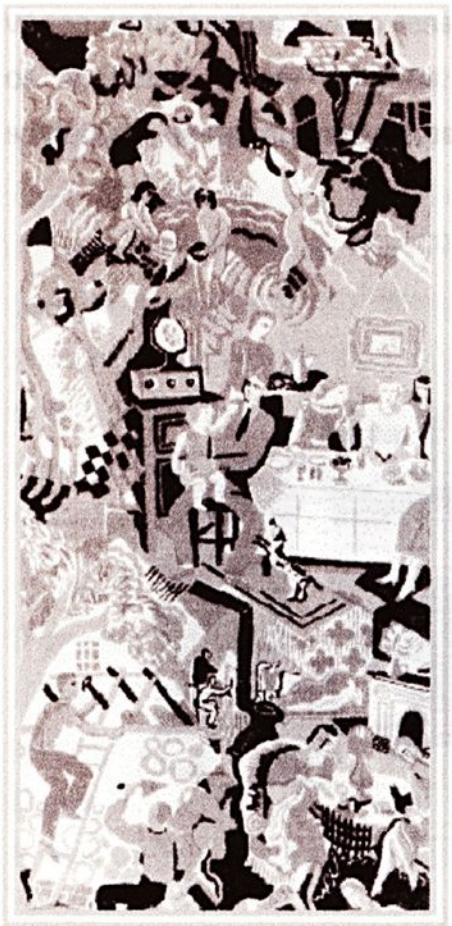
florescência metálicas, os cartazes publicitários de Bonnard e de Cappiello eram, até bem pouco, considerados sinônimos de mau gosto" (**Dorfles,** 1974, pg. 71).

O termo ***Art Deco*** aparece pela primeira vez em 1966, em mostra *Revival dos Les Années 25*, celebrado no Museu de Artes Decorativas de Paris. A *Exposition des Arts Decoratiffs, em Paris*, em 1925, confirmou para o público o triunfo do novo gosto e criou o cenário da vida moderna. O novo estilo decorativo foi construído, a partir da fusão das influências dos movimentos estéticos modernos, anteriores a 1925 (**Cabanne**, 1986).

E, realmente, acabou sendo bem confirmado e concretizado o desejo da aliança entre a arte e a indústria. E, isto, de modo que o grande sucesso da exposição foi a proposta de novos designers para móveis e a valorização dos objetos de vidro e utensílios, em prata e em esmaltes, e também, das cerâmicas, dos tecidos, das jóias, das encardernações. E, ainda, dos vitrais, do ferro forjado e da gráfica, apta, agora, a produções para o consumo das massas.



Tapete **n.2** de Eliel, 1928-29



Desenho para tapete de Ruth Reeves,
Cenas americanas , 1930

A *Exposition* apresentou verdadeiros espetáculos, com ornamentações *delirantes*, como a do *Pavilhão Au Bon Marché*, do *Máitrise*, de Hiriart, do Pavilhão de *Ruhlmann Hotel d'un Collectionneur*, da Fonte de Cristal, de Lalique, do *Pavilhão L'Espirit Nouveau*, de Le Corbusier e do Pavilhão da União Soviética, do arquiteto Melnilkov. A participação da Rússia, na exposição internacional, demonstrou realizações específicas, no domínio da produção de bens culturais. A arquitetura de Constatin Melnilkoy (segundo ele) pretendia dar a idéia do modo de vida soviética, oposta à riqueza e do luxo de outros países. Apresenta-se, apenas, como expressão das Artes Industriais, sendo que e a verdadeira beleza procurada significava, simplesmente,a adaptação do objeto à sua destinação. Lassalle ressalta que na exposição foi demonstrada uma verdadeira cultura dos materiais (**Lassalle,** 1986). O pavilhão não aparecia como palácio, mas como uma aplicação de elementos funcionais, através da inter-relação das seções, correlação, que justificou os grandes muros de vidro e a escada oblíqua, causa de escândalo para

vários participantes. Como ressalta **Lassalle**, a estética se vê tributária da relação entre os materiais e as funções, que geram estes procedimentos, especificamente, soviéticos, neste momento (**Lassalle,** 1986).

Pavilhão *Máitrise*, obra de Hiriart, Tribout e Beau, exibia um desenho do sol irradiando na entrada principal, 1925

Judith Applegare comenta, no jornal, em número especial, consagrado à Exposição de 1925, que a estilização de antigos motivos do *Art Nouveau*, através da desreferencialização do figurativo, realizado através de cortes geométricos e das modelagens do cubismo, expressa o desejo de nacionalismo e otimismo do pós guerra (**Daval**, 1980). Esta problemática éconceituada como sendo a síntese do exotismo da recente descoberta: o ***Art Deco***.

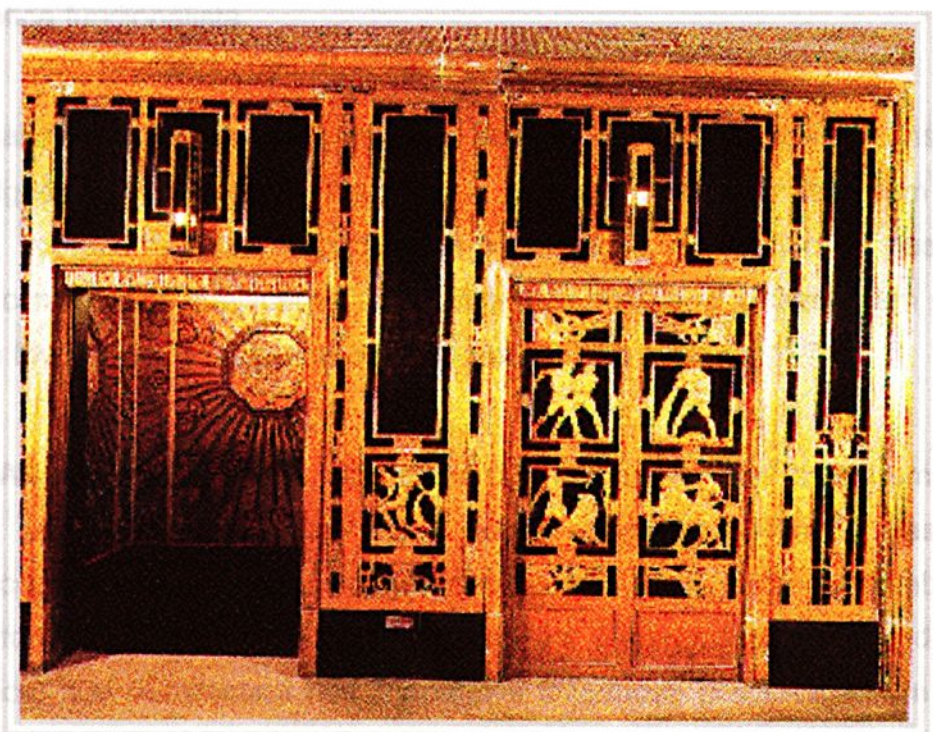
J. Hiriart afirma que a escada do edifício russo era incômoda e que, através dos vidros, se percebia a vida em desordem. Mas Melnikor esclarece que as suas intenções eram as de demonstrar que, para um momento efêmero, é sempre adequado produzir um ar

unesp

de *eternidade*. Em suma, uso de cores e de trançadas de linhas simples, para a livre circulação do ar e da luz (**Daval,** 1980).

Paul Maenz destaca três tendências contraditórias, na Exposição de 1925, que disputaram a primazia de procedimentos, em relação às artes ornamentais: uma, a clássica e elegante interpretação da Companhia das Artes Francesas, representadas por nomes, como Ruhlmann, Lalique e Dufrène, outra, representada por românticos exotizantes, com seus arabescos e seus ziguezagueantes cubismos de salão, representada por Poiret, Erté, Rateau. A terceira, representada pelos românticos modernizantes: Puiforcat, Herbst e Dunand (**Maenz,** 1974).

O triunfo do design foi reconhecido, quando da percepção dos modos de leituras das peças, de serviço de chá, de Puiforcat, dos vasos de vidros coloridos, de Lalique, dos aparadores de Ruhlumann, das peças de decoração, de Sue e Maré, como o móvel de ébano, incrustado de madrepérolas e, ainda, das peças do mestre do ferro forjado: Edgar Brandt, que fez as grades da entrada de honra da exposição.



Portas do elevador de Edgar Brandt com motivos da mitologia clássica,1923

Menezes comenta que, nem a Segunda Guerra, nem o design ligado ao marketing, conseguiram substituir os fortes e eficientes procedimentos, conquistados, através dos anos 20 e 30 e as geometrizações, que permitiam a industrialização, a valorização dos menos nobres dos materias e a percepção do valor de elementos, aparentemente, residuais, cuja alternativa de sobrevivência estava em serem considerados como elementos válidos, produzidos pelas máquinas. Este é o caso dos cartazes , dos jornais e das revistas, veiculados *em série* para a massa de receptores.

O ***Art Deco*** passa, assim, aprovocar mudanças nas atitudes perceptvas daquele momento. E principalmente pela linguagem neoplasticista, do grupo *De Stijl*, que se caracteriza como comportamentos capazes de produzirem transformações e transparências, a partir do uso de volumes, reduzidos às suas expressões mais simples. Utiliza-se, ao mesmo tempo, as relações geométricas e as cores puras, na construção e representação das formas abstratas. *Deutscher Werkbund* apresenta-se, nesse sentido, como um movimento, engajado no desenvolvimento tecnológico e ligado a uma estética funcionalista.

Como ressalta **Paul Maenz**, admitimos que gosto e estilo são frutos do consenso social e epocal. Igualmente, temos de admitir que as obras ***Art Deco*** são, com demasiada freqüência, sobrecarregadas, espontâneas e paródicas, no sentido de que refletem e codificam, como critica subjacente, os movimentos sociais. E o fazem, em relação aos reflexos da frivolidade, do refinamento e do nervosismo (**Maenz**, 1974).

Para **Eva Weber**, ***o Art Deco*** é vista como um novo estilo, que festeja uma nova era: "um estilo seguro de si mesmo", que surge do desenvolvimento das máquinas influenciado pelas linhas e pelas formas geométricas, com vibrantes combinações de cores. As formas do desenho Deco acabaam por sugerirem apresença de um estilo aerodinâmico, que manifestam nas linguagens impetuosa precipitação em direção ao futuro (**Weber,** 1993, p. 1).

unesp

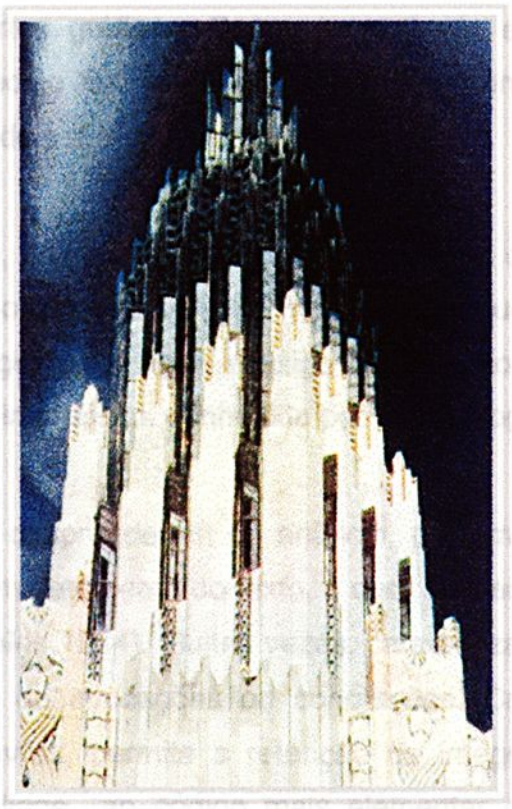
Bevis Hillier pode ser considerado como um dos mais criteriosos pesquisadores do ***Art Deco***. Publicou, em 1968, um estudo, através do qual identifica as influências estilísticas e as ramificações do ***Art Deco***, de 1918 a 1939. Concluiu que o estilo foi uma manifestação das futilidades sociais, ilusões artísticas fantasiastas, precariedades técnicas e irresponsabilidades históricas, do período entre a gratuita primeira guerra mundial e o absurdo holocausto da segunda. Mas, após três anos, **Hillier** revê sua posição, aceita e estuda o novo estilo, na época, já *glorificado*, através das páginas das mais famosas revistas elegantes, de catálogos de luxo dos colecionadores e das vitrines dos elegantes magazines do comércio novaiorquino, parisiense e londrino. No segundo estudo, **The World of Art Deco,** organiza uma gigantesca exposição para o *Minneapolis Institute of Arts*, mostrando as tendências, temas, cores e linhas, que caracterizavam o estilo e ressalta as influências culturais: escolas pictóricas do período, as heranças e o desenvolvimento do *Art Nouveau*, as visitas do ballet Russo a Paris, a arte do Egito antigo e, principalmente, a redescoberta das civilizações pré-colombianas, que inspiraram os artistas dos anos 20 e 30.

Em estudo de 1971, **Menezes** comenta que **Hillier** se utilizou de estudos de John Weightman, a respeito de banho do sol e da helioterapia, usados nos anos 20, para tirar conclusões acerca do porquê da intensa adoração dos homens pelo sol. Neste momento, um dos temas centrais do ***Art Deco***, influência da cultura mexicana, o sol aparece caracterizado por uma circunferência de raios simétricos e paralelos, demonstrando iluminação intensa e, assim, representado em objetos, como,: cigarreiras, sapatos masculinos, jóias, utensílios domésticos, cartazes e ilustrações (**Menezes**, 1976).

Conclui-se, aqui, que, embora os modernos chamassem o ***Art Deco*** de estilo da simplicidade, sua arquitetura, decoração, artes aplicadas, artes visuais e gráficas tinham ornamentos. Mas estes eram vistos como elementos, integrados à estruturação dos procedimentos construtivos e não como simples acréscimos de elementos finos, para produzirem meros efeitos superficiais. Assim, garantia, de certo modo, a manutenção funcional de formas não retilíneas: as sinuosidades e os toques florais.Mas, o conteúdo do passado, lembrança do *Art Nouveau,* o *sentimentalismo* não

unesp

se expressa, mas parece ficar indiciado pela arquitetura e meio apagado pelo raciocínio mecanizante do início do século XX.



Boston Avenue Methodist Church emTulsa, Oklahoma. Arquiteto, Bruce Goff,1930

Como conclusão destas afirmações e destas pesquisas, pensemos em **M.S. Gensberg**, chefe dos construtivistas. Para ele, o novo estilo, tem como expressão central, o código arquitetural. E, isto, deixa bem claro em artigo escrito para a revista *L'Amour de Art* (1925). De fato, com a construção do *Pavilhon de L'Espirit Nouveau*, Le Corbusier expressa com clareza sua concepção a respeito de uma habitação moderna. O programa é o de mostrar que a indústria crê na seleção e na estandardização dos objetos puros, na liberdade dos materiais, do uso do cimento armado, por exemplo, na criação de apartamentos estandardizados. As reações do público são as mais diversas, desde a aceitação imediata destes novos modos de moradia, até à rejeição e negação total destas propostas.

ARTES GRAFICAS

Cartaz, segmento das artes gráficas. Surge, a partir da evolução técnico-artística, ocorrida durante todo o século XIX. A imagem deixa de ser única e passa a representar uma configuração, que pode ser reproduzida.

O cartaz nasceu, portanto, da invenção de um procedimento de reprodução: a litografia processo, caracterizado por impressão, com matriz plana, que se baseia no fenômeno de repulsão entre tintas graxas e água e exige a utilização de uma pedra calcárea, como elemento básico de impressão, conhecida por pedra litográfica.

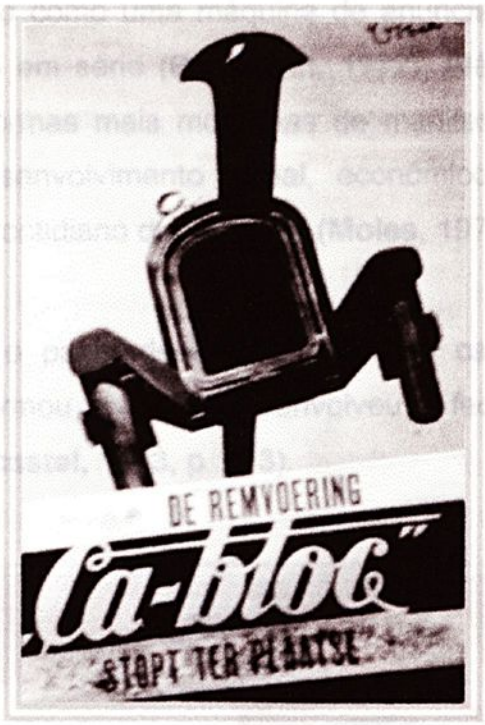
Os primeiros cartazes se desprenderam do anúncio, por um aumento progressivo da importância da imagem, em detrimento do texto, o que, conseqüentemente, aumentou a rapidez de apreensão (**Moles**,1974). Muitas vezes, caracterizado por uma imagem, que pode criar uma *multidão* de evocações ou conotações. Cristalizadas por um texto sucinto, de poucas palavras, permite a retenção da imagem e esta condensação, causa impacto, pois se dirige ao código mais elementar da percepção humana: o código visual (**Moles**, 1974).

Em 1866, Jules Chéret produz o primeiro cartaz litográfico de toda a história ocidental. Para tanto, combina técnicas e apela para outro aspecto essencial da comunicação: a presença dos idiomas populares. Henri de Toulouse-Lautrec acentua o estilo e esta propsta de Chéret (**Barnicoat**, 1972). Segundo **Max Bense**, foi, através da arte de Toulouse, que o homem moderno conheceu o mundo dos anúncios (**Bense**, 1971).

Os cartazes de Toulousse, Chéret e Aphonse Muncha são considerados como uma espécie de taquigrafia visual, que permite a expressão de percepções imediatas e diretas. A arte de seus *affiches* expressam, de modo condensado, o espírito da época, o espírito de fim de século, que evoca o mundo das ilusões, criado, anteriormente e, isto, através do poder universalizante e centralizador de mundos, próprio des alegorias. (**Barnicoat,** 1972). Grande parte dos desenhistas inspiraram-se nas estilizações imginativas de Leonetto Cappiello, italiano, que trabalhou em Paris e dominou as artes

cm 1 2 3 4 5 6 7 8 unesp 12 13 14 15 16 17 18 19

gráficas, durante 25 anos. Seus cartazes produziram mensagens simples e claras, **Ca-Bloc** (1931).



Ca-Bloc, 1931

Com a circulação dos primeiros cartazes e a partir do uso, que os receptores deles foram realizando, a elaboração deles foi se modificando, em termos dos tamanhos, das cores, da tipologia, dos estilos e dos próprios processos de impressão. E, estes, cada vez mais, estimulam e despertam desejos e, ao mesmo tempo, refletem maneiras e modos de se viver e se conviver: concretizações desse mesmos desejos. A valorização das mensagens permite que as manifestações do ***Art Deco*** durem e perdurem no tempo, tendendo, até mesmos, a se tornarem eternas ...

Magazines, companhias de teatro e de transportes áereos, ferroviários e navais contratam artistas franceses, alemães e ingleses para criarem cartazes, capazes de anunciarem seus produtos, em termos de estratégias artísticas-persuasivas. Procedimentos visuais, ao lado de processos da propaganda comercial, aptos a desencadear o impulso de compra nos espectadores e de, ao mesmo tempo, lhes infomarem a respeito da existência de produtos, capazes de melhorarem as condições e as qualidades de suas vidas (**Kelly,** 1978).

Alguns autores consideram o cartaz como procedimento, inserido no segmento da pintura, outros o colocam como expressão das artes decorativas. Na opinião de **John Barnicoat**, o cartaz é meio para um fim, um meio de comunicação entre o comerciante e o público. É considerado como uma máquina de anunciar e faz parte do processo repetitivo da comunicação em série (**Barnicoat,** 1972). Além de ser instrumento de publicidade, é uma das formas mais modernas de manifestação artística. Tornou-se signo permanente do desenvolvimento social, econômico e político, porque está, intimamente, ligado com o cotidiano das cidades (**Moles**, 1974).

Para **Pierre Francastel**, o papel desempenhado pelo cartaz é comparável ao do cinema. "O cartaz transformou o gosto, desenvolveu a faculdade da leitura de uma imagem despojada" (**Francastel,** 1973, p. 113).

INSTITUTO DE ARTES UNESP BIBLIOTECA

Borsalino - Anônimo, 1930.

O cartaz, para Savignac, um dos principais cartazista franceses contemporâneos, é, essencialmente, um desenho sem legenda. "Seu desenho não pode ser considerado um fim em si. É tão somente um meio, um veículo, não tende a ser representação exata de uma figura ou de um objeto. Está inteiramente sujeito às necessidades de expressão ou do inventor" (**Moles**, 1974, p.194).

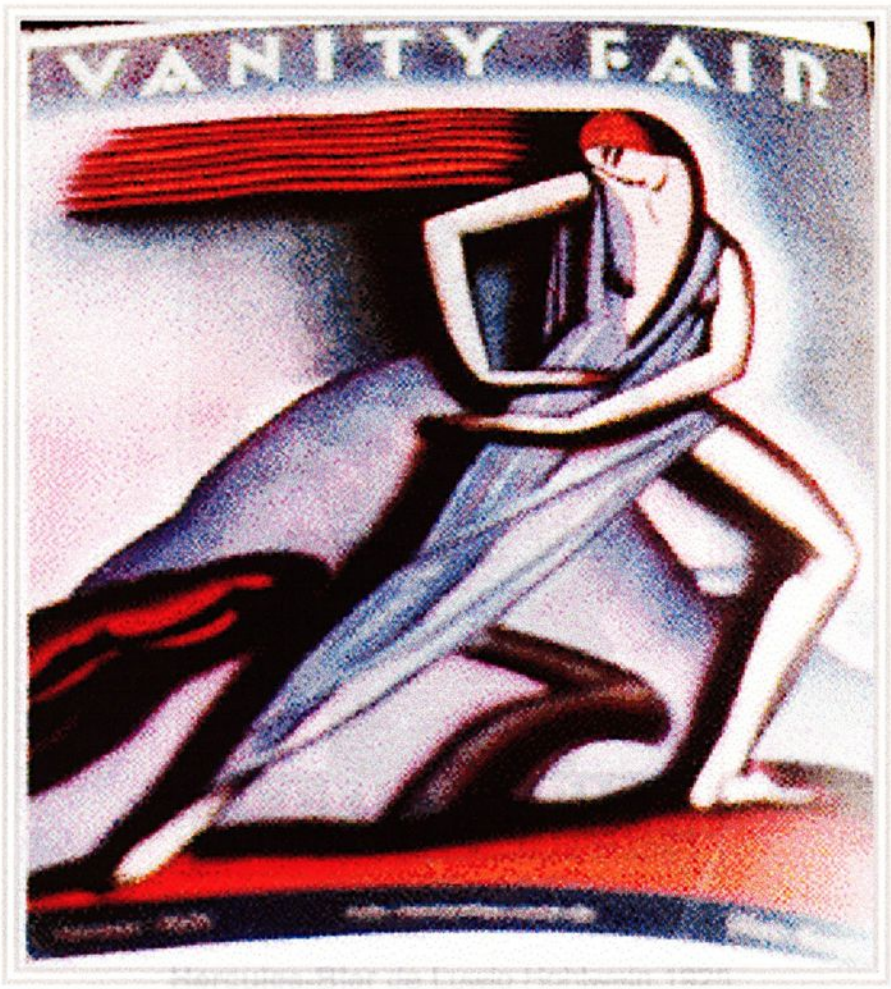
Henri van de Velde, um dos grandes portavozes do *Art Nouveau*, menciona Chéret, como um dos precursores mais importantes do movimento das artes decorativas. Pode-se considerar o ano de 1893, como o do nascimento *do Art Nouveau*. Foi lançada em Londres a revista *Studio*, que divulgava idéias inglesas, acerca da arte de decoração de interiores. Em Bruxelas, o arquiteto Victor Horta construia a mansão Tassel - primeira residência particular, concebida como obra de arte, em estilo técnico e plástico, radicalmente novo. As linhas florais, sinuosas e o dinamismo de curvas, entrelaçadas, se tornaram a expressão do *Art Nouveau*. Sua difusão se deu por meio dos tecidos de forração, das ilustrações de livros e de revistas, da decoração e dos cartazes. Os motivos florais eram estereotipados, predominando as flores do campo e do jardim (narcisos, violetas, margaridas) e, mais freqüentemente, as plantas trepadeiras, oabrunheiro e a madressilva (**Dullière**, 1990).

Contrariando, decididamente, as curvas melodiosas, exageradas e o exotismo da decoração do *Art Nouveau* (**GILLETTE**, 1990*)*, o ***Art Deco*** propõe clareza despojada e geometrizável de linhas, capazes de se organizarem como *diagramações* dos referentes, (e não, mais, figurações, propiamente ditas) em séries. Um modo, sem dúvida, de *esvaziar* o referente, como sendo o *reinado* das coisas, para desenhar, em traços imediatos, a percepção das qualidades das formas dessas coisas.

unesp

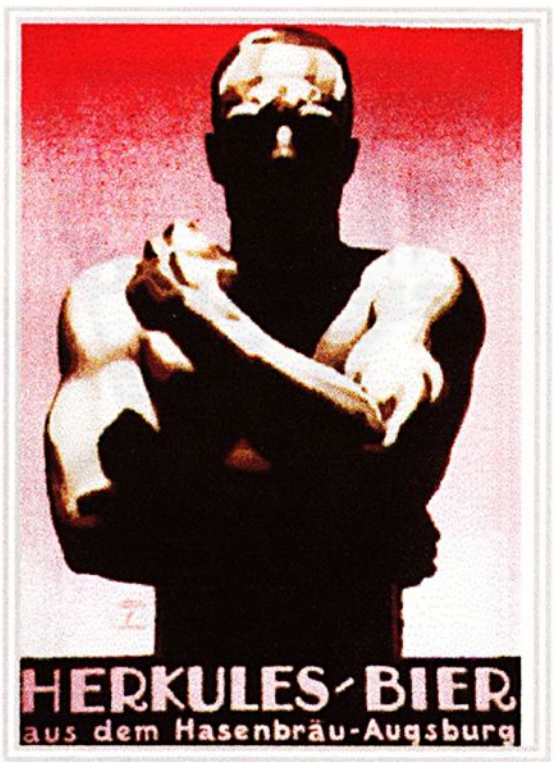
Delftsche Staoliehe de J.Toorop, 1893

Patricia Frantz Kery comenta que a gráfica ***Art Deco*** é uma preciosa documentação iconográfica,que evidencia a evolução do estilo, nasce da escola de arte aplicada como *Secessione Vienesse* e da *Bauhaus* e se torna novidade por demonstrar características do Ballet Russo, da arte primitiva e do jazz negro. A gráfica ***Deco*** é rica como documento histórico, por mostrar os costumes e interesses de uma sociedade ocidental, no primeiro quarto do século XX (**Kery,** 1986).



Vanity Fair de Synton G. Rimky, 1929

A moda dos cartazes busca uma preocupação com o espetacular e com o sensacional. O desenho europeu evolui de maneira singular, de acordo com os diversos países, entre 1910 e 1939 e em função de características culturais, expressas através dos desenhos decorativos. Na França, predominaram as formas cubistas e a influência dos *Fauves*, no uso das cores puras e vivas, como o azul, o vermelho, o verde e o laranja criando, um cromatismo uniforme de superfície, com contornos pesados e cheios de ondulações. Os artistas franceses se utilizavam, também, de tons escuros e funerários como o violeta, o preto, o marrom e o prata, característicos do *Werkbund.* Na Alemanha, predominava o *Jugendstjil*, termo alemão, que apareceu na revista *Jugendstijl* e que significa: juventude.



Hercules-Bier de Luwig Hohlwein, 1925

O estilo ***Art Deco***, de 1920, privilegiou o gosto pelo ornamento, reinterpretando o *senso comum*, em a busca do desejado prazer sinestésico. A novidade é sem dúvida, a afirmação da liberdade da vida. O moderno é então, poder chocar, provocar, romper, transgredir, poder ser diferente, assim como estão sendo os movimentos artísticos, os ismos das vanguardas, do século XX.

Durante o período ***Art Deco***, a tipologia modificou-se e a letra manuscrita, praticamente, deixou de ser utilizada. A escola de Bauhaus revolucionou, não só arquitetura, como as artes gráficas. Nesse período, os artistas criaram outros tipos gráficos, entitulados por: futura, *bauhaus, kabel, gill sans, parisian, bernhard e o bernhard gotic*. Este último, foi elaborado po Lucian Bernhard, especialista em tipografia. As grafias mais populares são a futura e o bauhaus, em espessuras finas, ou grossas. Da união dos tipos gráficos, sem serifa, marcados pelos efeitos de agressão, prodizidos por cores e geometrizações despojadas, nasceram as

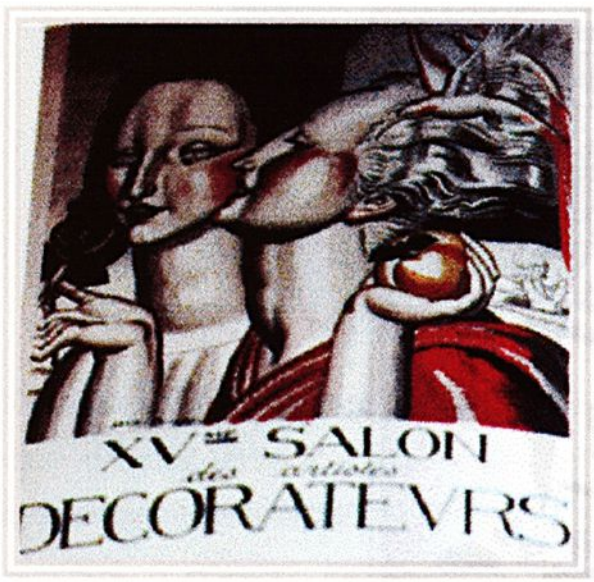
estratégicas de comunicação, como atividades publicitárias, codificadas em cartazes, ou *affiches*.

Dust Wrapper de Herbert Bayer

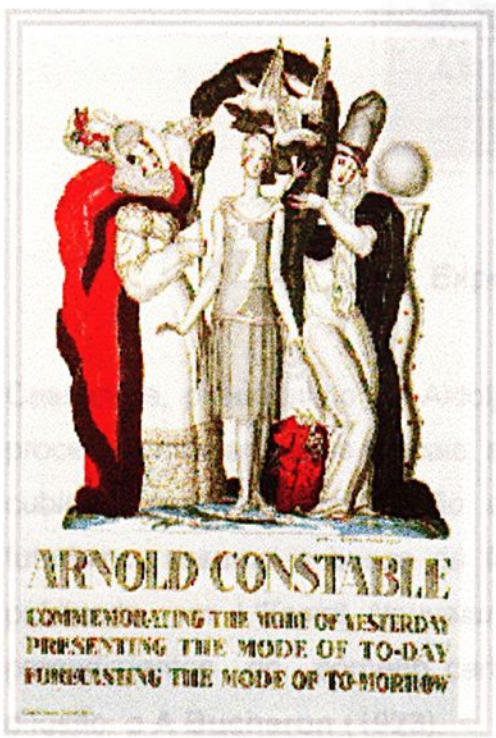
As mensagens, assim produzidas, tentam veicular um sentido de *força,* através de composições, aparentemente precisas, lineares sobre fundo coloriddo , com perspectivas verticais e diagonais, bem marcadas, que atraem os olhares dos receptores para dentro do seus modos de construção, ao mesmo tempo, em que seus caracteres tipográficos veiculam a racionalização do uso do produto.

Na programções de imagens do primeiro período de veiculação de cartazes, predominam figuras de flores, geometrizadas e de animais, como corças, galgos, cavalos, de pássaros e, ainda, de mulheres jovens, vestidas com trajes, que apresentam representações de motivos egípcios, africanos e de movimentos de ziguezagues. Algumas dessas mulheres são desenhadas como se estivessem integradas ao conjunto das bailarinas do Ballet Russo.

Jean Dupas aparece como um modelar representante deste estilo. A diagramação dos seus posters atrai os olhares dos espectadores, porque as imagens visuais se separam, perceptivamente, das imagens verbais. A mulher aparece como ser idealizado, com vestidos longos, repletos de detalhes e acompanhada por animais. Muitos magazines de moda e lojas de departamentos contratavam Dupas, para,assim, veicular suas criações.

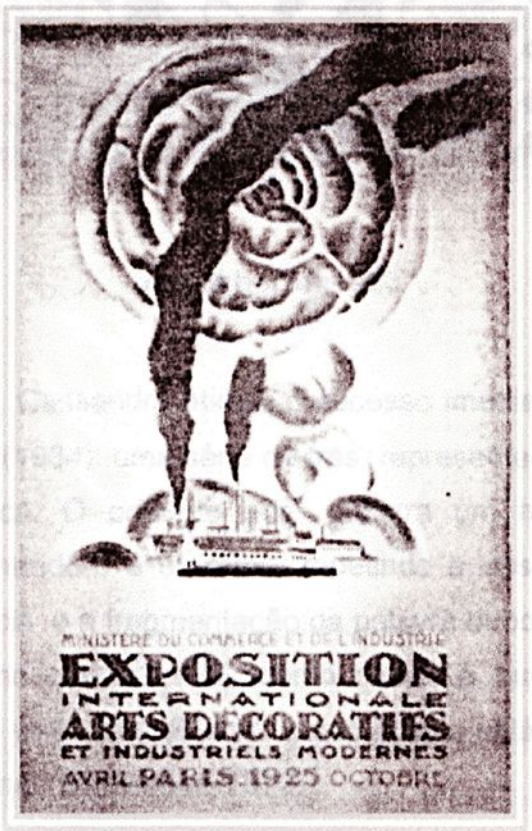


XV Salon des Artistes de Dupas, 1927



Arnold Constable de Dupas, 1928

O *affiche,* que apresenta e abre as portas para a *Exposition Internacionale Arts Decoratifs et Industriels Modernes,* em 29 de abril de 1925, em Paris, foi elaborado por Charles Loupot. O cartaz da grande feira retrata uma fábrica em funcionamento e veicula uma espécie de diagram de seu movimento. Mas, a publicidade começa a *dar o seu tom* (a busca do encanto e da persuação), com Loupot, Cassandre, Jean Carlu e Paul Colin no campo das invenções gráficas.

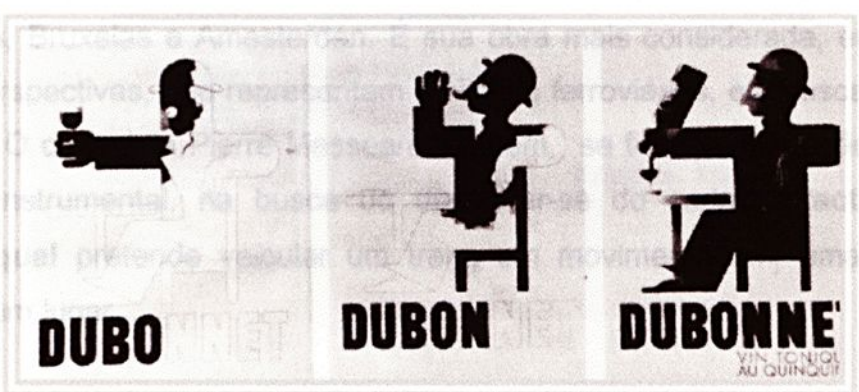


Exposition de Loupot, 1925

Cassandre, pseudônimo de Aldolphe-Jean-Marie Mouron, nasceu na Ucrânia, adotou procedimentos artísticos formais, aplicando-os em cartazes publicitários e caminhou do cubismo para a fragmentação e destruição das qualidades formas, e dentro do futurismo, assume a busca da fascinação do movimento. **Paul Boulard**, no artigo publicado, *em L'Espirit Nouveau* (1924) condena o falso cubismo e contesta os procedimentos do primeiro cartaz de Cassandre, que na época, alcançou ampla difusão: o **A Bucheron** (1923).

A Bucheron, 1923

Com os outros cartazes, Cassandre atingiu o sucesso imediato. E, isto, notadamente, com o cartaz **Dubonnet** (1934): uma série de três, representando o movimento de uma seqüência cinematográfica. O primeiro nos mostra um homem, observando seu aperitivo, o próximo, tomando-o e o último, repetindo a dose do aperitivo. E, outro, apenas mostra a seqüência e a fragmentação da palavra dubonet, que se chama **Dubo** (1934). Veja, também, no cartaz inicial, como neste, a busca do diagramar-se do movimento e não mais a visão dos objetos, como *coisas* estáticas e chapadas, dentro de um mundo bidimensional (**Barnicoat**, 1972).

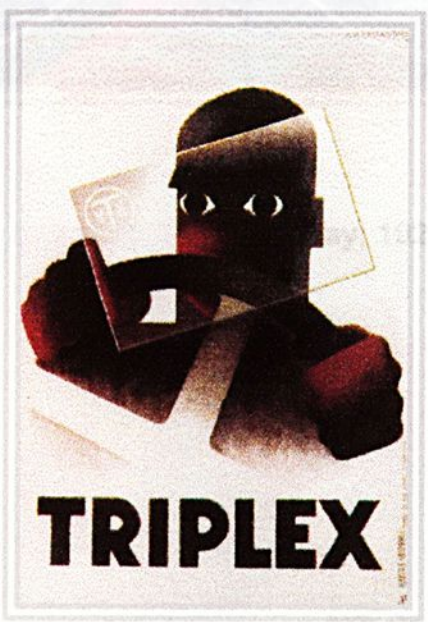


Dubonnet, 1934

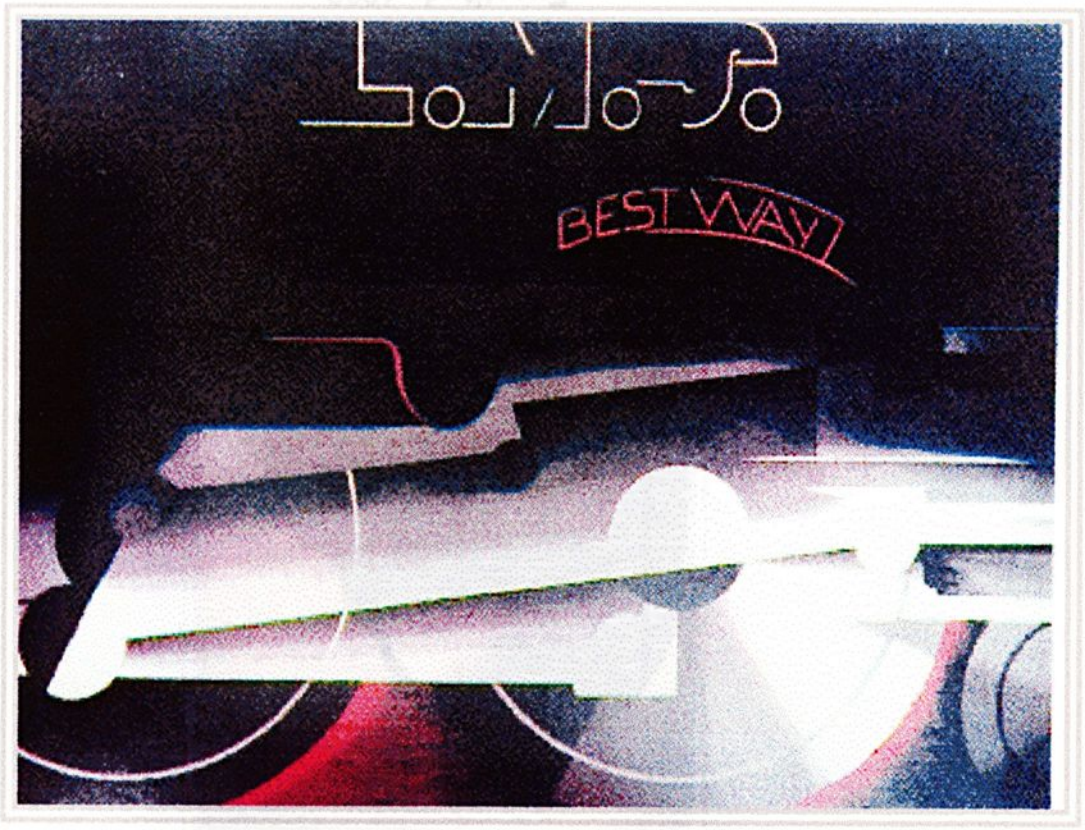
Dubo, 1934

Etoile du Nord (1927) **, L.M.S. Bestway** (1928), **Triplex** (1930), **Normadie** (1930) e **Wagon-bar** (1932) foram inspirados, em parte, em obras dos cubistas, mas nos mostram, também, decorações de arquiteturas neoclássicas: **Grèce** (1933) e **Angleterre** (1934). **Etoile du Nord** foi encomendado para o lançamento do trem pulman: Paris, Bruxelas e Amesterdan. É sua obra mais considerada, em termos das linhas, em perspectivas, que representam as linhas ferroviárias, em busca de um ponto no horizonte. O cartazista Pierre Massean, também, se fixa na marcação do ponto de fuga, como instrumental, na busca do desenhar-se do cartaz **Exactitude** (1932), **através do qual** pretende veicular um trem, em movimento em, uma ferrovia, em direção a algum lugar...

Etoile du Nord ,1927



Triplex, 1932

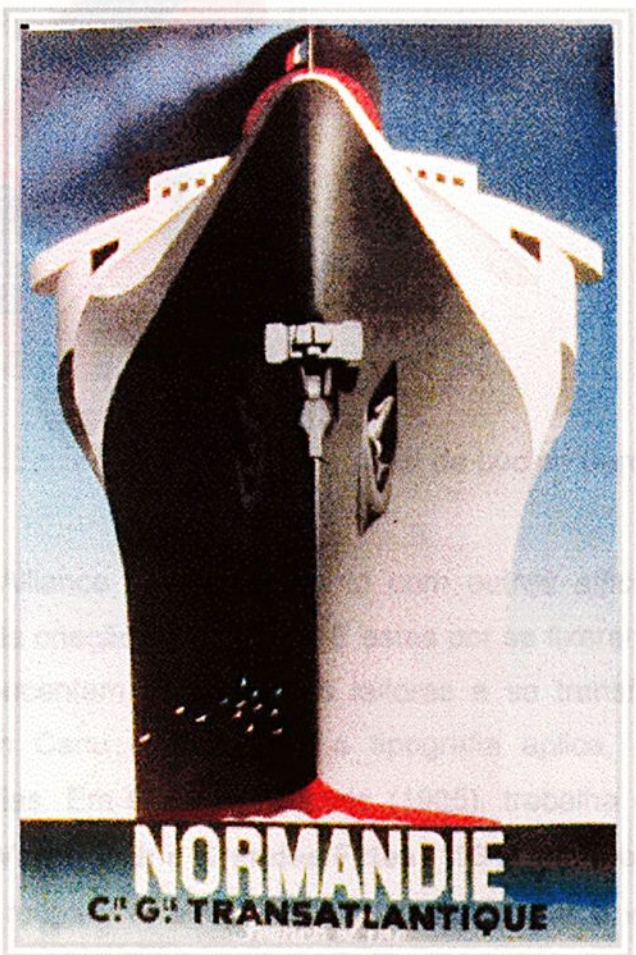


Best Way, 1928

Grèce de Cassandre, 1933

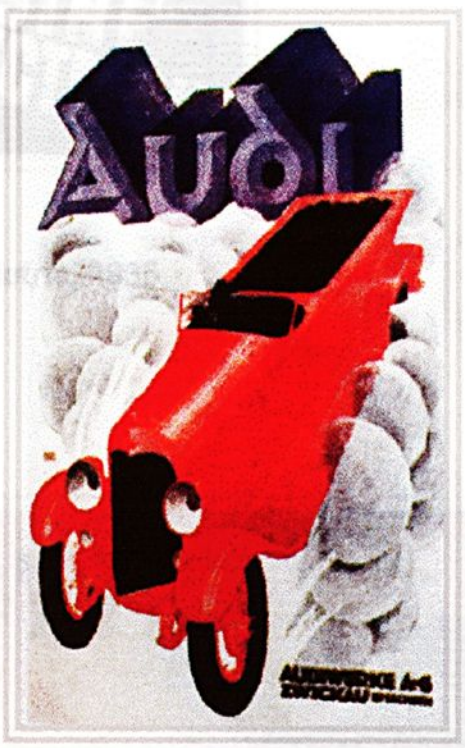
Exactitude, 1932

A intensificação dos processos de industrialização provocou a ampliação dos espaços das cidades e, portanto, de projetos de urbanização, provocando uma *cascata* de conseqüências técnicas, sociais e psicológicas. Nos anos 30, a imagem publicitária tornou-se um dos meios de difusão destas feições culturais, como nos mostra Cassandre, que desvendam ao público o desenvolvimento das indústrias de grande porte: transatlânticos, indústrias automobilísticas, construção de aviões e de sistemas ferroviários. Foi, justamente, nos anos 30, que a indústria automobilística lançou os mais belos carros, no mercado, como o Ettore Bugatti e o Rolls-Royce. Muitos artistas gráficos foram contratados para programarem a propaganda e a veiculação desses novos produtos.



Normandie de Cassandre, 1930

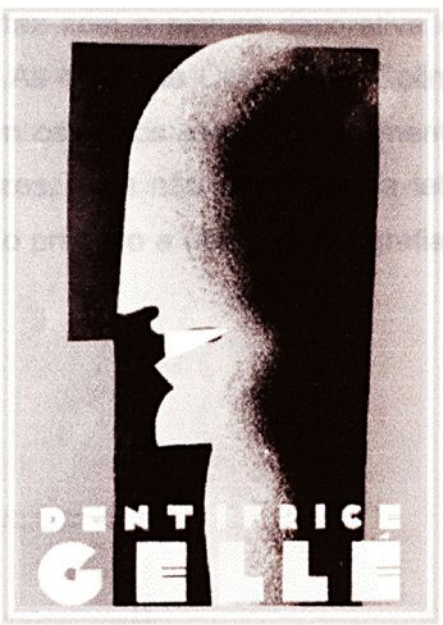
Philippossian de Loupot, 1920



Audi de Lucien Bernhard, 1920

Cassandre funda a Alliance Graphique, junto com outros *affichists*, em 1930 e se ocupa, basicamente da criação de cartazes. E estes por se fixarem como portadores da função, persuasiva encantam a massa dos leitores e se transformam em sucessos *explícitos*. Para Jean Carlu (1900-1985), a tipografia aplica, com sensibilidade, à organização das grafias. Em **Cuisine Electric** (1935), trabalha em três dimensões e com a luminosidade. **Vanity Fair e Grandes Fêtes** (1934) foram encomendados por um grande magazine de roupas e, em **Dentifrice,** programa-se a venda de um tipo de pasta de dente. (Fusco, 1988).

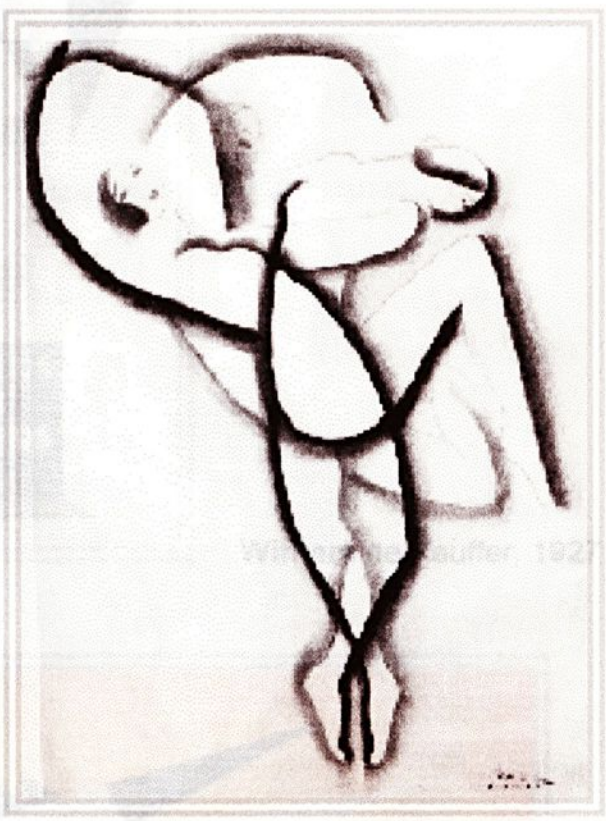
Cuisine Eletric, 1935



Dentifrice,1930

Grandes Fêtes,1934

Paul Colin (1892-1985) relacionou, claramente, o cartaz com a pintura decorativa da época, retratando, desse modo,as noites parisienses. As obras de Cassandre, Colin e Carlu são marcadas pela fusão da arte do pincel com os vários estilos do momento. Outra característica básica, na elaboração dos cartazes, é a não utilização da letra manuscrita e o artista Herbert Matter (1907-1948) foi o primeiro a utilizar a fotografia e a fotomontagem, nas criações de seus cartazes.



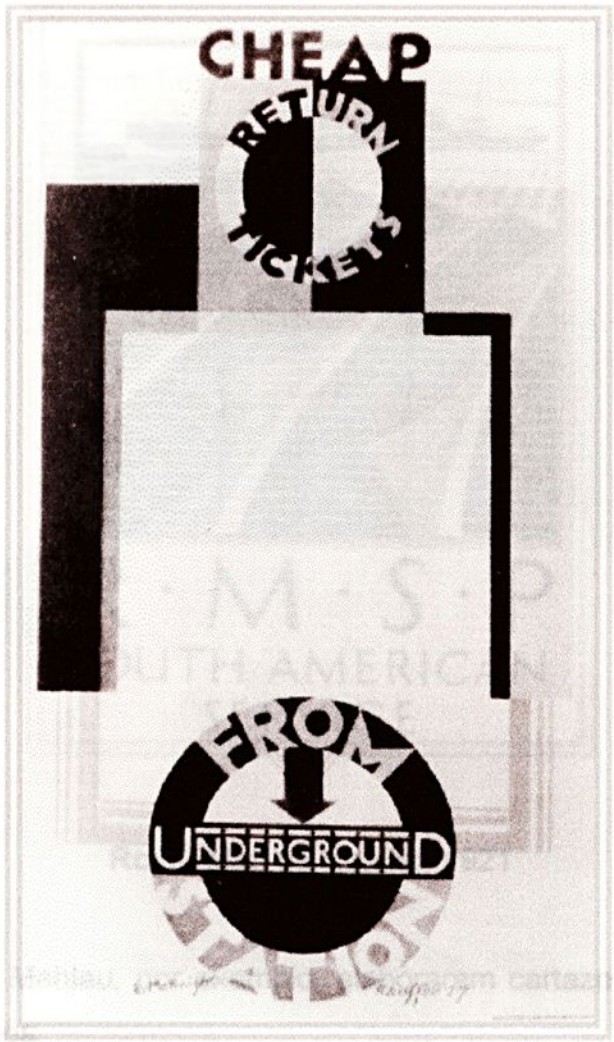
Cabaret de Paul Colin

Edward McKnight Kauffer (1890-1954) foi indicado como um dos melhores artistas ingleses, autor de *posters*, encomendados por companhias de transportes, de Londres, como o metro e as ferrovias e por lojas de magazines. O cartaz **London Museum** (1922) integra, com certa precisão, o desenho decorativo, ao formal. Outro cartaz significativo é o que tenta codificar o movimento vorticista (proposta central do Movimento Futurista inglês): **Os Pássaros.** Elaborado em 1920, apresenta perspectiva

e linhas inclinadas, que partem de um, para outro extremo do cartaz, em direção a um ponto, marcado para além dos próprios limites do desenho, em direção a uma espécie de infinito: tentativa de construção da velocidade do vôo dos pássaros, como de fosse uma espécie de estrutura, de linguagem *em volume*, capaz de multiplicar formas e funções.

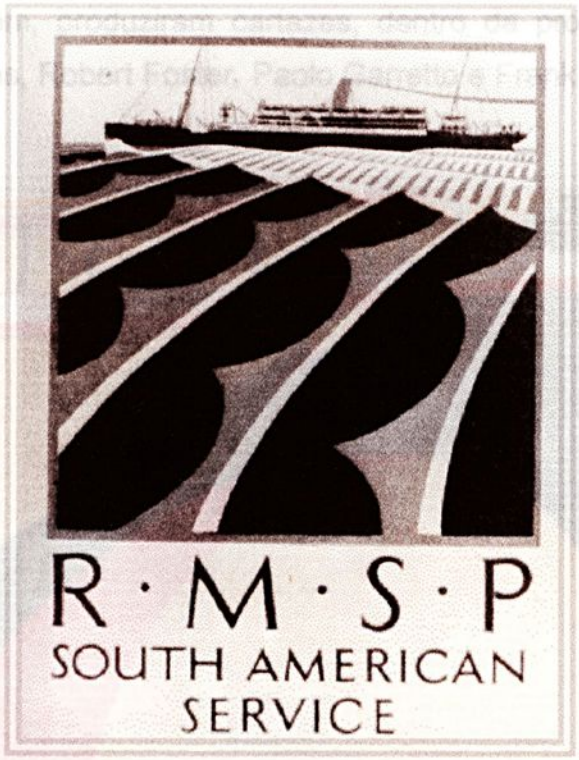
Winters de Kauffer, 1927

Os Pássaros de Kauffer, 1920



Underground de Kauffer, 1927

Kauffer criou o cartaz **Royal Mail** em (1921), o único cartaz exibido na Exposição de Artes Decorativas, de 1925 que retrata, em linhas inclinadas, o movimento contínuo das ondas do mar. Ao fundo, um navio da Companhia de transportes, cujas qualidades de formas entram em analogias com as ondas: organismo analógico, bem próximo da idéia de montagem *poéticas.*

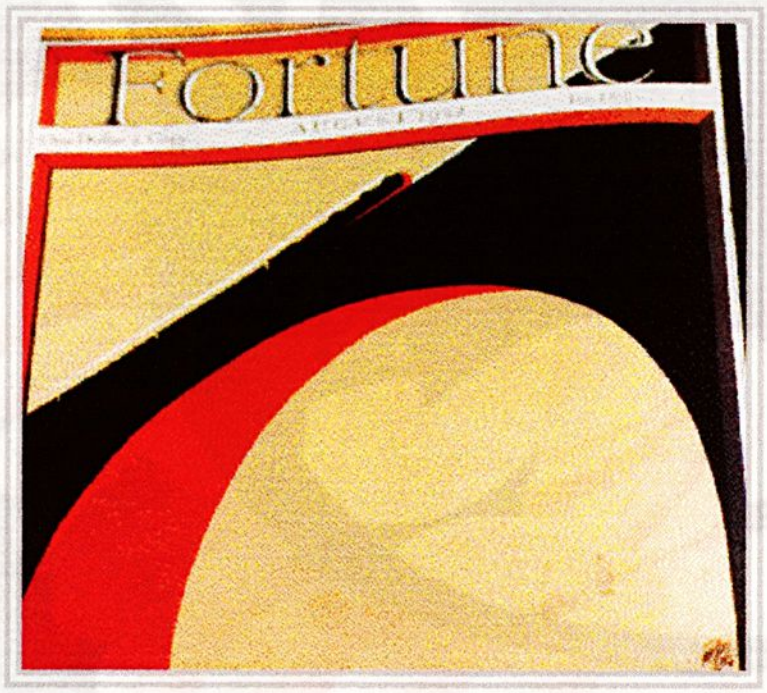


Royal Mail de Kauffer, 1921

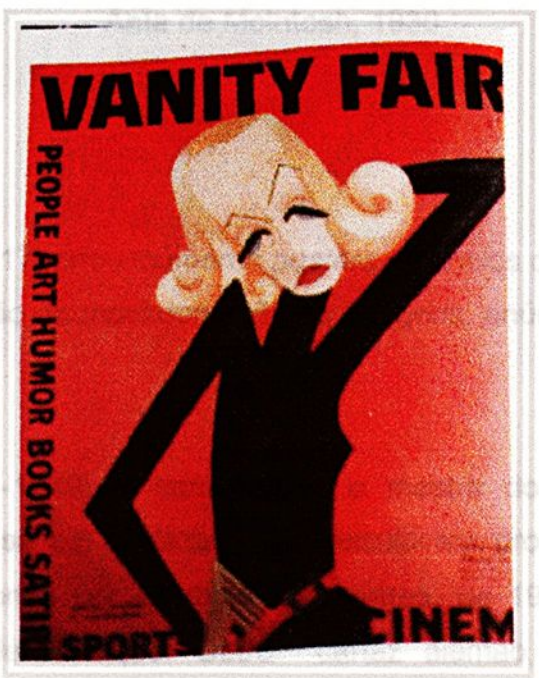
Outros artistas, como Mahlau, por exemplo, elaboraram cartazes para as campanhias de transportes maritimos.

Lubeck de Mahlau, 1930

Os americanos, também, produziram cartazes, dentro da proposta ***Art Deco***. Entre eles, Miguel Covarrubias, Robert Foster, Paolo Garretto e Frank McIntosh.



Fortune de Paolo Garretto, 1932



Vanity Fair de Miguel Covarrubias, 1932

INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA

Asia de McIntosh, 1930

Hans Rudi Erdt (1883-1917) criou inúmeros *posters*, anúncios de cigarros e de carros e, apoiando-se na percepção da movimentação de imagens, anúncios de jogos de tênis e de corridas de cavalos.

Ludwig Hohlwein (1874-1949) é considerado o mestre do desenho moderno, na Alemanha. Especializou-se em cartazes, que veiculavam programas de viagens, de filmes e de produtos, como, por exemplo **Zigarrettes,** de 1921. Retratava, sempre, animais do zoológico de Munique. Outro cartaz alemão, bem característico, foi denominado de **Jogos,** criação de Jan Mucharski de 1926.

Jogos de Mucharski, 1926

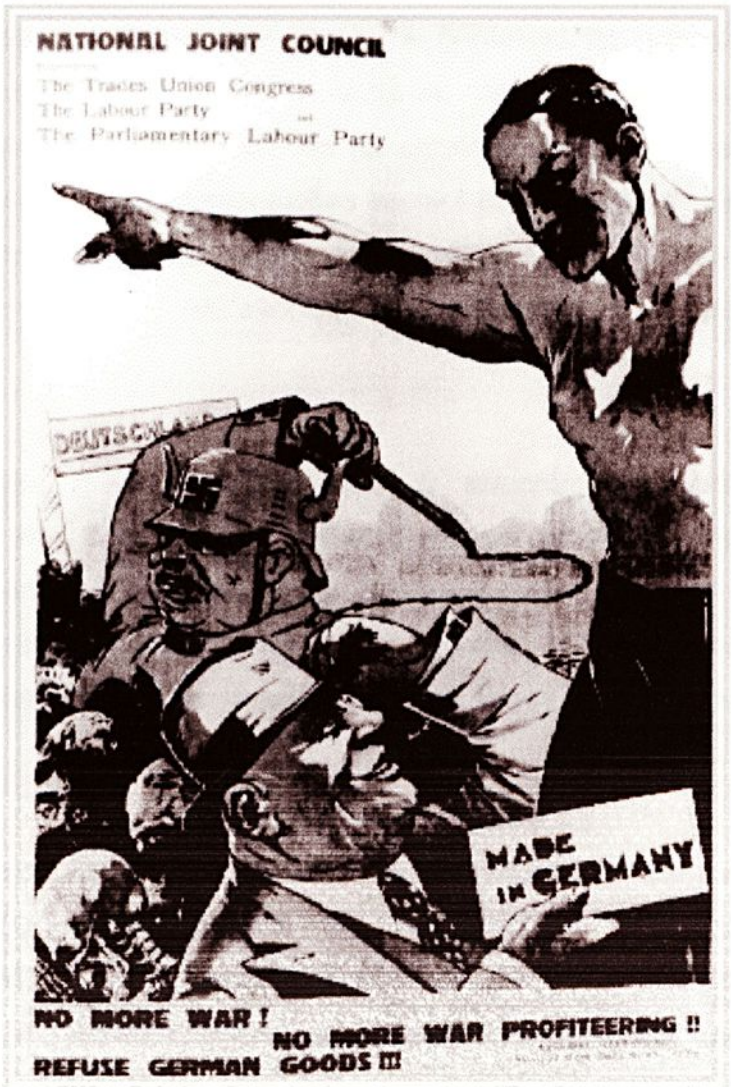
Zigarettes de Hohlwein, 1921

Neste pais a arte gráfica sempre teve lugar privilegiado, entre os artistas e Otto Arpke aparece como, um típico representante, nesse sentido, com o seu cartaz **Reklame Ball**,de 1928. Para **John Barnicoat**, a tipografia da Bauhaus revoluciu as artes

gráficas e, tanto é assim, que o escultor húngaro László Moholy-Nagy aparece como um dos artistas desta escola, que muito produziu. Já, artistas europeus, como Lyonel Feininger, Paul Klee, Wassily Kandinsky, Nagy e outros fizeram suas experiementações, em Weimer e uniram a antiga fórmula medieval didática (relação entre o mestre e o aprendiz) com a necessidade da época, a da produção seriada. Os cartazistas, em geral, desenvolveram, neste momento novas técnicas tipográficas e acabaram por se apropriarem das técnicas cinematográficas. Moholy-Nagy, por exemplo utilizou-se de procedimentos, como os de montagens e de truques fotográficos (**Barnicoat**, 1972).

Reklame Ball de Otto Arpke, 1928

Os *affiches,* conhecidos, então, por nacionalistas, retratam o desenvolvimento dos governos poderosos, a preocupação da população com as guerras e com a potencialidade das armas militares. Vários governos utilizaram-se dos cartazes, para a veiculação de campanhas eleitorais, promovendo suas próprias plataformas através de propagandas bem persuasivas.



Cartaz do **Partido Laborista Britânico** (anônimo), 1934

Alguns artistas gráficos chegaram a retratar comportamentos dos governos, como a ocupação da Renânia, a luta dos sociais democratas, o conflito dos comunistas, o triunfo do nacional-socialismo, as decisões e estratégias militares. Renovaram os pápeis possíveis do cartaz, como publicidade, programando-os, então, como informação e denúncias. "A história de um pais se traduz em seus cartazes" **(Moles**, 1974, p. 37).

O ART DECO EM SAO PAULO

Durante os anos 20, o Modernismo representou uma ruptura em relação aos cânones estéticos, então vigentes. Nas duas décadas subseqüentes, a Arte Moderna Brasileira entrou em um período mais sistemático; por um lado abriu espaço para a problemática social e, por outro, procurou documentar a realidade do cotidiano (**Ferreira,** 1986-88).

O ***Art Deco*** chega ao Brasil, por meio de contatos, de intercâmbios culturais e, também, por influência americana. Por volta de 1930, o cinema norte americano, via Hollywood, popularizou o estilo, através de cenários cubistas, cidades carregadas de arranha-céus, musicais, com composições escalonadas e geometrizáveis, construídas a partir de corpos em movimento, trajes de bailarinos bem coloridos e a utilização de máquinas avançadas, para representarem o progresso e a velocidade da cidade (**Sawaya,** 1982).

Nada poderia ser mais favorável que o encontro de artistas estrangeiros, desembarcando em São Paulo, portadores, ao mesmo tempo, de ideologias tradicionais, mas em busca da efervecência revolucionária, decorrente dos transtornos, causados à humanidade pela Primeira Guerra Mundial. Muitos jovens artistas chegaram de Paris com muita vontade de renovar aqui, no Brasil, padrões de comportamento e suas criações.

> "O estado de espírito revoltado e revolucionário que, se a nós atualizou, sistematizando como constância da inteligência nacional, o direito antiacadêmico da pesquisa estética que preparou o estado revolucionário nas outras manifestações sociais do país, também fez com que o mundo profetizasse as guerras, fazendo com que nascesse uma nova civilização" (**Andrade**, 1967, p.241).

O Brasil era, neste momento, um país basicamente rural, 70% da população vivia no campo. A economia paulista, assim como a brasileira, tinha seus aliceres, sócio-econômico, baseados na produção de café. "O cafezal é a soldadesca verde... que salta morros ... um grande exército colorido de imigrantes de enxadas a brilhar" (**Oliveira**,1986, p. 55). Em 1927, comemorou-se o segundo centenário da introdução do café no Brasil. Ocorreu, nos anos seguintes, super safras de produção de café e em 1929 veio a grande depressão com a quebra da Bolsa de New York.

No decênio de 30, a função do mundo inteiro caracterizou-se por um recrudescimento da luta ideológica com o fascismo, com o nazismo, com o comunismo, com o socialismo e com o liberalismo, que conflitavam forças, continuamente. No Brasil, as ideologias desencontradas agitaram a Nova República e esta é a fase, ao mesmo tempo, de expansão do partido comunista, da organização da Aliança Nacional Libertadora, da Ação Integralista e da liderança de Getúlio e de seu procedimento populista. O Estado, que nasceu em 30, não consegue, então, representar os interesses da sociedade. A burguesia do café, que se encontra em profunda crise econômica, assim como as classes médias e o grupo industrial, não estava em condições de assumir o poder (**Ferreira**,1986-88).

"Olha com que amplidão no horizonte da várzeas ... o áspero manto das chaminés se perde longe" (**Oliveira,** 1986, p.55). A população paulistana duplicou-se e isto alterou muito a fisionomia da cidade. Pelo lado sul, desenvolviam-se os elegantes jardins, cujas ruas largas e calmas serviam para a realização das primeiras provas automobilísticas da cidade. Já, pelo lado leste, aglutinavam-se as fábricas e as moradias dos operários. E, no centro, surgiam os chamados arranha-céus: os prédios mais altos (**Oliveira**, 1986).

Apesar do crack, a indústria ganhava terreno em São Paulo, diversificando-se e modernizando-se. Concentrava seus avanços tecnológicos nos setores alimentícios, têxteis, químicos e gráficos e nos planejamentos dos transportes. No final dos anos 30, a indústria já era a principal fonte geradora de riqueza para o Estado.

unesp

Enquanto a indústria química se expandia, principalmente, com as vendas dos lançasperfumes , a têxtil começava a produzir tecidos sintéticos, em um mercado, dominado, há mais de um século, pelas fibras naturais.

Lançasperfumes da Rhodia (indústria química)

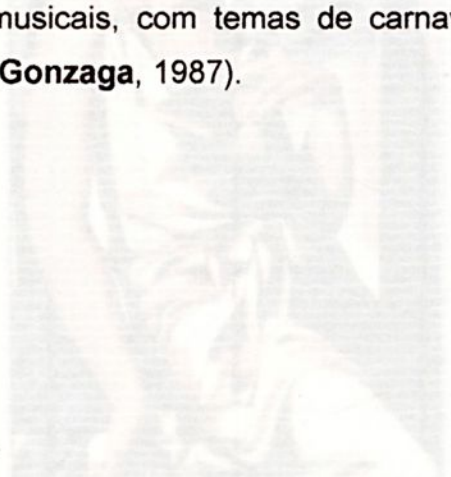
Os efeitos da depressão e da política deflacionista instalada foram algumas das causas da Revolução de 1930, envolvendo os Estados de Minas Gerais, do Rio Grande do Sul e da Paraíba. A eleição para presidente , de 1930, aconteceu no primeiro dia de março, coincidindo com o primeiro dia de carnaval. A campanha de propaganda política percorreu todas as capitais mais importantes do país, onde Vargas e seu vice, João Pessoa, defrontavam-se com as forças conservadoras de Julio Prestes e de Vital Soares. Derrotado nas eleições, Getúlio Vargas dá o *golpe* político, derruba Washington Luís e impede a posse de seu sucessor, Júlio Prestes e instala-se seu governo provisório. Os Estados passam a ser governados por interventores federais. Para São Paulo é o início de um período bastante convulsionado. Era o maior produtor de café e o maior parque industrial do país, o mais importante centro comercial e não queria perder seus poderes de decisão.

Com o desenvolvimento do parque industrial, São Paulo sofreu mudanças radicais. Depois da seca, que assolou a cidade, a energia elétrica disponível foi reduzida, prejudicando o principal meio de transportes dos paulistas: os bondes elétricos da Light, de primeira e segunda classes, que tinham substituídos aqueles que eram puxados por animais. Entrando a década de 30, a ordem era a de se superar os desperdícios e

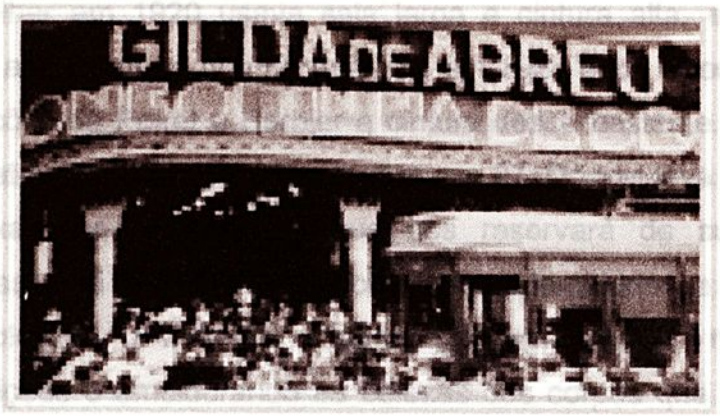
de se dar prioridade ao funcionalismo. O petróleo se tornou um produto mais barato, após a Primeira Guerra; a energia elétrica foi substituída pelo combustível e os bondes, pelas *jardineiras*, importadas dos Estados Unidos. Em 1930, a cidade passa a ter 400 jardineiras, que se locomoviam pelas ruas... Durante estes percursos, de bondes e de *jardineiras*, milhares de pessoas puderam ver anúncios publicitários e institucionais, em forma de cartazes colados nestes veículos. Os cartazes anunciavam produtos do comércio, programação de teatros e lançamentos cinematográficos, assim como propagandas de revistas, que circulavam em todo o Brasil.

O ano de 1930, em especial, foi o ano de grandes mudanças e de vários acontecimentos e foi marcado pelo desenvolvimento das atividades artísticas. Se os anos 20 assistiram à falência do academicismo, em termos da artes, a década de 30 viu consolidar-se as revoluções, as rupturas, iniciada pela Semana de Arte Moderna. Centrada em São Paulo, onde eclodira, essa *turbulência* estabeleceram seus quartéis, em clubes e agremiações, que tinham, por finalidades, concretizarem e divulgarem as vanguardas.

Em 1930, a sétima arte já começava a dominar o mercado brasileiro, com os filmes falados. A produção cinematográfica brasileira concentrou-se no Rio de Janeiro, notadamente, pela fundação de dois estúdios, organizados em bases industriais: Cinédia, de Ademar Gonzaga e a Brasil Vita. A primeira foi responsável pela produção e direção, pelo argumento e pela circulação de filmes, como **Lábios sem Beijos e Bonequinha de Seda.** O filme **Alô, Alô, Carnaval!** marca a estréia de Carmem Miranda. A Cinédia e a Brasil-Vita produziram, nesta época, quantidade considerável de musicais, com temas de carnaval, através de comédias *leves* e tramas românticas (**Gonzaga**, 1987).

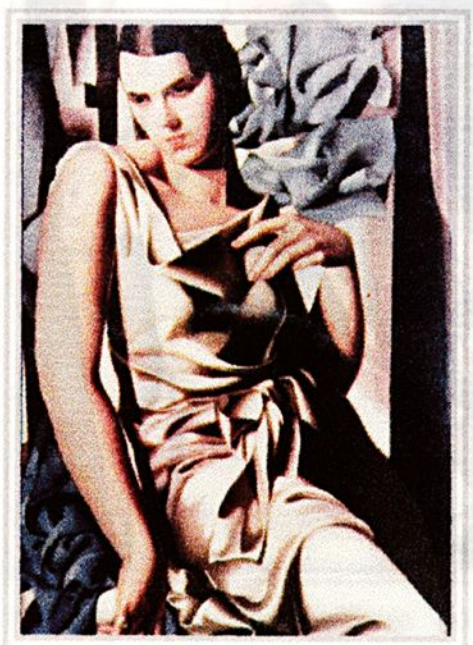


Madame M de Tamara de Limpicka , 1930



Bonequinha de Seda, produção da Cinédia.

As salas de exibição recebiam milhares de espectadores e o espetáculo do teatro dos anos 30 priveligiava o formalismo das montagens no palco e na platéia: cenários suntuosos, revistas, apresentando temas leves, comuns e comédias ingênuas, à sombra dos musicais da Broadway. Qualquer que fosse a obra, o público da elite (cuja elegância era comentada, em jornal, pelos críticos teatrais) e da classe média afluía aos teatros para ver o desempenho dos atores. Influenciada pelo cinema e pelo teatro, a moda sofre, então, grandes transformações: ao invés dos vestidos de crêpe esvoaçantes, de cores vivas, surgem tailleurs, de tweed cinzento, com botões de cobre. As blusas de jersey e os casacos do mesmo tecido acompanham as saias.



Madame M de Tamara de Limpicka , 1930

"A mulher em 1920 usava saia larga e cintura alta, em 1921 vestido amplo, os do tipo camisolões; em 1924 e 25, obedecendo as criações de Poiret e Barbier a cintura desce bastante. Em 26, Jean Patou lança vestido mais curtos; em 27, Doucet leva ao auge de deixar ver as ligas. O que nos reservará de surpresas graciosas para 30? Exulta o tributo da modernidade na audácia das soluções plásticas .. corrigindo com sábia mão as imperfeições e emoldurando as belezas dos corpos que cobrem. Já desceram os vestidos, estes poderam ficar mais curtos do que atualmente , mas arrastando pelo chão nunca mais ,veremos" (**Nosso Século**, 1980, p.255)

O homem chegava aos anos 30, sempre bem barbeado, com cabelos curtos, penteados para trás, bigodes curtos, rigorosamente aparados e com trajes descontraídos: sapatos de duas cores, botinas, gravatas coloridas, chapéu palheta, para o dia e de feltro, para a noite e sweaters e pullovers, inspirados na moda londrina. Para um programa noturno, uma roupa mais discreta: terno azul, ou cinza escuro e lenço branco, no bolso esquerdo do paletó (**Nosso Século**, 1980, p. 256).

Doctor Boucard deTamara de Lempicka, 1929

Foi no ano de 1932, com o calor do carnaval, que as cidades foram incendiadas pelos jatos dos lanças perfumes, ao som das marchinhas e pelos sabores das cervejas, enquanto as rádios davam destaque aos comentários em torno da Revolução Paulista. São Paulo comemorava o aniversário da cidade, com um comício, convocando os paulistas a voltarem às ruas, para protestarem contra as manobras do então presidente. Em 23 de maio, as rádios notificavam a morte de quatro colegas de luta: Martins, Miragaia, Draúsio e Camargo. Da inicias desses nomes, a sigla MMDC dá o nome à entidade que teve papel desicivo na organização da guerra civil. "São Paulo em guerra. Postes, muros, bondes trazem cartazes" e o rádio conclama: "Voluntários, alistem-se!" (**Nosso Século,** 1980, p.47).

Os anos, que se seguiram, foram tumultuados e, em 1933, eclode o movimento denominado de Integralismo, conhecido pela sigla: ANAUÊ. Movimento nacional, unificando as várias correntes fascistas, com forte apelo patriótico e anti-imperialista, que não deixava de atacar a dominação dos Estados Unidos da América e da Europa, em relação ao Brasil. Integralismo: movimento político, do tipo autoritário, nacionalista, anti-liberal e anti-socialista. Seus participantes pertenciam à alta classe média urbana, especialmente, à intelectualidade, de formação universitária, como escritores, profissionais liberais, professores e jornalistas.

Em 1937, foi implantado, no Brasil, o Estado Novo, dissolvendo-se o congresso Nacional, abolindo-se todos os partidos e ortorgando-se, à Nação, uma nova carta constituicional, de inspiração fascista. Durante o Estado Novo foi criado o Departamento de Imprensa e Propaganda, o DIP. As principais funções do DIP eram as de centralizar, coordernar e orientar a propaganda nacional e internacional e também, a de censurar o teatro, o cinema, a radiodifusão, a literatura e a de promover, organizar ou auxiliar manifestações cívicas.

Mudanças, nesse momento, aconteceram em vários segmentos da sociedade. Não só na política, mas, na economia e nas artes. As proposições estéticas, abandonam o radicalismo da década anterior, abrem espaços para a problemática social e defendem a liberdade de se divulgar os alicerces de um mundo novo. E, então, não só os intelectuais, como os artistas começaram a questionar em seus pápeis na sociedade.

unesp

E este é o momento, bem marcado em termos de atividades artísticas, pois é quando, realmente, o estilo das curvas e sinuosidades do *Art Nouveau* cede campo às retas multiplicada e em paralelismo. **Aracy Amaral** descreve o estilo ***Art Deco***, como manifestações, no campo das artes decorativas, que dominaram Paris na década passada, em decorrência direta da renovação das artes aplicadas. (**Amaral**, 1974). A nova nova estética se dispersou por toda a cidade, em várias modalidades. "Em São grande número de cinemas com decoração transfigurada é transferida dos espetáculos ocorridos na tela dos filmes americanos" (**Sawaya**, 1982, p.20).

Outro acontecimento inesquecível foi a passagem do dirigível Zeppelin pela cidade de São Paulo, chamando a atenção de todos, pelo seu formato oval e por sua cor prateada. Os passageiros trocavam acenos com as pessoas, que circulavam nas ruas. Depois que ele se foi, ninguém mais trabalhou, naquele dia de 1936 (**Oliveira**,1986).

"Observando as máquinas do nosso tempo, automóveis, vapores, locomotivas,... nelas encontramos, o sentido da racionalidade, da construção, também uma beleza de formas e linhas... O homem moderno, num meio de estilos antiquados, deve sentir-se como num baile de fantasias, dançando danças modernas num salão estilo Luís XV" (**Nosso Século**, 1980, p. 254).

A arquitetura ***Art Deco*** foi reflexo dos movimentos racionalistas, toma o rumo anti-decorativo, em relação ao *Art Nouveau*. O grande interesse é marcado pela construção das fachadas e não, propriamente pelo organismo interno das construções. Somente nos anos 30, o concreto armado passou a ser empregado, sistematicamente, em São Paulo, em residências de classe média mas, sempre escamoteado por revestimentos e tratamentos plásticos, ligados ao novo estilo. Este se desnuda, nos edifícios da cidade: na volumetria externa maciça, que prenuncia o monumental moderno, no espaço interno e no vestíbulo, que recupera a monumentalidade das salas egípcias (**Sawaya**, 1982). Em 1934, o código de obras de São Paulo determina a censura das fachadas, consolidando leis de regulamentação para as suas arquiteturas, mas, estas próprias leis assimilam, de certo modo, as propostas do ***Art Deco***. (**Sawaya**, 1982)

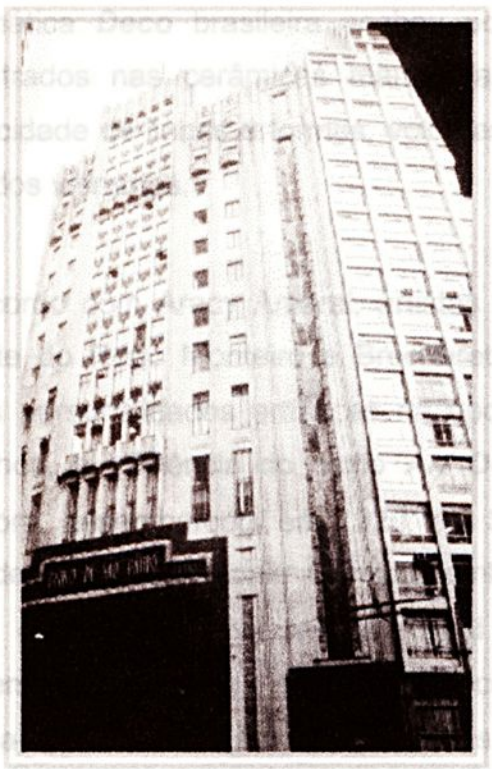
unesp

De origem russa, mas de formação italiana, Warchavchik, vem para o Brasil em 1923, ligado às proposições feitas pela arquitetura internacional, preconizadas por Walter Gropius. Os procedimentos do ***Art Deco,*** utilizados por Warchivchik, aparecem diluídos no conjunto arquitetônico, como por exemplo a presença do cactus no jardim da casa de Santa Cruz, revelando seu gosto pelo exótico, sua atração pelas plantas tropicais, ou, ainda, sua tendência à construção de portas, dentro de relações de paralelismos e de ângulos retos, codificando, assim, idéia de movimento.

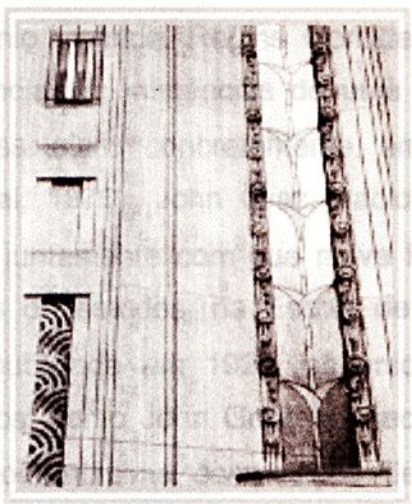
Rino Levi foi autor do projeto do edifício Columbus, em São Paulo, projetado em 1928, construído em 1932. Brasileiro, de formação italiana, foi o primeiro a se estabelecer na cidade, com escritório de arquitetura. Adepto do racionalismo, ou seja, a superação do decorativismo, anacrônico e ilógico, em busca dos movimentos mecânicos, simbolizados pelas máquinas. **Columbus** apresenta a mesma estruturação de outros edifícios ***Deco***, da década de 30: terraços, com cantos arredondados, relação de analogias entre base e altura, que provoca a idéia de construção maciço e decorações aplicadas, apenas, aos lugares públicos do prédio (hall de entrada, escada e elevadores).

Tomando rumo anti-decorativo, a arquitetura passa a ser reflexo do que acontece na Europa. O construtivismo básico passa a ser o das fachadas decoradas, que se desvendam as possibilidades do retilíneo, em lugar das máscaras, das flores e das fitas: *modenaturas embelezadoras*.

De acordo com **Carlos Lemos**, Elisiário Bahiana é convertido, de corpo e alma, ao ***Art Deco*** e, conforme **Hugo Segawa**, tornou-se um dos pioneiros, no uso racional do concreto armado, em São Paulo, com sua linguagem primitiva, de geometrismo, discretamente, ornamental e com desenhos aparentemente, rígidos. O prédio do Mappin-Store, edifício Saldanha Marinho e Carmem Lopes, auditório da Rádio Cultura, o Jockey Clube e o viaduto do Chá são projetos de sua autoria.



Edifício Saldanha Marinho



detalhe da fachada

Toda a arquitetura paulista, da época, revela, portanto a preocupação de seus projetistas, não só com composição geometrizáveis mas com o uso de elementos específicos, que singularizam a construção final. O cilindro, o prisma retangular, a esfera, os planos paralelos, verticais e horizontais, são as bases da estrutura. Consagram o cubismo, como ética de procedimento projetual. Há uma constante inter-relação entre esses elementos, numa busca de equilíbrio abstrato e distribuído. O volume é concebido, numa inter-relação de fachadas, fundos e laterais, em um desenvolvimento contínuo de formas. Elementos construtivos lembram navios, com janelas circulares, gradis tubulares, de terminações curvas em formas cilíndricas.

Composições de prismas retangulares são encontradas, no centro da cidade, projeta efeitos de ascensão e de crescimento. Nos bairros residenciais, a composição geometrizante é mais simplificada. A marca registrada do urbano, neste momento, moda nos anos 30, foi o uso do revestimento, que era ser cinza, ou esta cor se acrescentava corante de cores rosa, encontrados, tanto em casas populares, quanto em edifícios (**Sawaya**, 1982).

A temática ***Deco*** brasileira acabou por se voltar para o exotismo dos desenhos, encontrados nas cerâmicas marajoaras, com diretrizes estéticas bem específicas: simplicidade de linhas e formas, volumes, reduzidos às formas cilíndricas e esféricas e coloridos vibrantes.

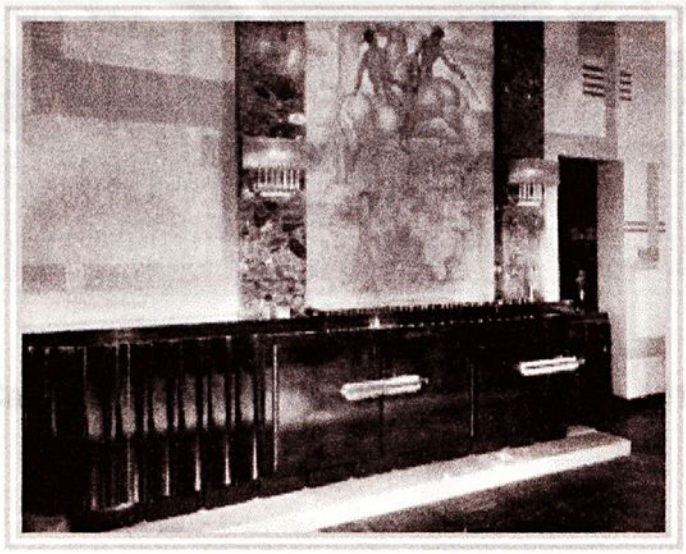
De acordo com Aracy Amaral, artistas como Antonio Gomide, Regina Gomide Graz, Vicente do Rego Monteiro e Brecheret não denunciavam influências de uma ou de outras personalidades artísticas da época, mas assinalam, concretamente, em seus trabalhos, a influência do estilo ***Art Deco*** (**Amaral**, 1976). John Graz, nacional de Genebra, desembarcou, em 1920, em São Paulo, juntamente com sua noiva Regina Gomide, irmã de Antonio Gomide, ambos colegas de estudos, na Escola de Belas Artes, de Genebra. Na revista **Papel e Tinta**, publicada em 1920, os articulistas insistem na importância de artistas, recém chegados, como John Graz, conhecido na Europa, pelos seus admiráveis vitrais e pela moderníssima composição de seus quadros, "elemento que a capital deveria aproveitar para a definitiva formação da nossa cultura" (**Baechler**,1980, p. 10).

Segundo **Dominique-Edouard Baechler**, John Graz não tardaria a se ligar às locomotivas do movimento modernista brasileiro. Em 1921, "o grupo modernista ou futurista, como então era chamado... está não somente composto, mas coeso e unido e representa já uma força nova, dotada de consciência " (**Baechler**,1980, p. 7). Coeso e unido contra o academismo restritivo, contra as seqüelas do romantismo e unidos na vontade de revolucionar, de mudar "tudo para por seu país dentro das correntes de idéias do momento" (**Brito**, 1974, p.179). "Criamos o que vivemos, exprimindo a época que vivemos", ressalta Rubens Borba Moraes (**Amaral,** 1976, p. 298).

John Graz, considerado, portanto, como exato reflexo da criatividade prodigiosa de uma época, hesitava entre duas civilizações: uma herança do século XIX, ligada ao sistema burguês, à tradição, nas suas imposições, nos seus limites técnicos e estilísticos e a outra, voltada para o futuro e engajada na revolução industrial. Sempre talentoso na execução de suas decorações de interiores, apresentava imperativos bem particulares, na arte do afresco e na composição do vitral, que programava, com tanta maestria, aplicando-os em edifícios religiosos ou em residências particulares. Criou verdadeiros

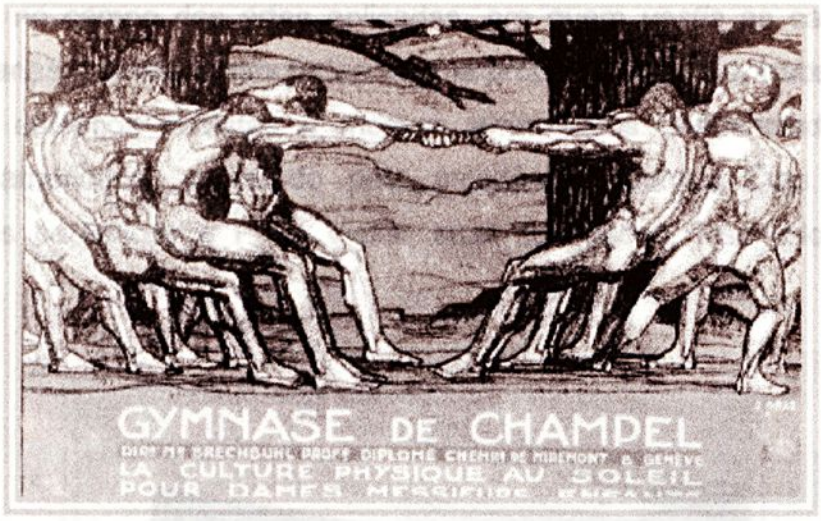
unesp

conjuntos decorativos: combinação de elementos, dos mais usuais (maçanetas de portas ou de móveis, luminárias, ferragens), ao mais ornamentais (quadros, afrescos, entalhações, com altos e baixos relevos).

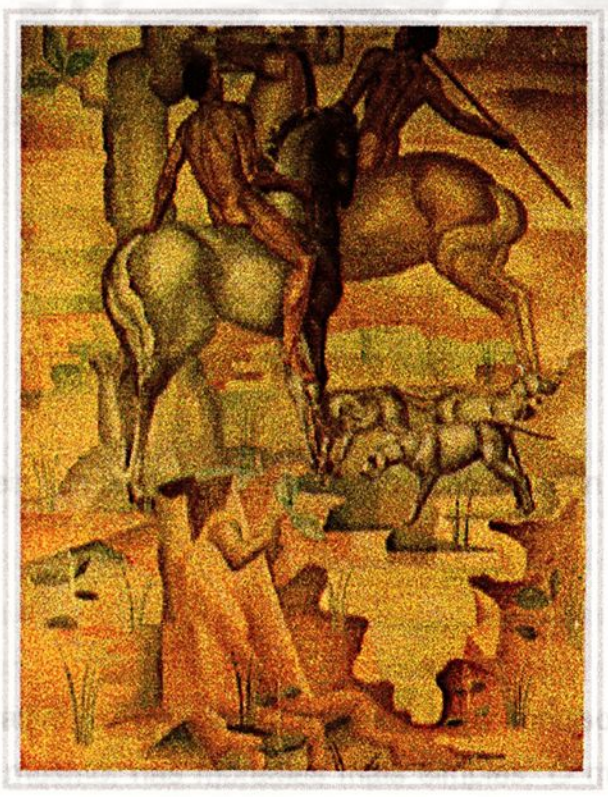


Sala decorada por John Graz, 1933

John Graz também desejava unir os industriais aos artistas, como fizera a Bauhaus do pós-guerra. Tentou reunir, em uma corporação, artistas e artesãos, bem como repensar o problema do habitat e do décor, em termos realistas, em função do contexto técnico, econômico e social. Seu talento para cartazista desenvolveu-se em Munique, junto a com outros artistas europeus. Em 1917, elaborou um cartaz: **Gymnase Champel,** dentro de um sistema de composição rigorosa, em paralelismos. E criou muitos outros: Centenário da Entrada de Genebra, na Confederação Helvética, para a Cruz Vermelha, outro, para Estradas de Ferro Suiças e, representando o carnaval do Rio de Janeiro, uma pierrete, com seu lança-perfume, para a publicidade da Rhodia, e lançado em 1927 e gravado, inicialmente embalado à vidro, primeiro tipo de embalagem do lança perfume (**Baechler,**1980).

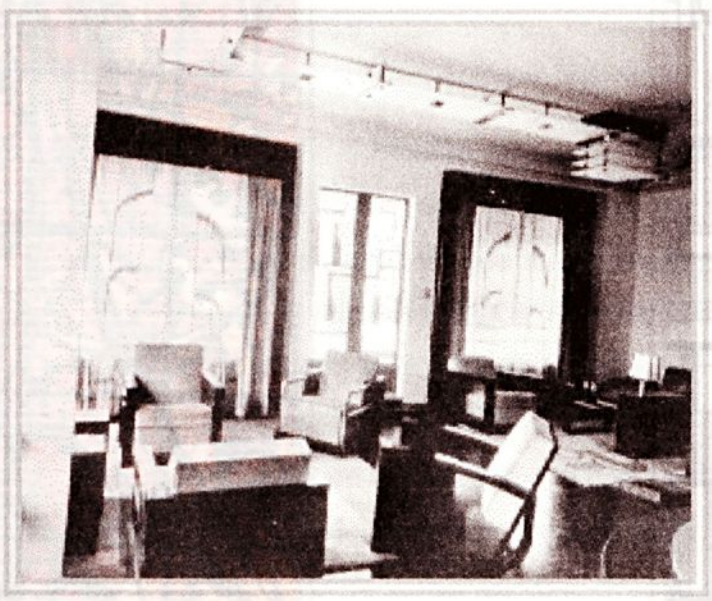


Cartaz **Gymnase de Champel** de John Graz, 1917



Afresco, **Cavaleiros** de Jonh Graz, 1933

Regina Graz, no campo das artes aplicadas, era quem *vestia* as casas, com seus tapetes, tapeçarias, painéis e almofadas de sua própria confecção, trabalhando a partir de elementos estéticos cubistas e motivos amazônicos. Influenciado pela cultura indígena sul americana, sobretudo pela amazônica, Correia Dias criava, nesse momento, suas cerâmicas e Paim Vieira, suas ilustrações, inspirados nos motivos marajoaras.



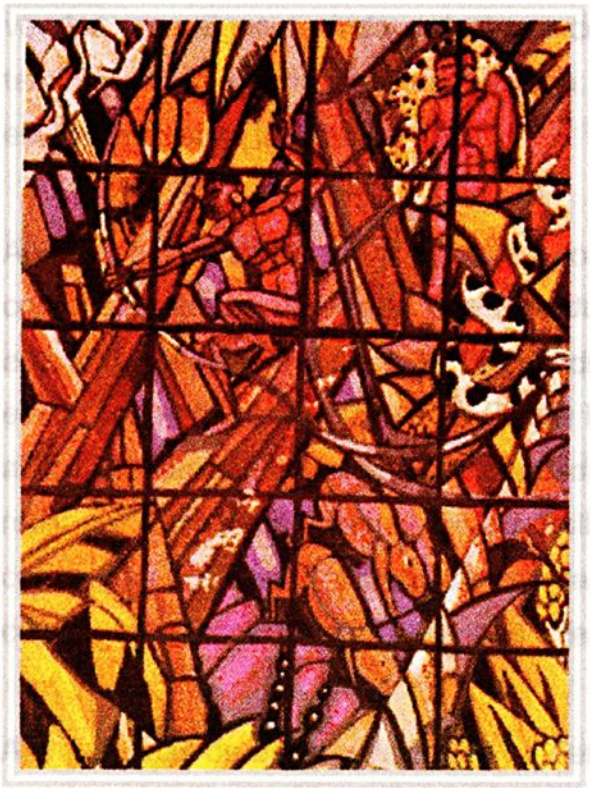
Salão, 1930

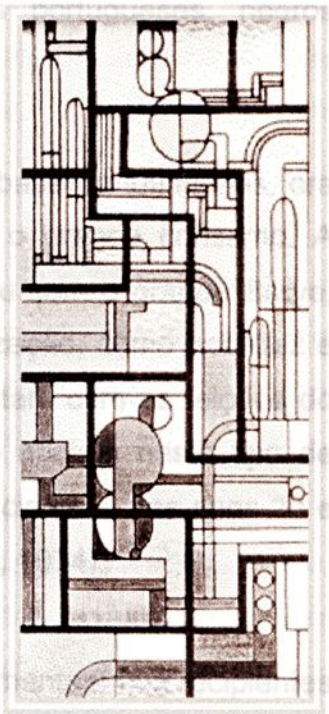
Tapetes e almofadas de Regina Graz

Móveis, luminárias, vitrais e decoração de John Graz

Como elemento decorativo, o uso do vitral tomou forte impulso e aparece em quase todos os palacetes e, mesmo, nas moradias mais simples. O mosaico, com a liga de chumbo tradicional deixa, então, campo aberto para o uso de vidros, gravados a jatos de areia, que se transformavam em uma nova possibilidade decorativa e que acabou por se popularizar. A fauna brasileira, aparece como motivo constante, na para a composição dos vitrais, que vedam, principalmente, as salas. E, também,outras formas

exoticamente cultivadas e geometrizáveis: o raio elétrico, as ondas, os zigue-zagues, flores e fontes d'água, mulheres, índios, atletas. Alguns vitrais expressam, também idéias de velocidade, através de desenhos geométricos compostos e superpostas tendentes ao abstrato.





Vitrais de John Graz, 1930

Antonio Gomide, pintor, escultor e decorador, de rara sensibilidade, foi contratado para a criação de muito desses trabalhos nas artes aplicadas. Suas pinturas seguem a tendência cubista, como Brancusi e os volumes são reduzidos a cilindros, cubos e esferas, sendo que o elemento figurativo se entrelaça com linhas, planos e volumes, os quais se combinam com a codificação de uma realidade fragmentada.

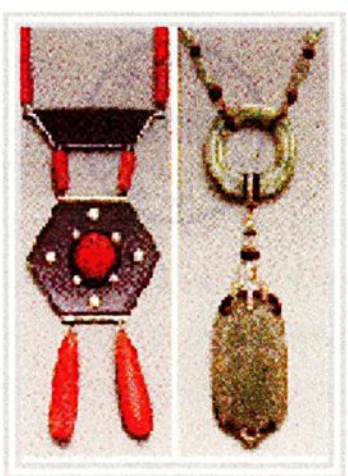
O escultor, mais representativo da época, foi Brecheret, porque assimilou os modos sintetistas, surgidos em Paris, mistura de influências cubistas, com a busca de estilização, típica da *Exposition d'Art Decoratif.* Impôs sua expressão singular, em São Paulo, acostumada, a visão da escultura tradicional e acadêmica. No catálogo: Tempos dos Modernistas**, Pietro Maria Bardi** comenta que Brecheret definia, a sua arte: "no

máximo da simplicida, e jogo volumes dentro de linhas aspiraraes... graças a Deus encontrei minha pura Arte que é completamente original" (**Bardi,** 1974, p.8).

Podemos perceber, a partir do que foi dito que dos temas, mais explorados por todos os artistas, foi o do movimento dos animais velozes, como as gazelas, os antílopes, os veados, os galgos e ainda o designer de plantas e flores modificadas e a estilização, também de personagens da História: índios, colonizadores portugueses, negros escravos e raças imigradas.

Animais em cerâmica eram utilizados como bibelôs, ora como base de luminárias, ora como aparadores de livros; eram produzidos em série, para o grande consumo. A escultura, dedicada aos temas do mundo animal, que se iniciou com o grande Barye, encontrou numerosos cultores. A figura humana tende à estilização, como esbeltez e altura. As curvas sinuosas, mas *chapadas* e elegantes contrastam com as feições do retilíneo. Escultores, como Nicolla Rollo e Lelio Coluccini se apoiam neste tipo de concepção dos seres. Estatuetas retrataam a vida noturna das cidades, nos anos 20 e confirmam o fascínio pelas bailarinas e fantasias exóticas (**Bardi,** 1974).

As mudanças de estilo revelam-se no design de joías, nas vestimentas, nos recipientes para licores e frascos de perfumes e nos acessórios, como estojos de pó, carteira de cigarros e, até mesmo, em botões para roupas. Os novos materiais são: o plástico, o baquelite, o galalite substituiam o marfim, o ônix, a ágata e as pedras azuis, no acabamento dos objetos.



Jóias

A cultura asteca influenciou muito os artistas, nesta época, com seu geometrismo típico e com a riqueza de materiais e de formas. A vegetação, presente em desertos, como o cactus, por exemplo, é motivo de decoração. São formas, que inspiram desenhos de móveis, de jóias e de edifícios. Muito dos materiais, como jade, cristal de rocha, obsidiana (vidro do vulcão) e ônix brasileiro são empregados pelos artistas desta década.

Desenhistas inspiram-se no fólclore oriental, nas lendas brasileiras e sul americanas, ou, ainda, nas figuras da mitologia grega, como Atlanta, por exemplo, para programarem suas estatuetas.

No setor dos utensílios para a mesa, as variações são notáveis. As curvas cedem lugar às retas as geometrizantes. Até os desenhos, destinados à decoração dos tecidos, que apresentavam, na vigência do estilo *Art Nouveau*, o exclusivo motivo floreal, são relidos como geométricos. É raro encontrar, já, nos anos 30, desenhos floreais.

Em 1925, predominava, no campo das ilustrações, alguns traços do academismo, apesar das inovações da Semana de 22 e de todos os movimentos modernos e ligadas a contemplação dos Pré-Rafaelitas (sociedade artística, fundada no século XIX, com objetivo básico de lutar contra a frívola moda e corrigir os erros da civilização moderna, produzindo puras transições da natureza. Buscaram a inspiração nos mestres primitivos do século XV) . Mais próximo dos anos 30, já se inicia o reconhecimento da estética dos Tempos Modernos.

INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA

DOS CARTAZES ART DECO / PERSUASAO E O POETICO

O ART DECO E O POETICO

Para interpretar os cartazes, como *metalinguagens*, faz-se necessário, antes, tentar a interpretação da estética ***Art Deco***. A observação partirá da obra do escultor Demetre H. Chiparus. Suas figuras revelam nús, dançarinas, vestidas de longos, enfeitados com contas, crianças, palhaços e animais. Seus trabalhos demonstram, de imediato, a influência clara da dança oriental, da cultura egípcia, dos cabarés, como Folies Bergère e o Moulin Rouge, frequentados e lotados todas as noites da década de 20.

Conhecido por seu trabalho em escultura, este artista, normalmente, mostrava mulheres e dançarinas com as pernas descobertas, ato considerado profano pela sociedade, desde então. Misturava vários materiais e procedimentos: o bronze patinado, para produzir e efeitos suntuosos, o mármore, para construir as bases das esculturas e o marfim para os rostos, mãos e pernas, quando estas não aparecem cobertas (**Shayo**, 1993).

Em sua obra **Anaesthesia,** percebe-se que, enquanto o cubismo, por exemplo, buscava estudar a estrutura do objeto, organizando as várias possibilidades de visão, num só momento de percepção circular, o ***Art Deco,*** apela mais para o trabalho com analogias, traços que podem substituirem uns aos outros , fazendo com que a figura, em função da movimentação dos equivalentes (codificação do movimento, denominado de vorticista) se transforme em um *mutante*, desreferencializando e velando, desse modo, o figurativo, propriamente dito. A obra ***Deco,*** percebida, desse modo, passa a se demonstrar, claramente, como um diagrama condensado das possibilidades de percepção do universo das estruturas e funções, ou seja da visão de um mundo figurativo, *chapado,* visto como uma soma de *coisas*, para um mundo *virtualmente* tridimensional, cujo o significado passa a ser o de um jogo de relação. A codificação desse *novo* referente, já se propõem como visual, ao nível da fruição. Mas, só se propõe dessa maneira como metáfora *poético visual*, quando usa os próprios recursos

unesp

de montagem internos, das linguagens e cria, de dentro para fora da obra realizada um simulacro diferente, singular mas equivalente e paralelo ao referencial.

Anaesthesia de Chiparus, 1920

O CARTAZ

O cartaz é segmento das artes gráficas, considerado produto urbano e mecanismo publicitário, uma espécie de ciência, criada pela sociedade consumidora para garantir seu funcionamento, ou seja, a circulação de tudo aquilo, que é produzido. E pode ser considerado, sob este ângulo, como uma das formas mais modernas de produção de artes nas cidades. Segundo **Décio Pignatari,** aconteceu, neste caso, uma reversão no sistema de consumo da obra de arte: não é mais o espectador que vai ao objeto, mas o objeto que vai ao apreciador. O cartaz **Deco** é um bom exemplo, deste comportamento fruitivo pois sua linguagem, espetacular e exuberante, pode ser intensificada pelo uso de recursos poéticos, podendo atrair, sempre, os olhares dos consumistas, e os dos apreciadores das artes (**Pignatari**, 1985).

A propaganda, portanto, revelou, sempre, estratégias em busca de novos modos de construção de mensagens, passíveis de serem inseridas no dia-a-dia do consumidor. Mas, só na década de 30, os brasileiros conheceram os cartazes de rua e aqueles, veiculados pelo meios de transportes. Os cartazes, já, então, estavam em toda parte e em mercados promissores dos grandes centros, palcos de concorrências predatórias, entre os produtores e veiculadores da diversidade de artefatos e de outros bens de consumo. Mas, a indústria, por sua vez, adequou-se, rapidamente, às novas exigências do setor gráfico, por mais que se multiplicassem as especificações dos *bens*. A criatividade e o espírito de iniciativa de empresários e de técnicos gráficos começavam a se refletir e a interferirem no cotidiano das cidades (**Gordinho,** 1991).

Os primeiros cartazes, colocados nos muros das cidades, estavam calcados em *conceitos,* no código verbal, porque em termos visuais se preocupavam quase sempre com reproduções tipográficas com letras *garrafais.* Mas, os cartazes calcados nos

unesp

códigos visuais, com o passar do tempo, foram pouco a pouco tomando espaço nas ruas de São Paulo (**Gordinho**, 1991).

As oficinas gráficas, a partir daí, se multiplicam por todo o país, devido à demanda, sempre crescente , que praticamente, induziu os empresários a recorrerem aos apelos da comunicação visual. Antes da década de 30, o processo de criação percorrera caminho inverso, ao invés de se buscar ilustrações para idéias, buscava-se idéias que pudessem ser ilustradas. Os criadores da arte publicitária chegavam a importar catálogos de outros países, utilizando-os em suas obras. Esta fase foi, logo, ultrapassada porque os recursos gráficos se desenvolviam, ao mesmo tempo em que atividade publicitária brasileira, de modo geral, também, encontrava seus *traços*.

A arte gráfica dos anos 30 desenvolveu, por ememplo técnicas de ilustrações, elaboradíssimas, no que se refere, principalmente, à arte de *vender* política: cartazes eleitorais, bem programados e persuasivos e com riqueza de tipologias. Nos cartazes, endereçados à venda de bebidas, e aqueles veiculados pelos grandes magazines não só a boa diagramação poderia ser observadas, como também, a cromatização.

Definitivamente, a idéia de se utilizar cartazes para anunciar produtos ou serviços estava instalada nesta década e a grande inovação era a de anunciar, em veículos móveis ...

DA CRIACAO DE METAFORAS: OPERADORAS DA SIGNIFICACAO

Pensemos, no modelo das funções da linguagens, já agora, como possibilidades de percepções de *metáforas,* tomando-o para a definição de metáfora, a partir da definição mais simples e mais conhecida, a definição de que *metáfora* é a resultante de um *processo de comunicação*, entre *qualidades:* M.S. - Metáfora Semântica.

Para tanto, e, em primeiro lugar é preciso considerarmos que a *função referencial* postulada por ***Roman* Jakobson** aponta um referencial *novo*, marcado por modos de montagens, movimentos e *volumes* virtuais. Isto porque a visão de mundo no ocidente não está, agora, sujeita a *contiguidades* instituídas, características do verbal. Não é mas possível pensar neste universo, a partir de categorias *semântico-verbais.* Caracterizá-lo é, já, agora, visualizá-lo, olhando para as articulações, que se estabelecem entre *estruturas e funções.* Assim, o simples gesto dessas articulações, nos revela, como um *design,* uma metáfora visual. (M.R.V.) - Metáfora referencial visual.

A metáfora *poético visual,* propriamente dita, é realizada, a partir dos próprios recursos (materiais e procedimento) dos códigos visuais, como possiblidades construtivas, produzem jogos de analogias, criações e montagens homólogas às do universo *novo.* Mas, deles se distinguem por se mostrarem como construções *singulares,* inusitados e diferentes dessa metáfora referencial visual. Permanece, em situação de *correalidade* dentro do movimentar-se do universo. E por isto mesmo, podem ser consideradas, como *obras de arte*, propriamente ditas.

(M.P.V.) - Metáfora poético-visual. É basicamente, a marcação de índices desse tipo de metáforas, que tentaremos realizar e, por isso mesmo, através de interpretações diretas e visuais...

Antes disso, porém, é preciso reafirmar bem que a função poética, no caso de nossa pesquisa é, tomada, sempre, como um dos modos de funcionamentos das linguagens, no *processo de comunicação.* Já pelo fato de estar sempre em *funcionamento*, aparece interrelacionada outras cinco (5) modos desse *funcionamento.* E, ainda mais, que o poético, neste caso está sempre ligado à função *metalingüística,* porque é sempre um desvendamento de códigos. e, ainda, é preciso retomar também a idéia de que a

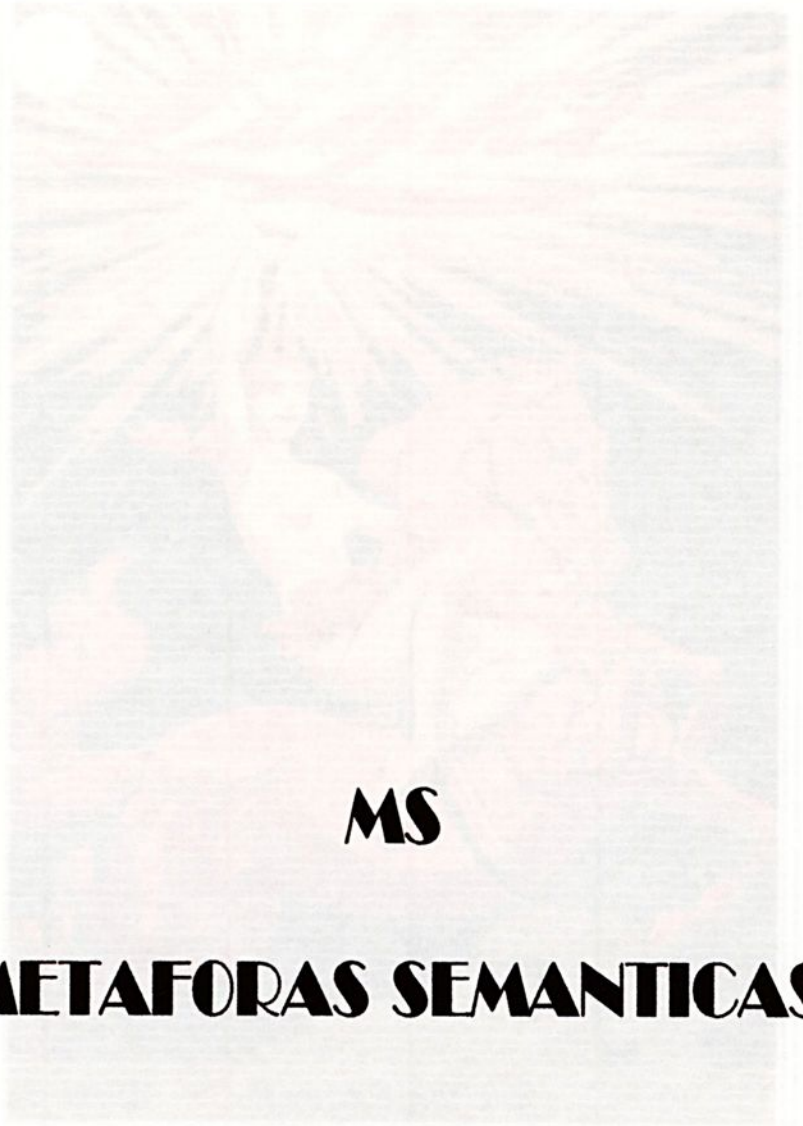
unesp

função *conativa*, linguagem da persuasão, propriamente dita, está sempre presente, quando setrata de comunicação para as *massas.* No caso de nossos cartazes, podemos já verificar que, à priori, que estas três funções estão, sempre, inter-relacionadas, em estado de constante diálogos. Mas uma interpretação a partir da *aceitação* deste modelo propõe que o fenômeno de interpretação da obra de arte resute, sempre, como um texto *plural,* como sistema de montagens e poético.

As outras três funções estão sempre presentes: função referencial (mensagens voltada para o referente), função fática (mensagem voltada para o canal ou veículo), função emotiva (mensagem voltada para os emissores e, portanto, para as suas ideologias e para os seus interesses. No caso dos nossos cartazes, acredito que a escolha deste modelo revele a pertinência da escolha, desse *modelo*.

Isto porque as interpretações, no caso desses cartazes, podem ser feitas, olhando e percebendo as montagens a partir de uma percepção em estado de *corporiedade imediata*. E, olhando-os assim, dessa maneira tenho quase certeza de que a interpretação, já, por si mesma, se raliza... Mas resta, ainda, afirmar que no caso dos cartazes ***Art Deco,*** já é percebe, e, também, quase de imediato que o código verbal sempre assegura a linguagem conativa, transformando a persuasão em linguagem encantatória, que é o modo mais adequada para definir aqui, a função conativa, uma definição mais poética e mais adequado às obras ***Art Deco,*** também postulada por **Roman Jakobson**.

INTERPRETACAO E MONTAGENS DAS METAFORAS

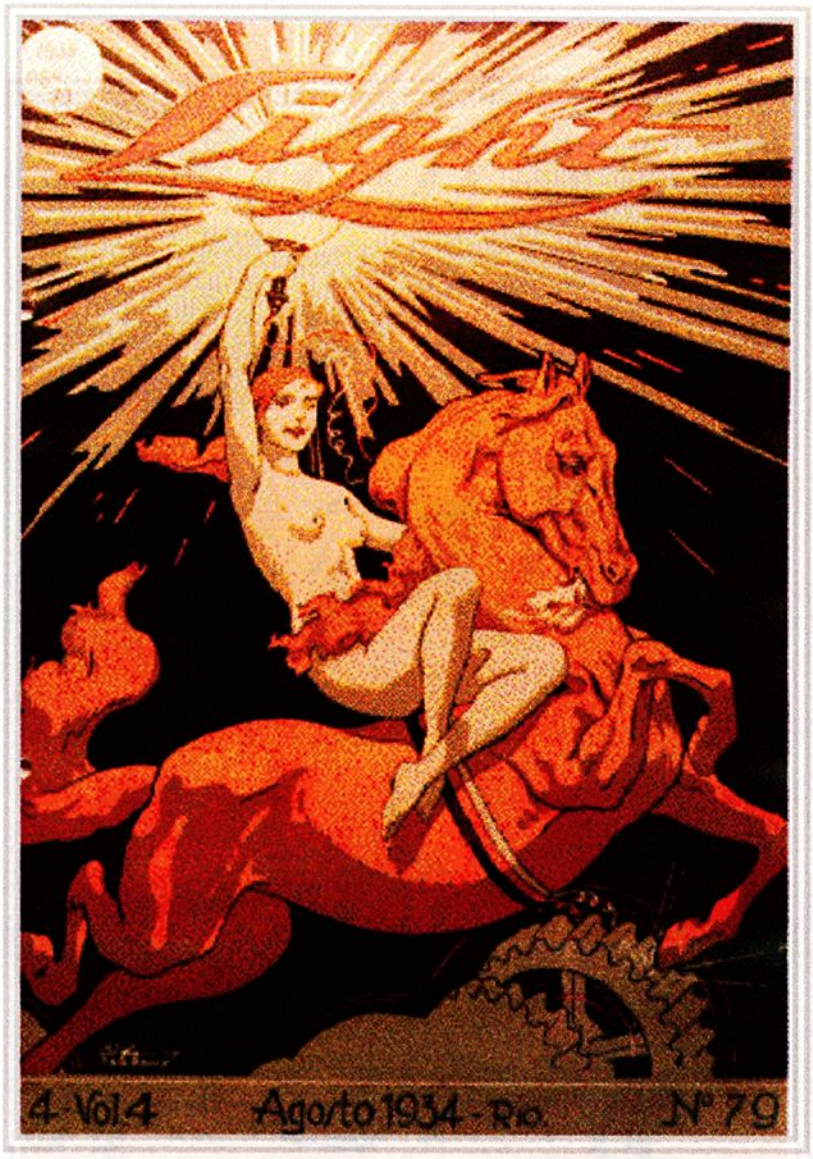


MS

METAFORAS SEMANTICAS

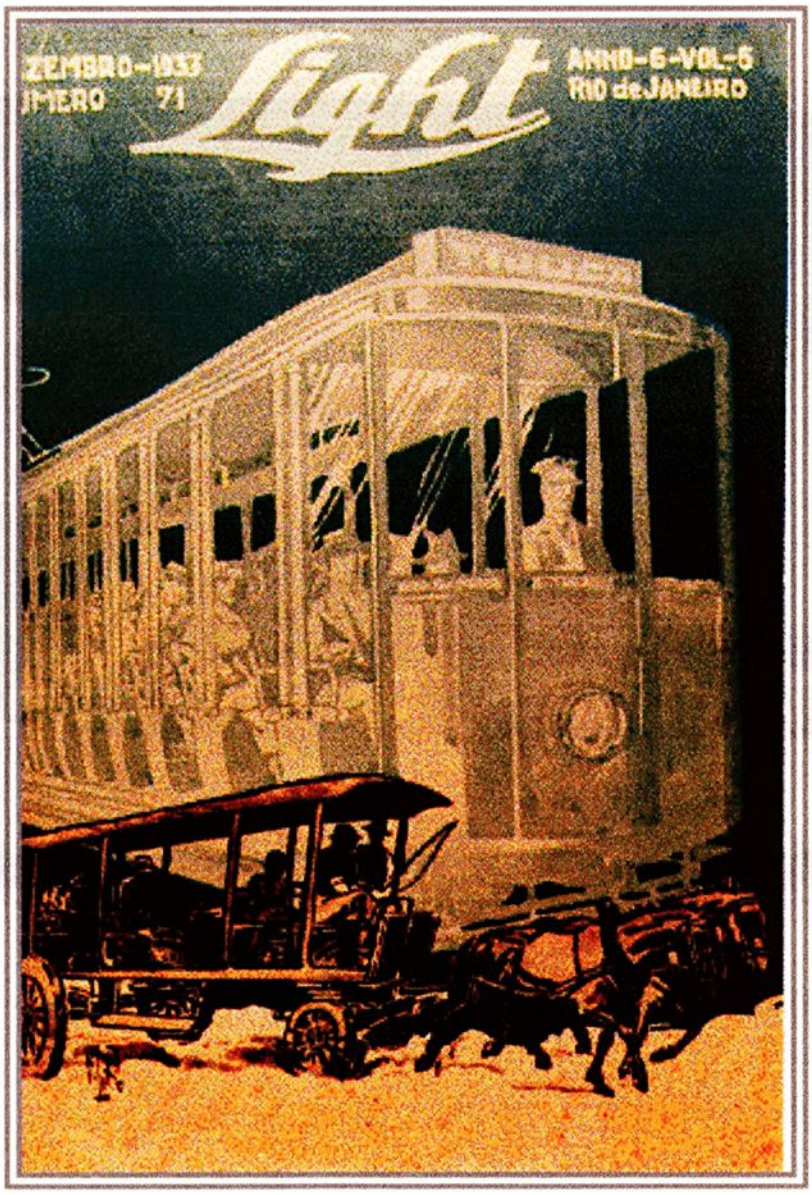
Light, 1934

Da comparação entre os raios de luz, espargindo-se por sobre os espaços, levados por um cavalo, ligado ao movimento dos motores, vende-se a idéia de eletricidade veloz e competente.



Light, 1934

Da comparação entre os raios de luz, espargindo-se por sobre os espaços, levados por um cavalo, ligado ao movimento dos motores, vende-se a idéia de eletricidade veloz e competente...



Light, 1933

Da comparação entre o meio de transporte antigo e o bonde, equivalentes enquanto formas, vende-se a idéia da velocidade e competência do bonde, como meio de transporte elétrico

Metropolitana, 1930

Da comparação entre o homem estilizado (ou pássaro) em movimento, com o trem, em rápido movimento, vende-se a idéia de rapidez, na entrega das chaves do plano da casa própria.

Metropole, 1930

Da comparação entre o numeral um com a figura, estilizada, do tipo infantil e lúdica, completando a forma do pires de café, vende-se a idéia de que este café é o melhor de todos, e o único.

Lincoln, 1930

Da comparação entre o pássaro exótico e o carro, vende-se a idéia de movimento, de voô, de velocidade e beleza...

Antarctica, 1939

Da comparação do formato longílineo da garrafa de guaraná Antarctica, com as qualidades das formas do edifício e do Zeppelin , vende-se a idéia do guaraná, capaz de atingir as alturas e de, assim, agradar a todos...

Guaraina, 1935

Da comparação do tubo de comprimidos com a imagem do Cristo, vende-se a idéia de que este bálsamo realmente, cura ...

Revista O Malho, 1931

Da comparação entre a fisionomia da mulher, de olhos semi-cerrados e de lábios finos, com a expressão equivalente de animal, vende-se a idéia de sagacidade, que passa a caracterizar o tipo de Malho, que a revista produz...

Adelaide, 1930

Da comparação entre a cor do mate e a imagem de uma mulher, muito alegre e muito bonita, vende-se a idéia de uma bebida capaz de rejuvenecer e de provocar prazer e alegria....

Aliança Liberal, 1929

Da comparação da Pátria com uma imagem de mulher firme, de rosto forte, geometrizado, equivalente às formas de uma balança, vende-se a idéia de que os canditados serão capazes de organizar a Pátria, desse modo e, assim, a idéia de que são justos e honestos...

Votae, 1929

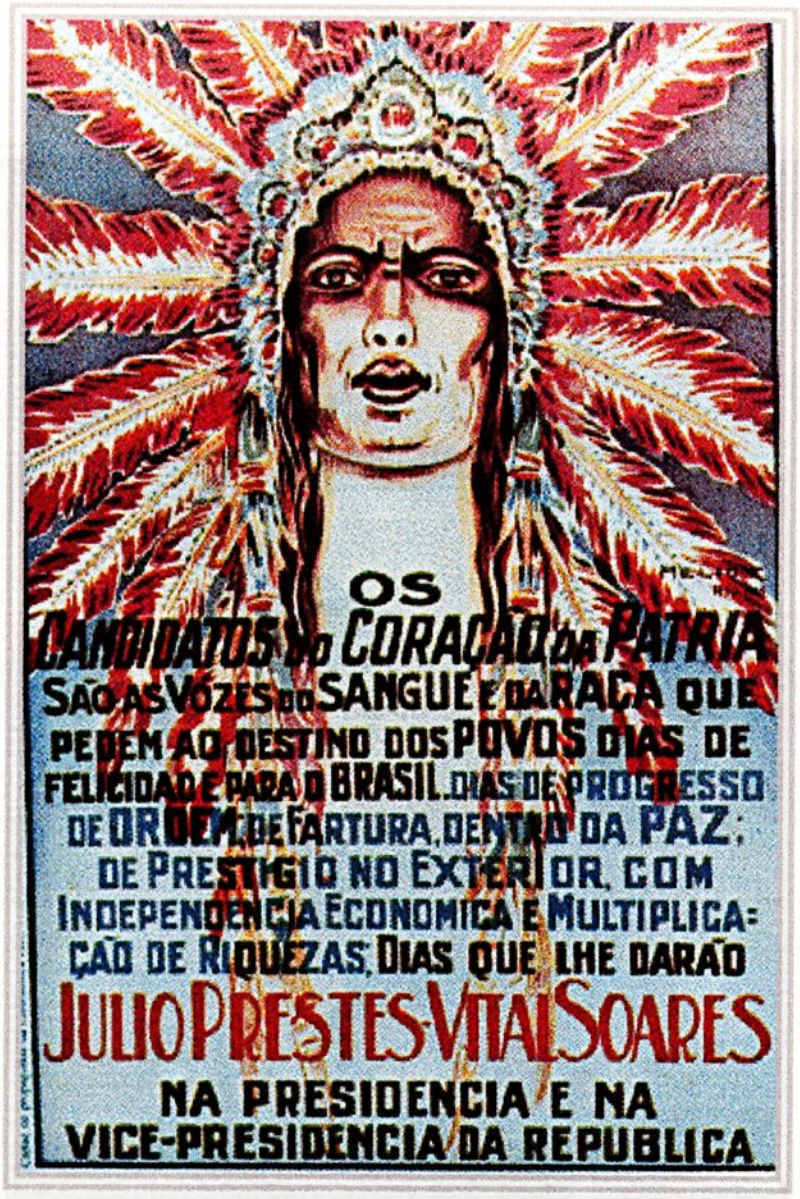
Da comparação de um rosto de mulher, representado como fisionomia séria, vende-se a idéia de que os canditatos, serão sérios e confiáveis em seus governos...

Basta de mentira! Voto Secreto!, 1926

Da comparação da mentira, como a imagem de uma mulher e a de um ser humano, que tira a máscara do rosto, vende-se a idéia da honestidade dos canditados do partido democrático...

De pé São Paulo, 1926

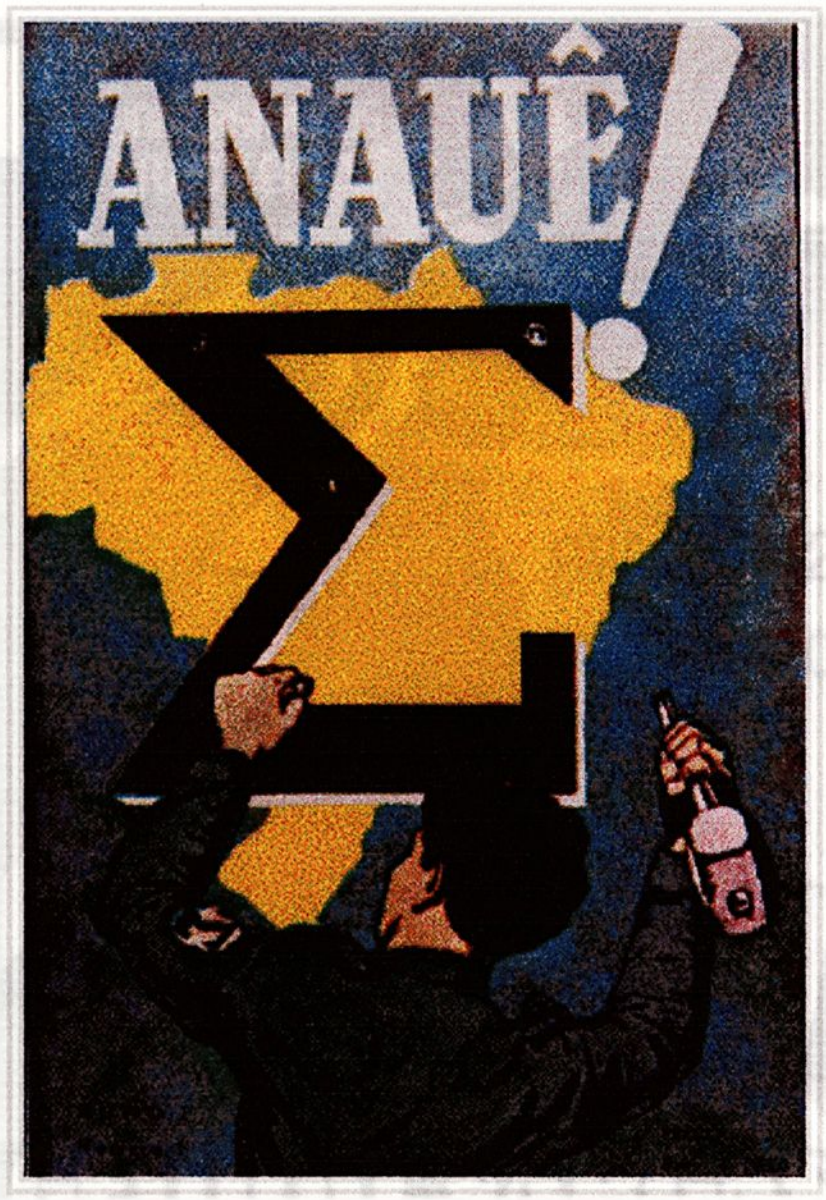
Da comparação entre a imagem de São Paulo, como sendo a imagem de um homem forte e guerreiro, como foram os bandeirantes, vende-se a idéia de que São Paulo estará sempre de pé, e sempre, muito forte...



Julio Prestes-Vital Soares, 1930

Da comparação do índio, como *bom selvagem*, *iluminado* do pais e como o coração da Pátria, vende-se a idéia de que os canditatos estão aptos a cuidarem, bem, deste coração: o centro da Pátria e, portanto, dela, como um todo...

INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA



Anauê, 1931

A ligação visual da letra, que recobre todo o mapa do Brasil produz uma comparação da sigla do partido, com a sensação de unidade e vende-se a idéia de segurança e de poder total, embora inesperado (ponto de exclamação!)...

IV Brasileiros Universitários, 1941

Da comparação dos universitários brasileiros com homens fortes e em movimento nasce a idéia de que a universidade é forte, porque, o presidente homenageado é forte e capaz de garantir esta fisionomia para a Universidade Brasileira...

O Cruzeiro, 1930

Da comparação entre o espaço das oficinas gráficas, como espaço, representativo de formas celestiais, vende-se a idéia da Imprensa da Revista O Cruzeiro , como lugar mágico ligado à imagem de planos superiores e espirituais...

MRV

METAFORAS REFERENCIAIS VISUAIS

A função referencial presente nos cartazes aponta um referencial *novo*, marcado por modos de montagens, movimentos e volumes virtuais. Os cartazes nos revelam como um *design* ou seja, uma metáfora virtual.

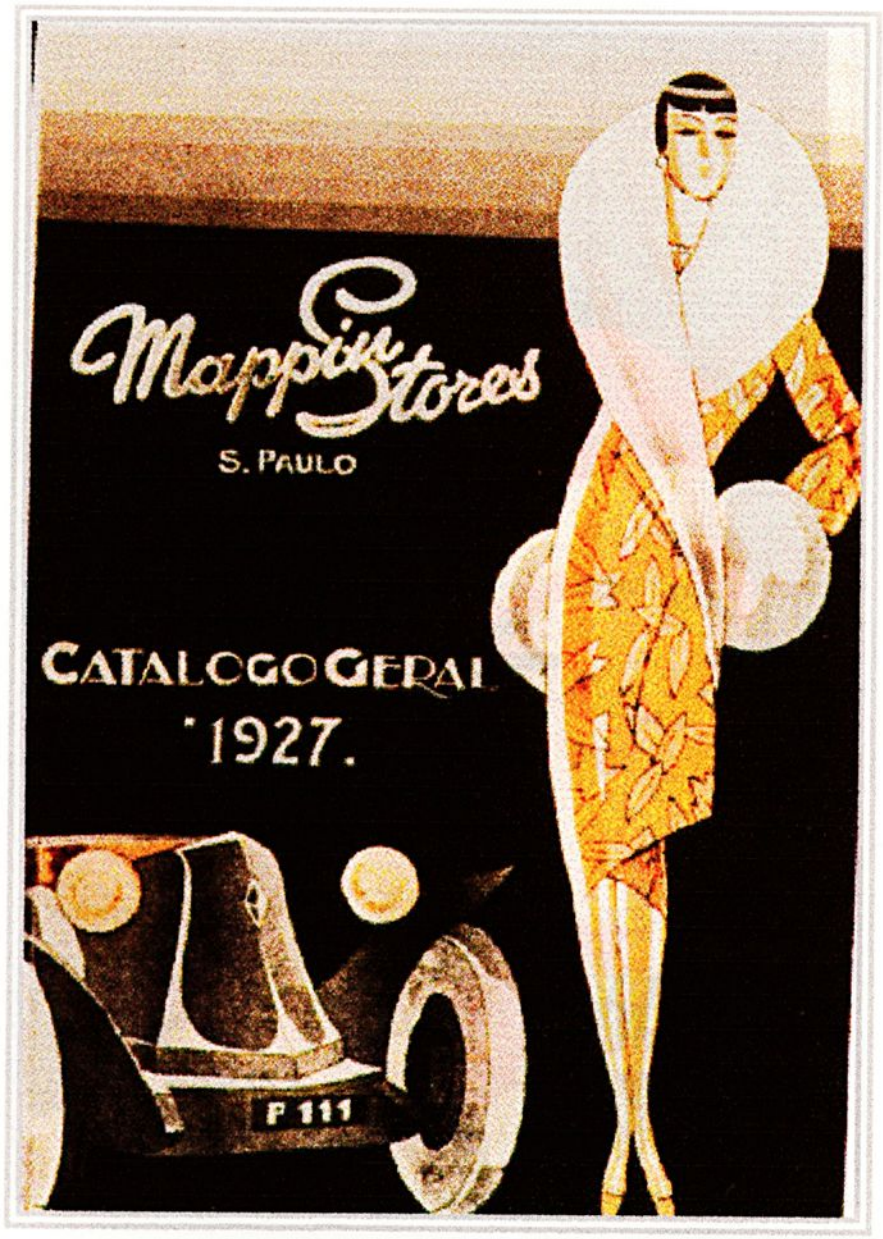
Catalógo, 1929

Catalógo, 1930

Catalógo, 1934

Catalógo, 1930

Inverno, 1924



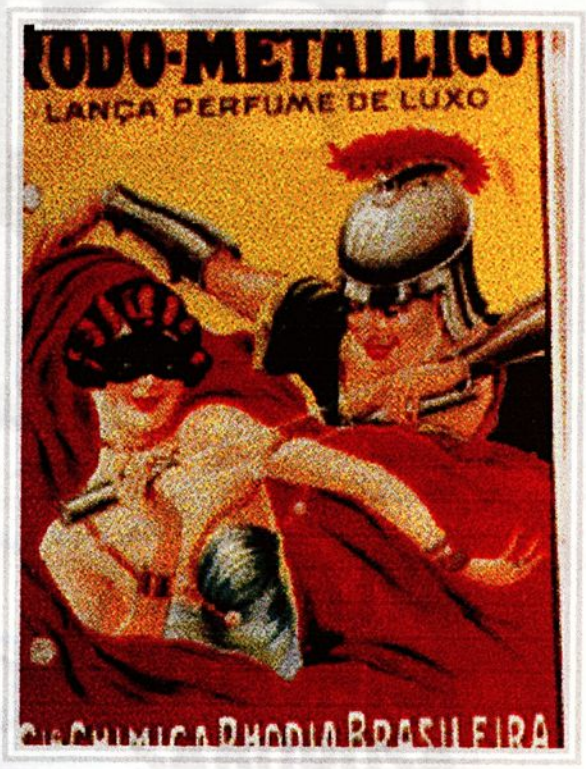
Catalógo, 1927

Mappin Store, 1925

Catalógo, 1926

Grindelia, 1930

Flirt, 1927

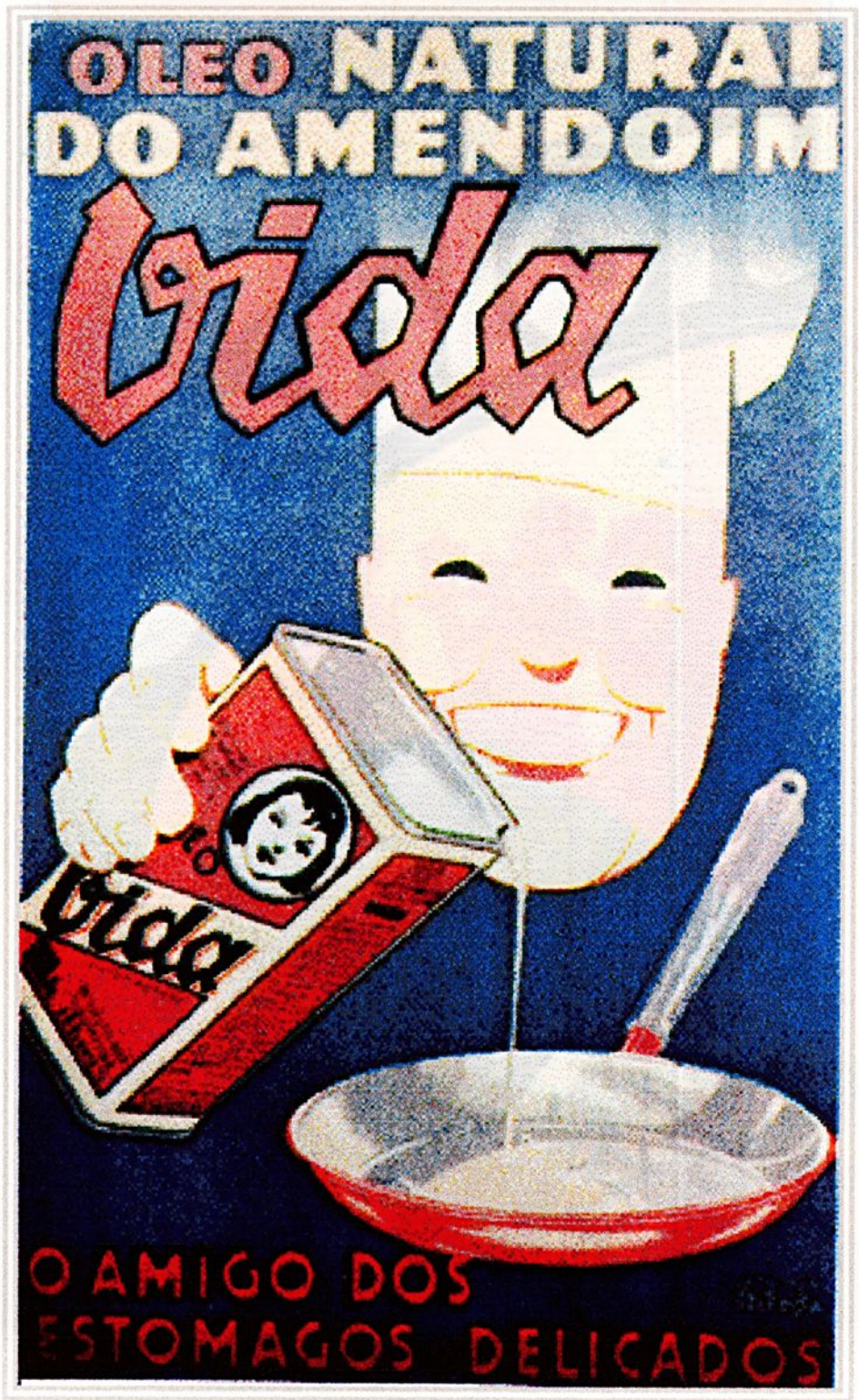


Rodo Metálico, 1929

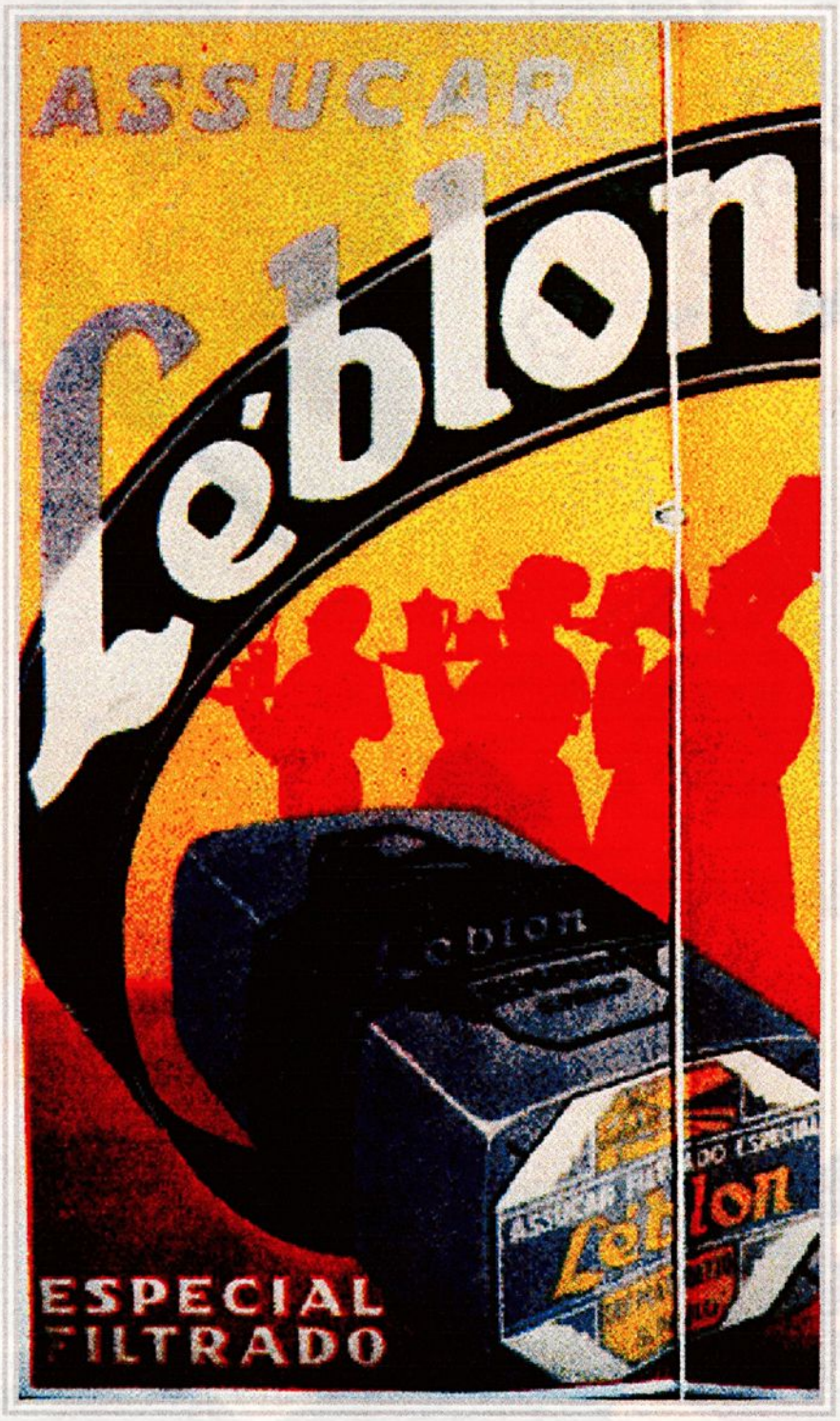
Carioca, 1930

Frios Santo Amaro, 1930

Sabão Votoran, 1930

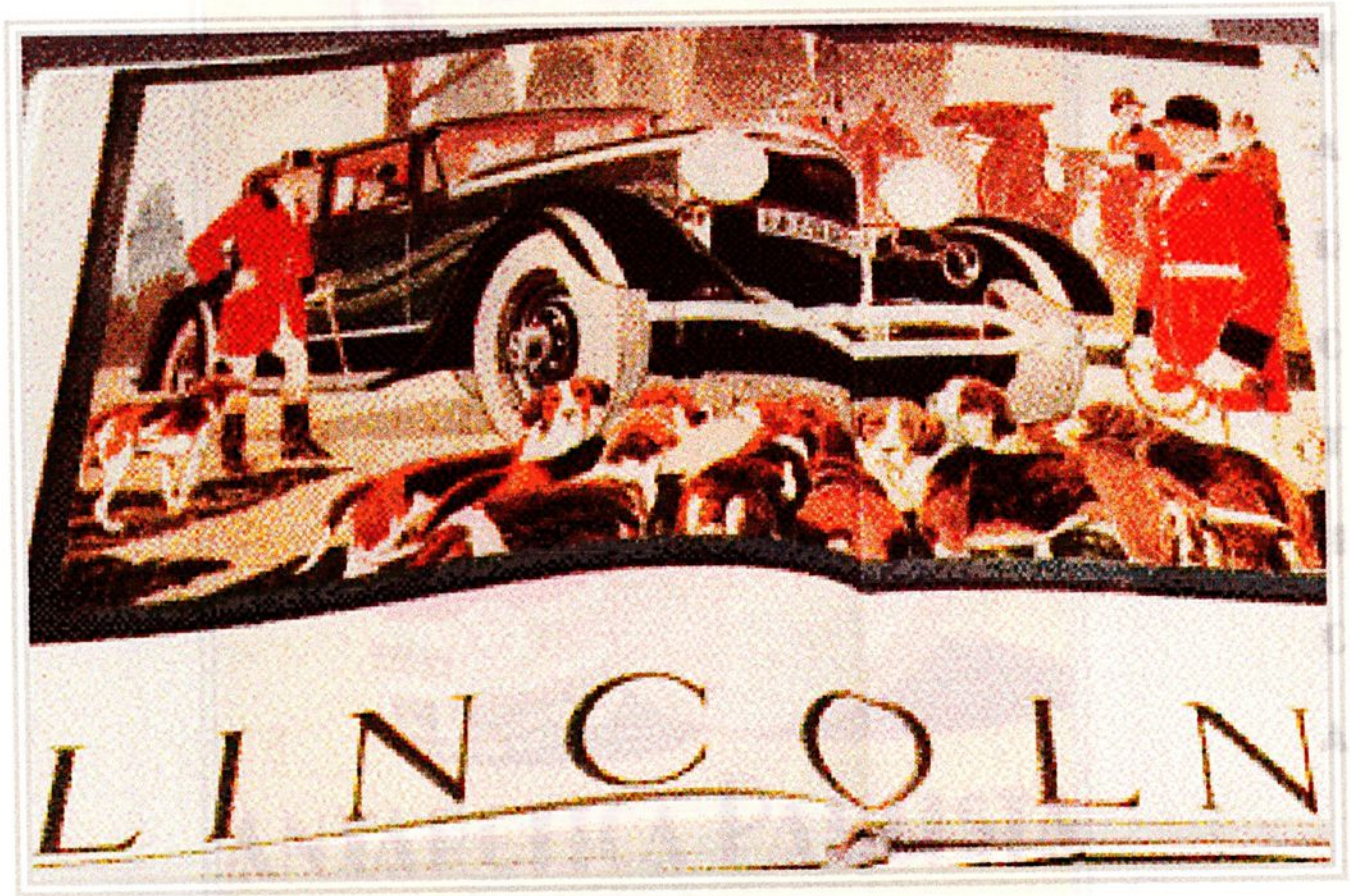


Óleo Vida, 1930



Assucar Leblon, 1930

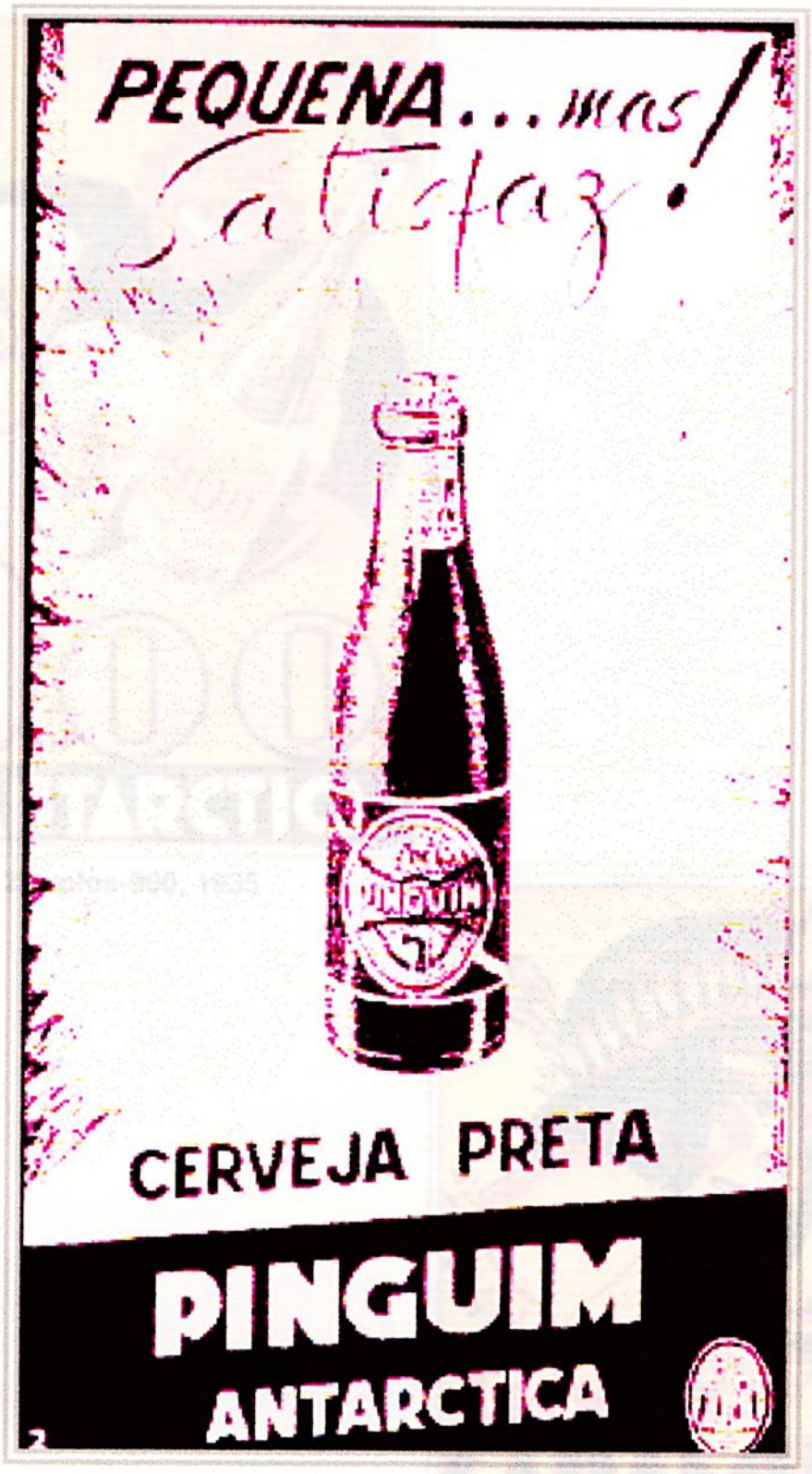
Cigarros Continental, 1930



Lincoln, 1930

Dois Duplos - 1000, 1934

Tyroleza, 1939



Pinguim, 1940

2Duplos-900, 1935

Caramurú, 1938

Hamburgueza, 1935

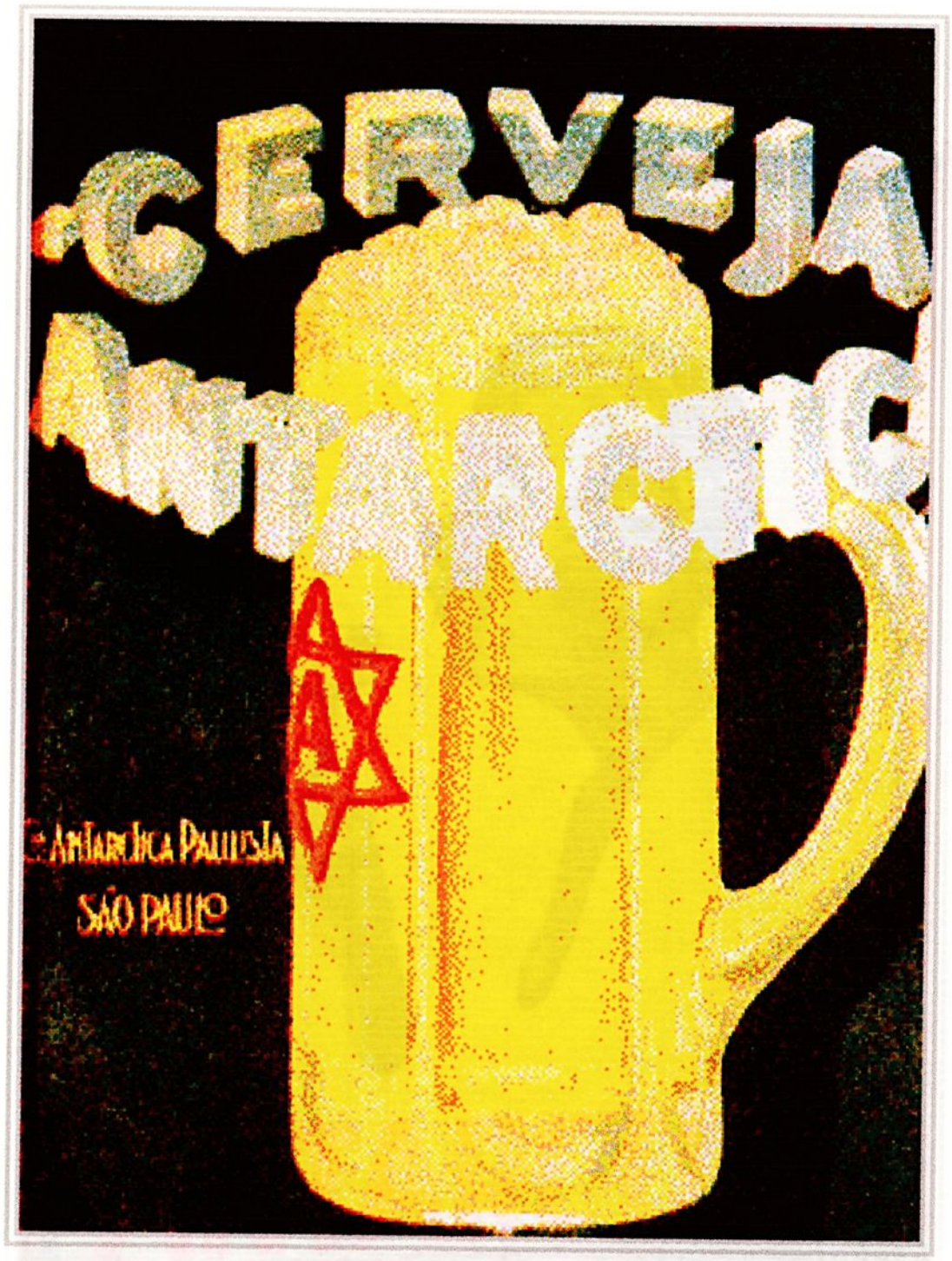
Malzebier, 1940

Pinguim Pilsen, 1940

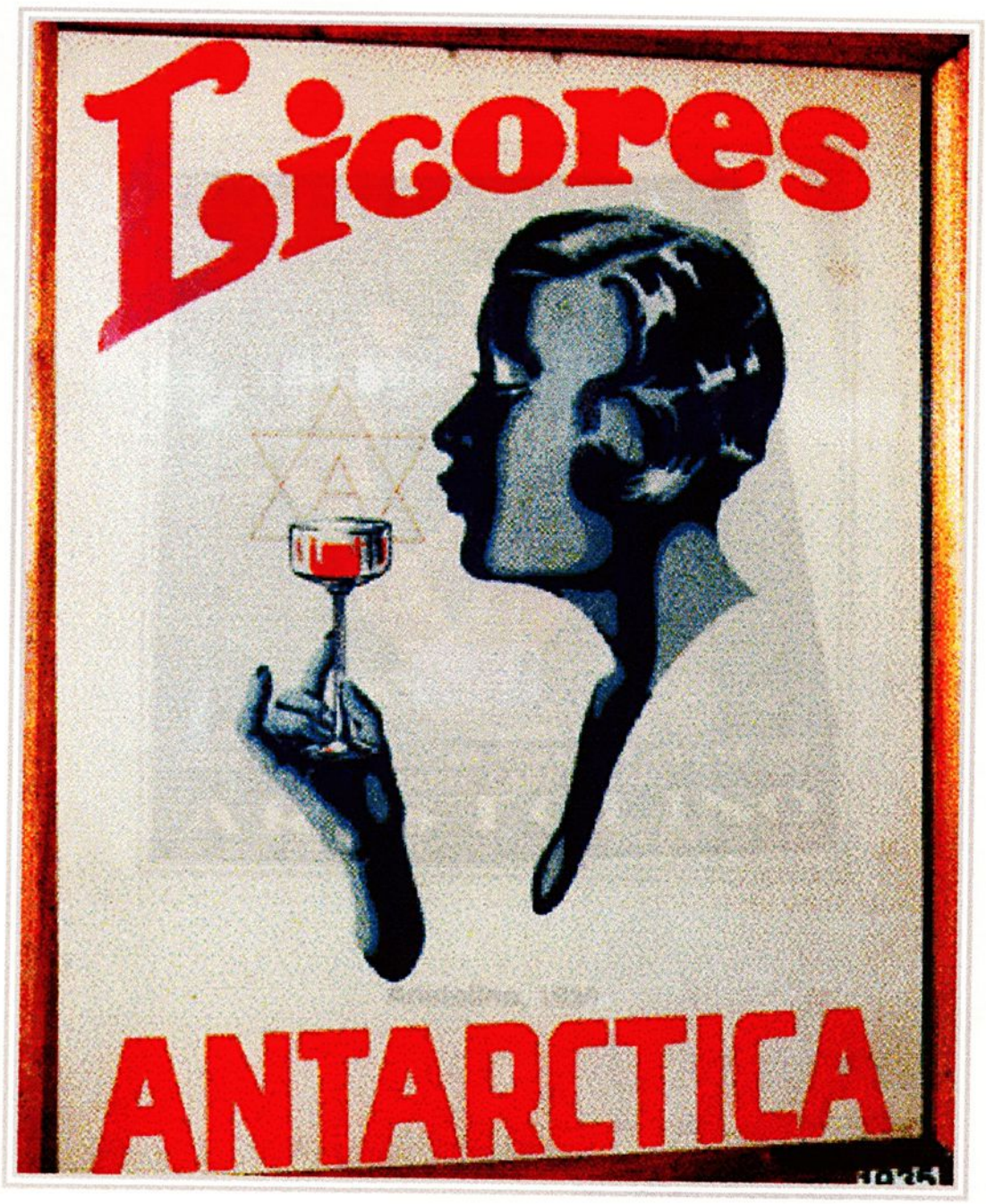
INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA

Patricia, 1925

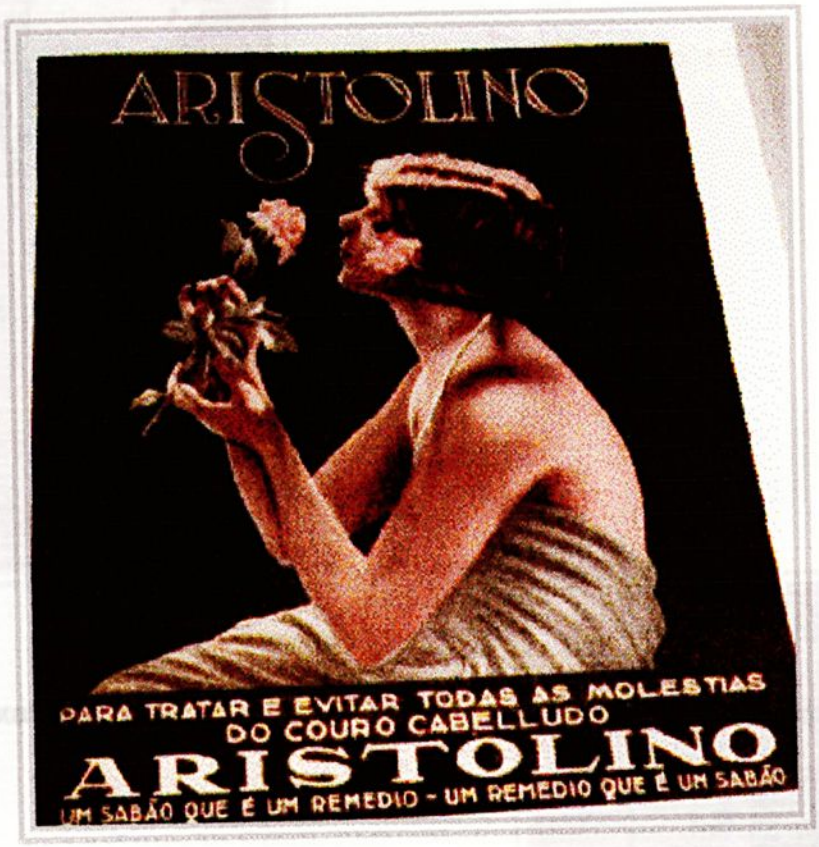
Antarctica, 1930



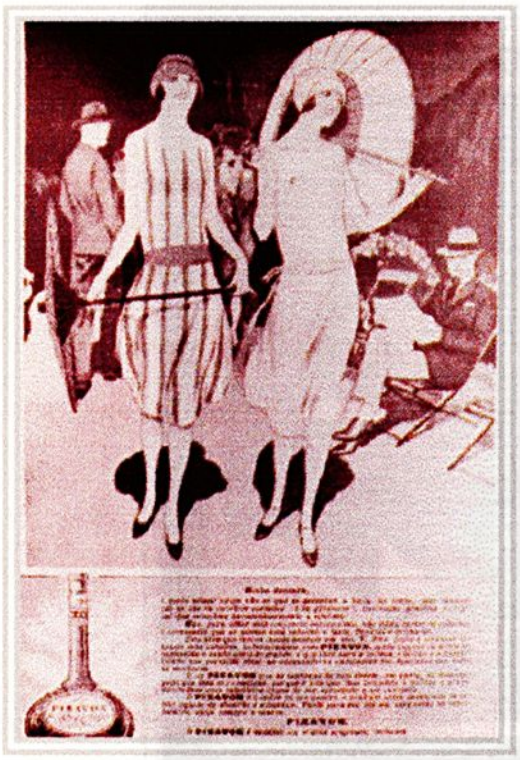
Cerveja Antarctica, 1925



Licores, 1935



Aristolino, 1930



Pixavon, 1930

Eis Fé, 1930

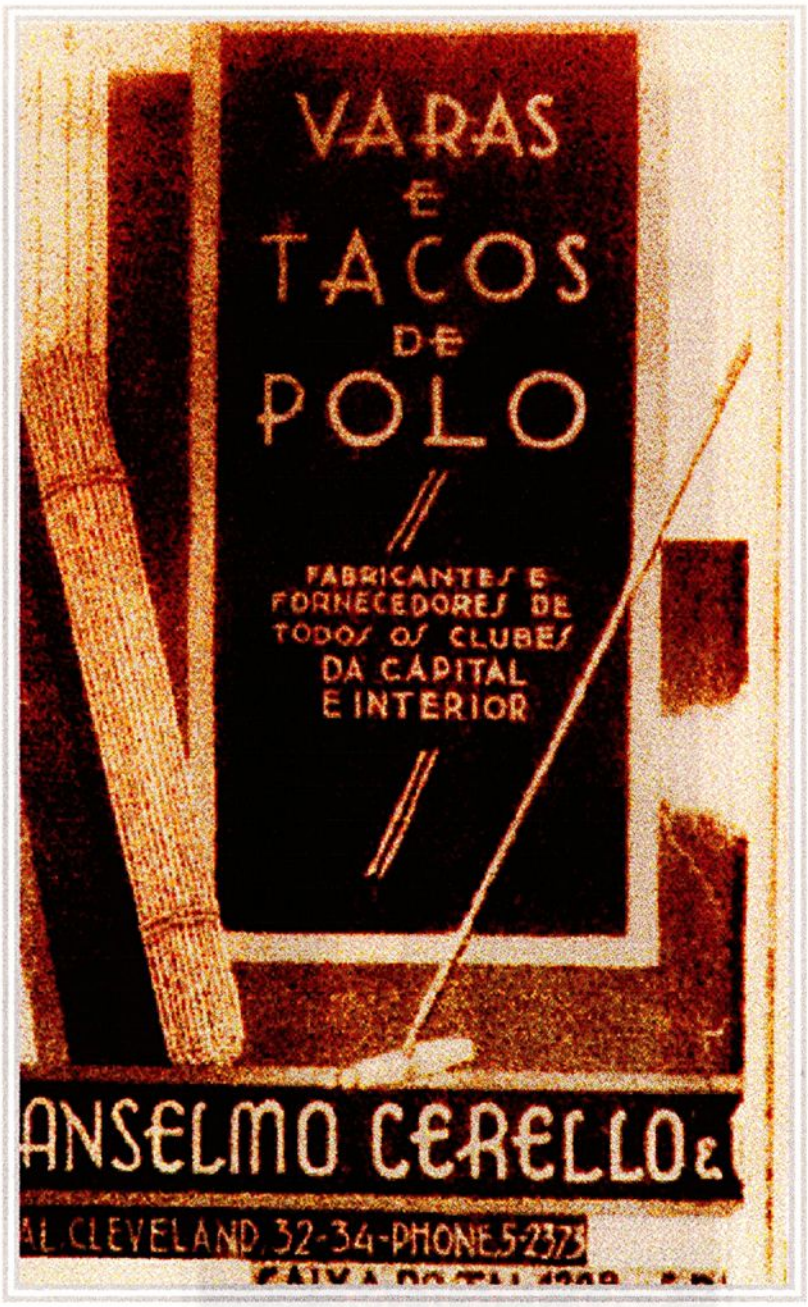
Odol, 1920
Cartaz do artista Di Cavalcanti

Lança Perfume - Rodo, 1930

Odol
Para se ter dentes bonitos ba
usar liquido "Odol" com "Odol"-pas

Odol, 1930

Casa Kosmos, 1930



Anselmo e Cerello, 1930

Elegancias, 1930

Parc Royal, 1930

Casa Isidoro, 1930

Sociedade Hippica Paulista, 1936

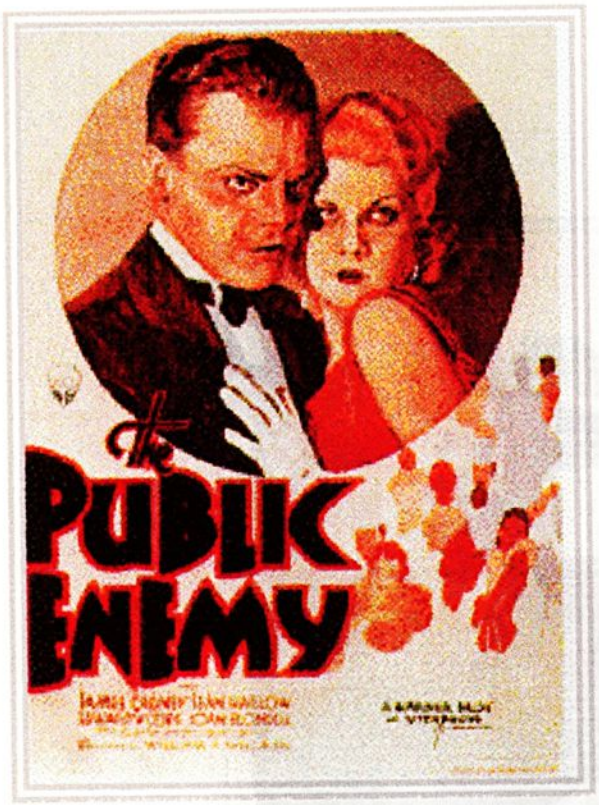
Rádio Diffusora, 1934

Carnaval no Rio, 1933

Cartaz de John Graz

Alô! Alô! Carnaval!, 1936

Lábios sem Beijos, 1930



Public Enemy, 1930

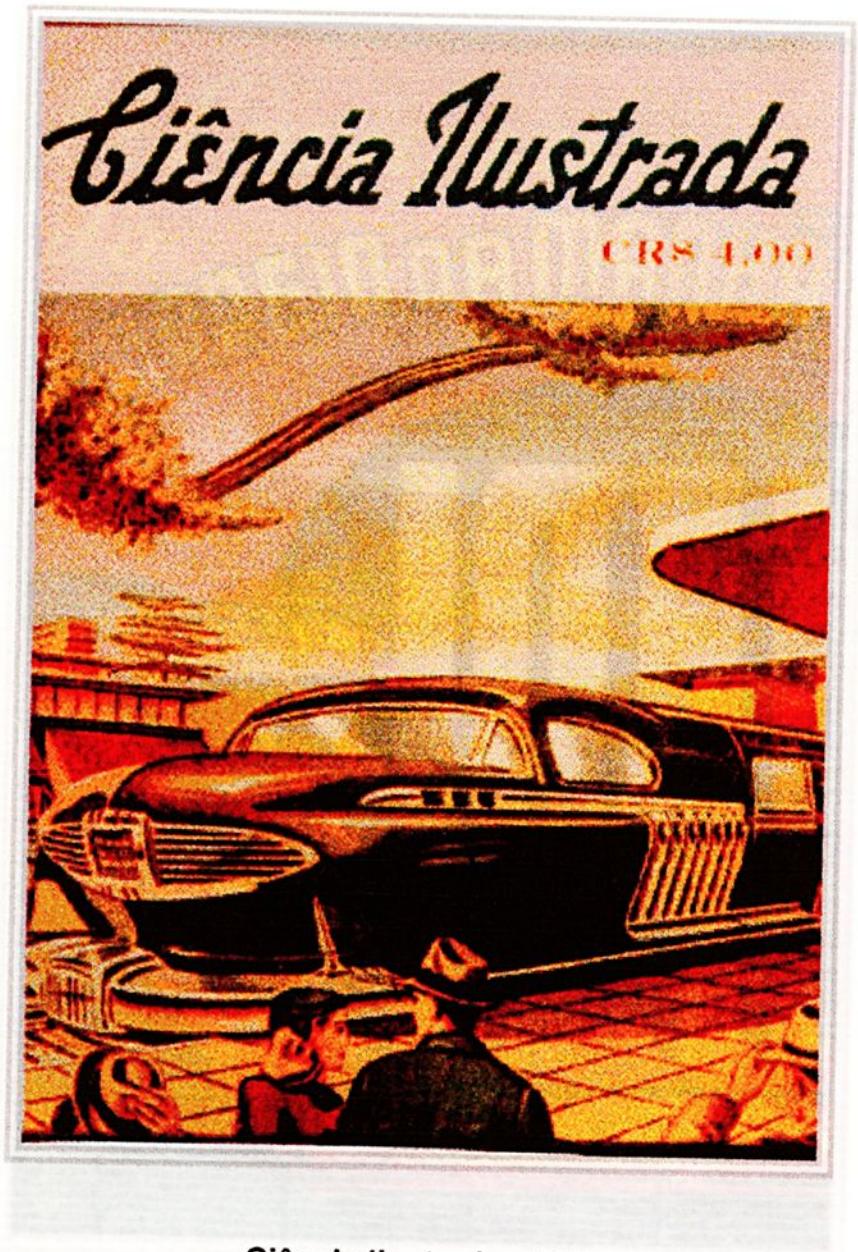
Napoleon Bonapart, 1935

Bonequinha de Seda, 1936

Flying Down to Rio, 1933

Metropolis, 1926

Graphirus, 1927



Ciência Ilustrada, 1931

Correiro da Manhã, 1941

Saúde da Mulher, 1930

Para Todos, 1930

Capa de Di Cavalcanti

O Cruzeiro, 1929

Capa de Di Cavalcanti

A Semana, 1934

Baile de Gala, 1939

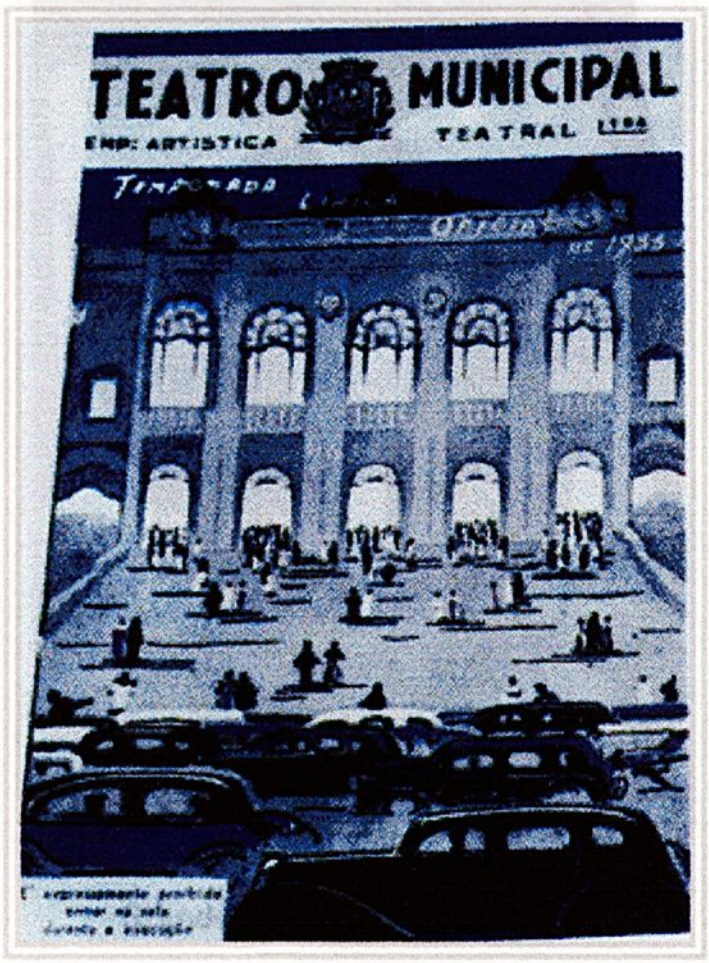
Carnaval, 1939

Carnaval, 1939

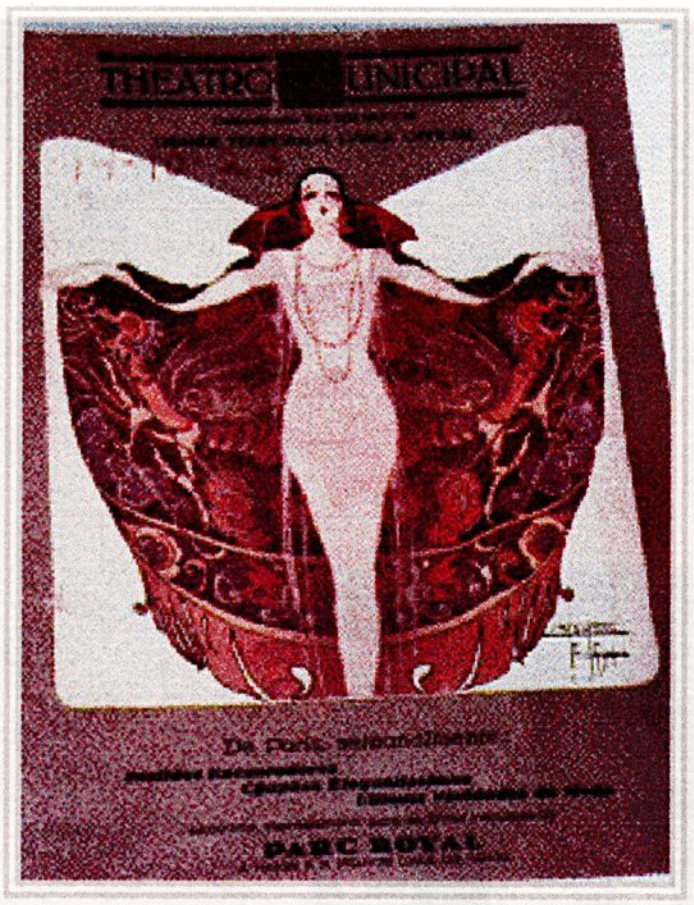
Programa Oficial, 1935

Baile de Gala, 1939

Gentro Musical de São Paulo, 1933



Temporada Lírica Oficial, 1935

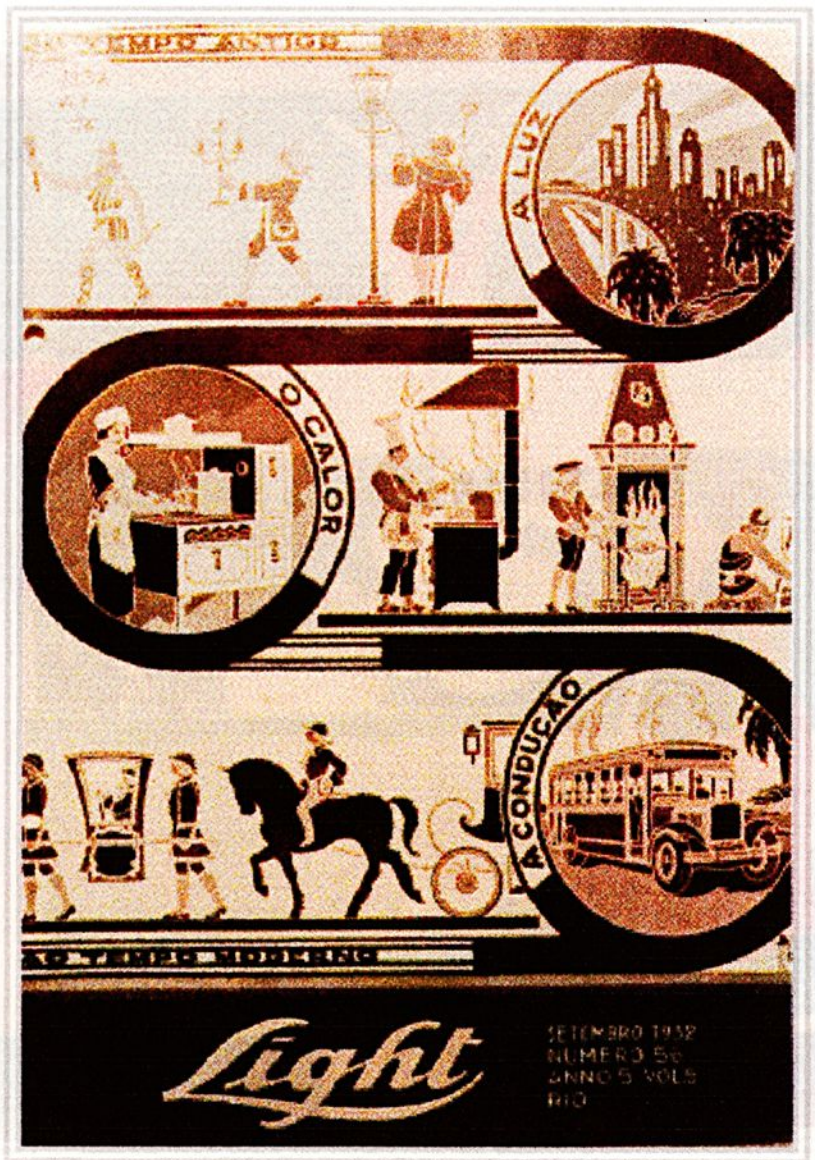


Grande Temporada Lírica, 1923

Bondes Bagageiros, 1930

Um geyser
bem regulad
SOCIETÉ ANONYME DU GAZ
Gaz
CALOR
RIO DE JANEIRO

Gaz, 1930



Ao Tempo Antigo Ao Tempo Moderno, 1932

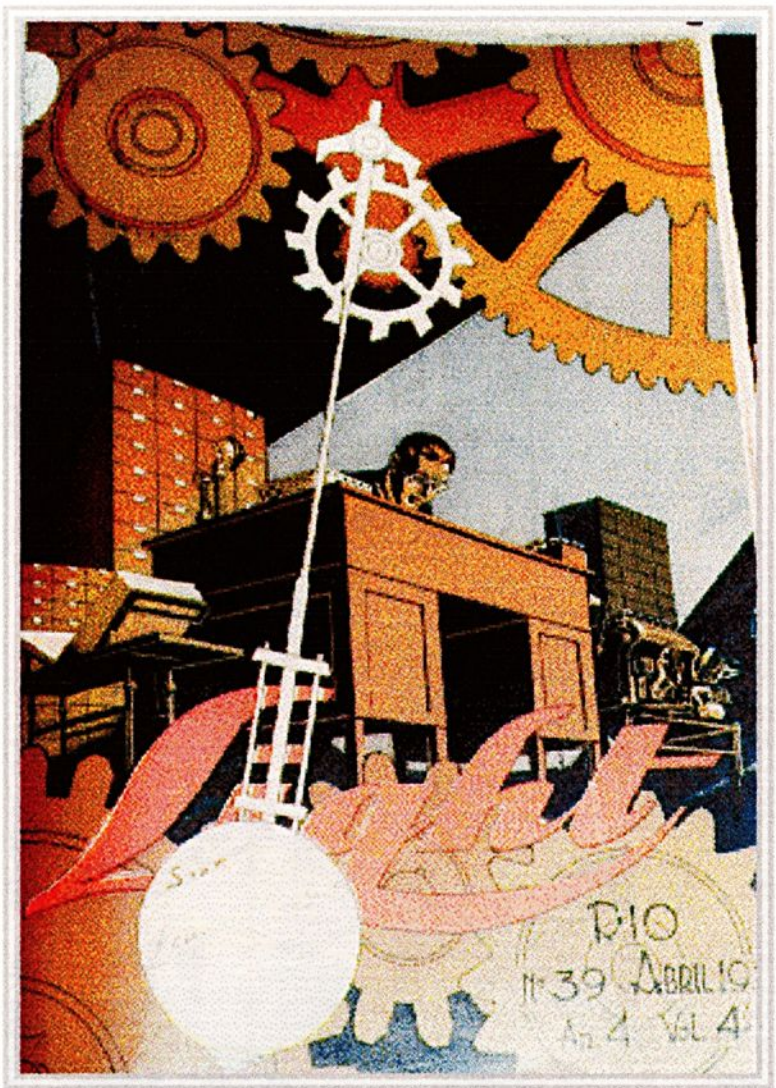
Light e Power, 1930

Ônibus para banhistas, 1931

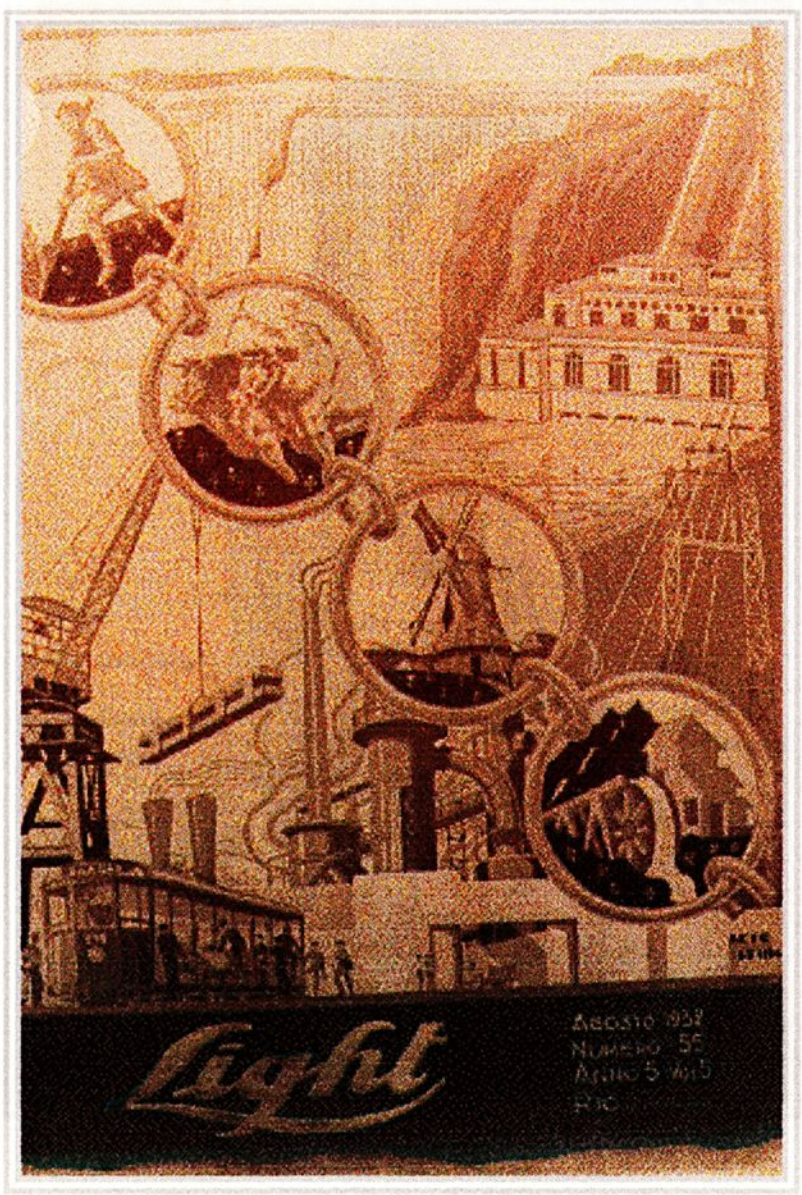
Light e Power, 1930

Benfica, Andarathy, 1934

INSTITUTO DE ARTES - UNESP
BIBLIOTECA



Light, 1932



Light, 1932

Light, 1934

Light, 1932

Vitória pelo Brasil, 1937

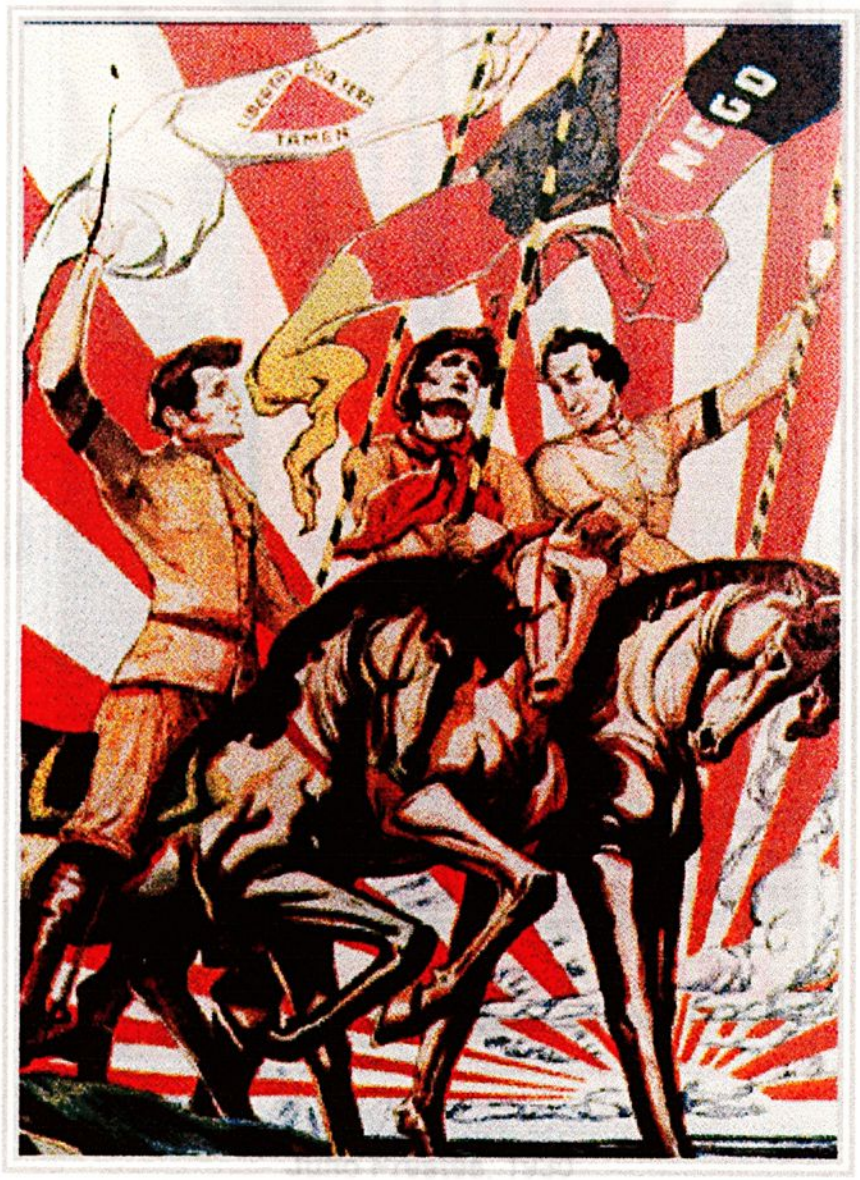
Siderugia, 1937

O Brasil está presente, 1937

M..M.D.C., 1932

O Brasil está presente, 1937

Vigilante, 1937



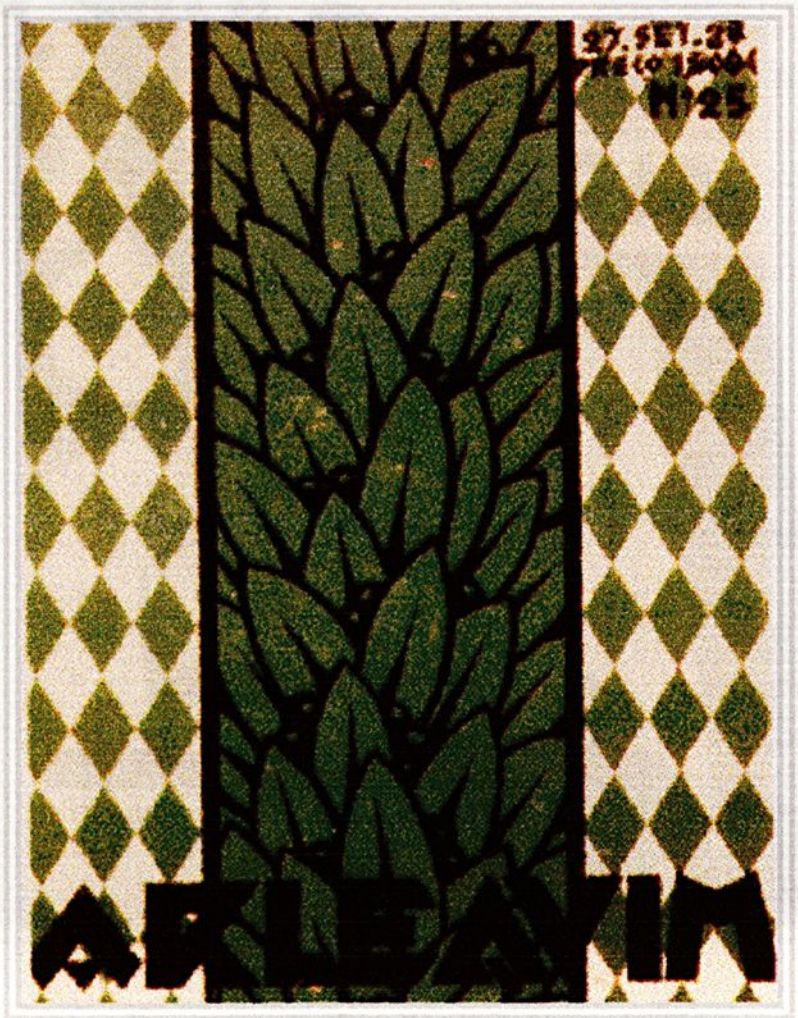
3 Estados da Revolução, 1930

Julio Prestes, 1930

MPV

METAFORA POETICO-VISUAL

"A palavra poética está destinada a quebrar-se, ou seja a linguagem poética tem as mesmas características de insencialidade da linguagem representativa: quebrar-se na referência à coisa, quando a coisa foi já tornada presente" (**Vattimo**, 1987, p. 57-58).



Revista Arlequim, 1926

Tendência às metáforas artísticas, jogos assimétricos de analogias, a partir de *qualidades de formas*.

Concerto L'Avare, 1936

Capa desenhada pela artista Tarsila do Amaral.

Cartaz para veicular o concerto L'Avare que acontecerá no Teatro Munincipal, suas formas são geometrizáveis, a partir de jogos de figuras e fundos entre as cores branco e preto .

Concerto do Pianista Friedman, 1936

Cartaz desenhado por Osvald Andrade Filho.

O cartaz elaborado para veicular o concerto do Pianista Friedman mostra um violino descaracterizado, realçando-se apenas, suas formas possíveis, ou seja, as qualidades de sensações, provocadas por este tipo de forma.

Programa Oficial, 1936

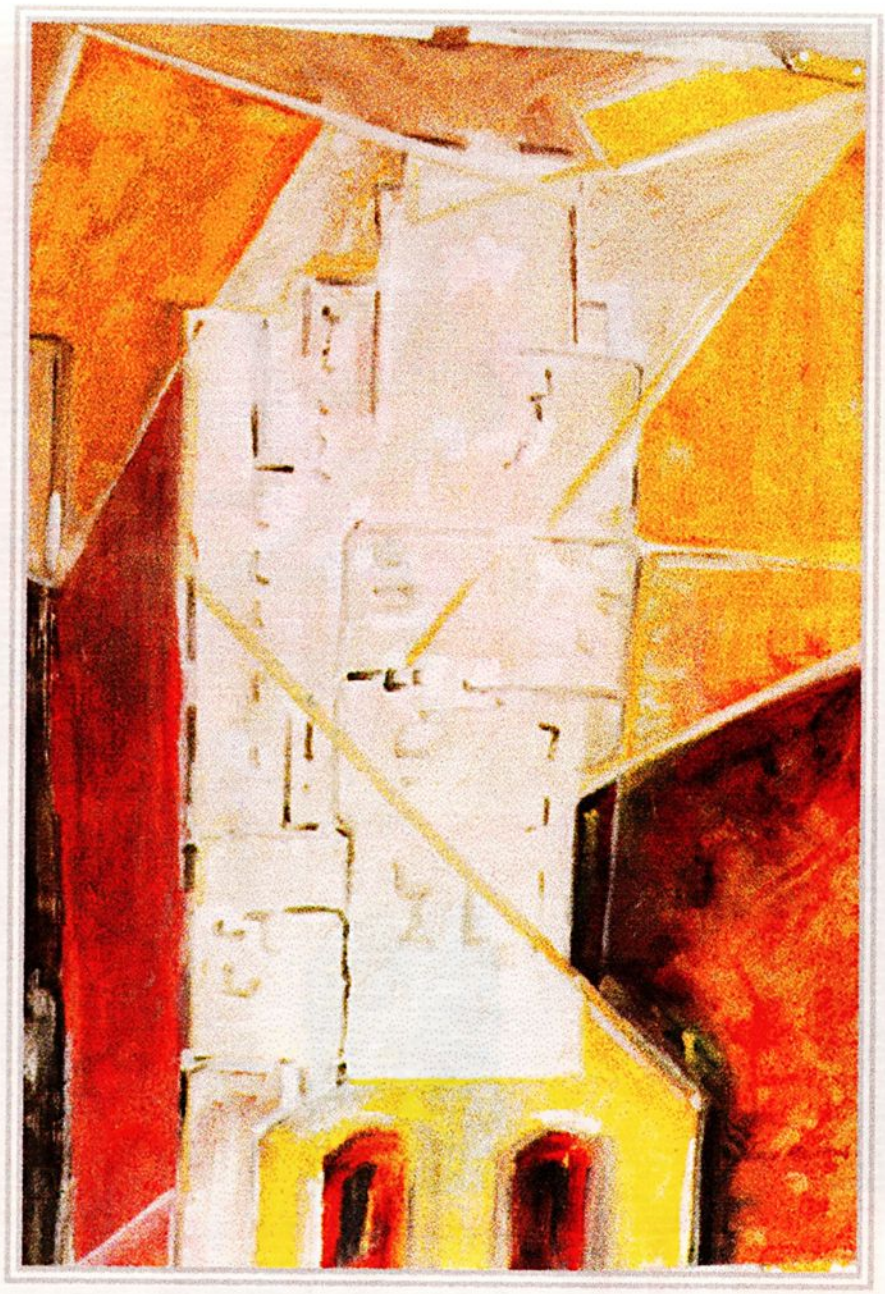
Cartaz elaborado pela artista plástica Tarsila do Amaral

Tendência clara à metáfora artística, pois a montagem se faz mais a partir de analogias, de traços e de formas de vários instrumentos musicais de cordas, que codifica um referente externo.

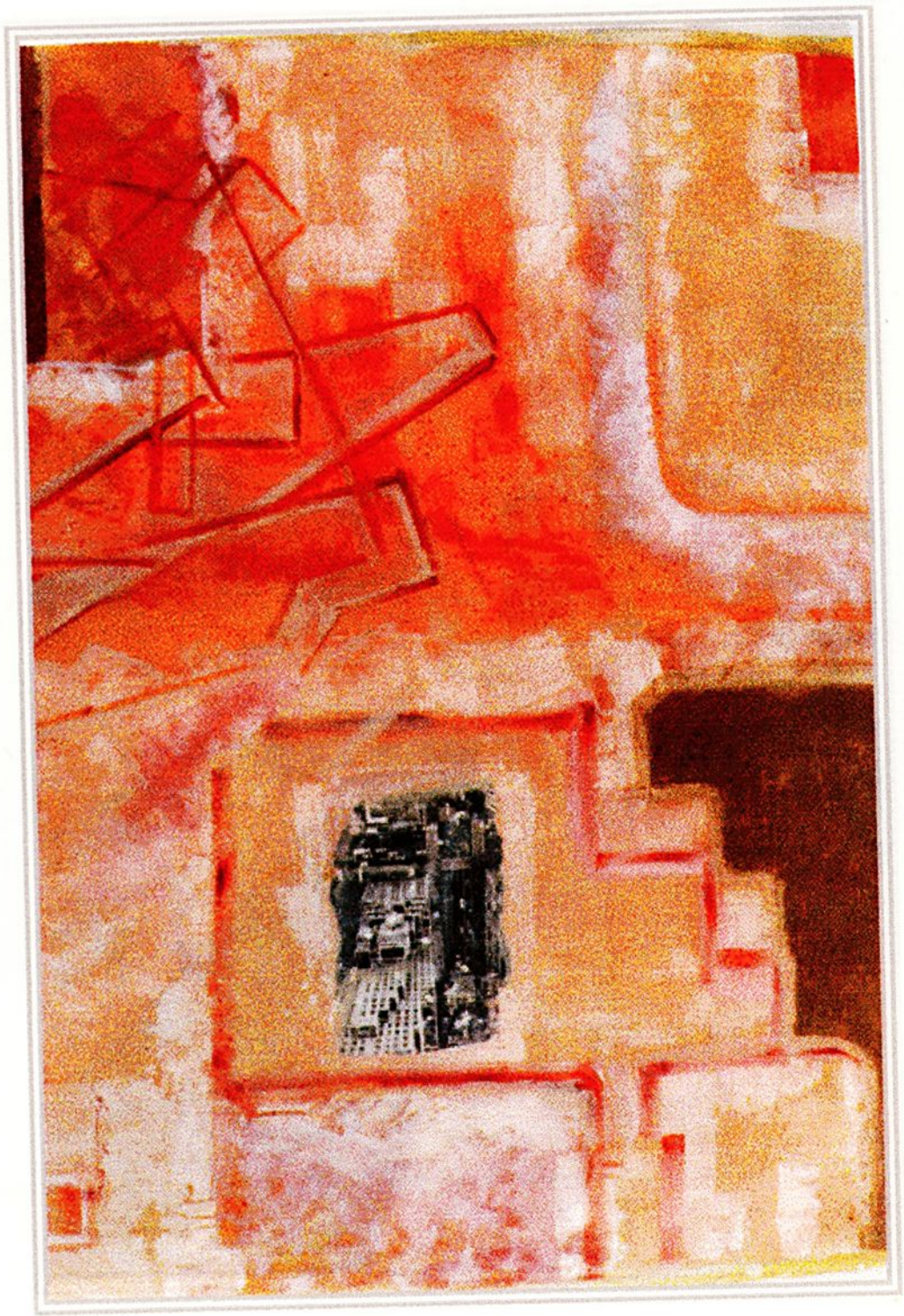
CRIACAO DO CARTAZ ART DECO

A elaboração do cartaz **Art Deco**, surge após esta pesquisa, como meu *fazer artístico*, resultado do conhecimento dos procedimentos artísticos, adquiridos na formação em Artes Plásticas e em Publicidade e Propaganda. Os cartazes por mim criados, seguiram a busca da metáfora visual. A linguagem computadorizada permitiu a transferência da *imagética scaneada* , para esta poder ser trabalhada com os programas específicos de arte gráfica: *animator e fotoshop*.

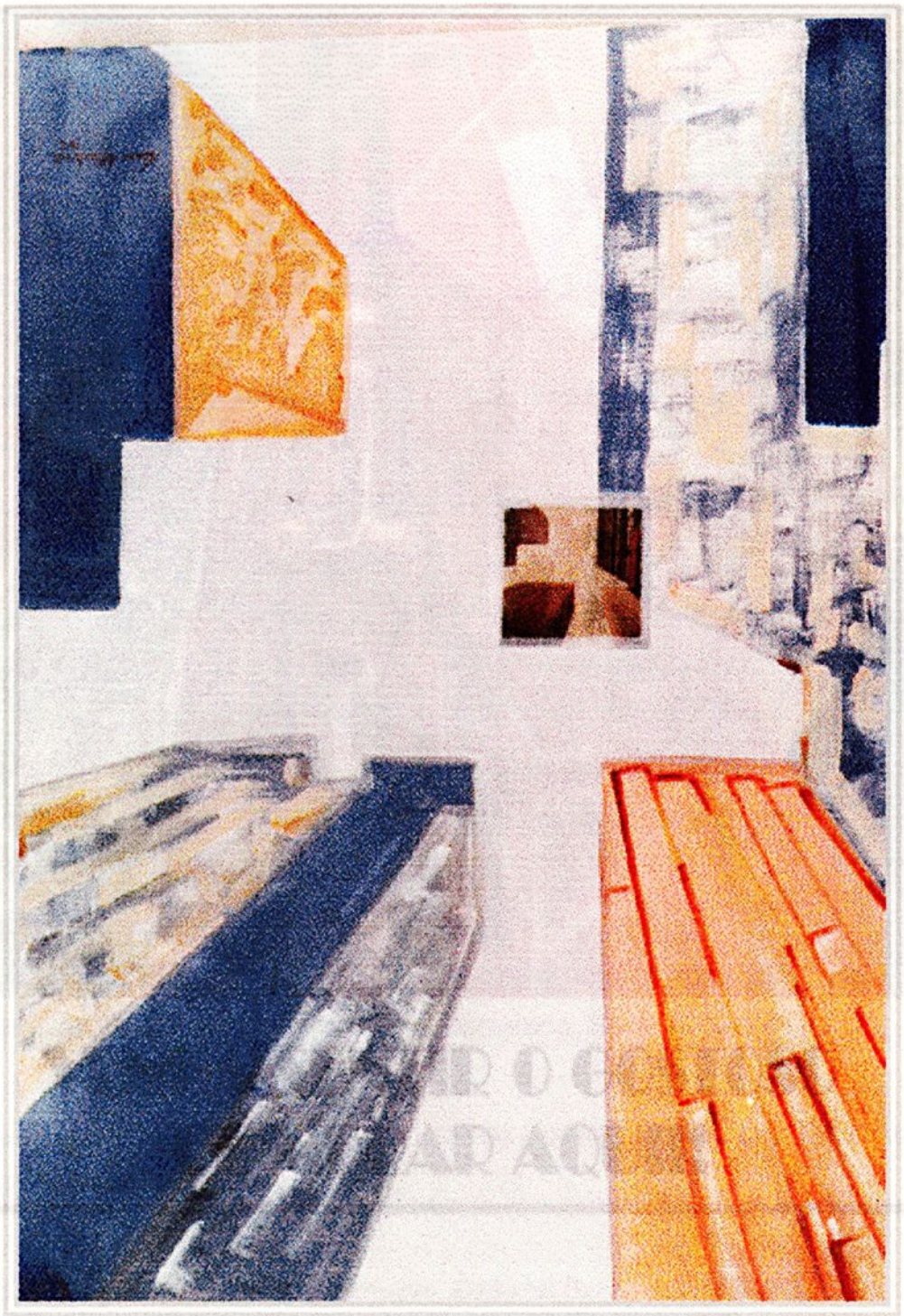
unesp



MRV - Metáfora referencial visual apresenta índices do referente *novo* tridimensional: fruição, que já está metaforizado, hoje, através da criação dos edifícios com superposições de formas, de cores e de linhas diagonais, verticais e horizontais no espaço, criando *linguagens em volumes*.



Ritual de passagem, em busca da metáfora *poético*, momento de auto-reflexão, em busca de traços específicos do visual, em termos de materiais e procedimentos, momento experimental-metalingüístico.



Momento de auto-reflexão, estudo da função do espaço vazio, mas cheio de potencialidades de significação para onde convergem as qualidades das formas traçadas: equilíbrio distribuído.

Para impedir que o poderio do verbal de função persuasão ou conativa corrompa o visual, optou-se por jogar o verbal como elemento excluído e, através dele, propor a venda do próprio prazer estético, que estas construções poderiam proporcionar aos seus usuários. A fixação dos procedimentos analógicos e de materiais em similariedades tenta construir uma metáfora poético visual no cartaz, elaborado para uma construtora de condomínios.

BIBLIOGRAFIA

ADDAMS S.W.R. **Posters look to the future**. Londres: Fanfare Press,1966.

ALVIM, Z. PEIRÃO,S. **Mappin - setenta anos**. São Paulo: Ex-libris,1985.

AMARAL, A. **Artes plásticas na semana de 22**. São Paulo: Perpectiva, 1976.

_____. O modernismo à luz do Art Deco. In: **Arte e meio artísitco**: entre a feijoada e o X-burguer. 1961-1981. São Paulo: Nobel, 1982.

ANDRADE, M. **O movimento modernista in aspectos da literatura brasileira** (obras completas de Mário de Andrade). São Paulo: Livraria Martins Fontes, 1967.

ARGAN,G. **El Revival. In: El passado in el presente.** El revival in las artes plasticas, la arquitectura y el teatro. Barcelona: Gustavo Gilli,1978.

BAECHLER, D.E. John Graz, reminiscências do moderno**. Catálogo.** São Paulo: Fundação Padre Anchieta, 1980.

BARNICOAT, J. **Los carteles**. Barcelona: Editorial Gustavo Gilli,1972.

BARDI, P.M. A família Graz-Gomide: o Art Déco no Brasil . Família Graz-Gomide in Museu lasar Segall. **Catálogo**. São Paulo: Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia do Estado de São Paulo, Secretaria Municipal da Cultura, Prefeitura do Município de São Paulo, Seimes Ind. Gráfica Ltda, novembro/dezembro, 1976.

_____. Tempo dos modernistas. **Catálogo.** São Paulo: Museu de Arte de São Paulo Assis Chateaubriand, 1974.

BATISTA, M.R. **Brasil: Primeiro tempo modernista 1917/1929**. São Paulo: Instituto de Estudos Brasileiros, 1972.

BAUDRILLARD, J. **O sistema dos objetos.** São Paulo: Perspectiva,1976.

BENJAMIN, W. A obra de arte na época de suas técnicas de reprodução. In: **Benjamin, Adorno, Habermans**; textos escolhidos. São Paulo: Abril, 1983.

BENSE, M. **Pequena estética**. São Paulo: Perpectiva, 1971.

_____. **Estética**. Buenos Aires: Editions Nueva Vision, 1973.

BIALOSTOCKI, J. **Estilo e iconografia**. Barcelona. Barral Editores,1972.

BUYSSENS, E. **Comunicação e lingüística**. São Paulo: Cultrix, 1972.

BRITO,M.S. **História do modernismo no Brasil**: **antecendentes da semana moderna**. São Paulo: Saraiva, 1958.

CABANNE, P. **Encyclopedie art deco**. Paris: Somagy, 1986.

CALABRESE, O. **A idade neobarroca**. Lisboa: Edições70, 1992.

CAMPOS, H. de. **A arte do horizonte do provável**. São Paulo: Perpectiva, 1971.

DAVAL, C. e out. **Journal des avant gardes les années vinght les années trente**. Geneve: Editions d'Art Albert Skira S.A.,1980.

CERIBELI, D.T. **Poética e a função metalingüística**: João Cabral de Melo Neto. São Paulo, 1974. Tese (doutorado em letras) PUC de São Paulo, 1974.

_____. **Uma leitura do universo plástico de Leonelo Berti**. São Paulo, 1983.

CHALHUB, S. **A metalinguagem**. São Paulo: Editora Ática, 1986.

_____. **As funcões de linguagem**. São Paulo: Editora Ática, 1987.

CONNOR, S. **Cultura pós-moderna**. São Paulo: Loyola, 1992.

DULLIÈRE, C. Art Nouveau **:** A casa como obra de arte**. Correio da UNESCO**, Brasil, n. 10, p. 16-21,out. 1990, ano 18,

DORFLES. G. **As oscilações do gosto**. Lisboa: Horizonte, 1974.

DUNCAN, A. **Art deco**. Londres: Thames and Hudson,1980.

_____. **Art deco**. Paris: Editions Regard, 1986.

_____. **Luminaire art nouveau. Art deco**. Fribourg: Office du Livre, 1980.

FERREIRA, I.K.L. Do regional ao internacional: arte brasileira, anos 30/40. **ARTEunesp**, São Paulo, n. 2/4: 23-29, 1986-88.

FERREIRA, O. da C. **Imagem e letra: introdução a bibliografia brasileira, a imagem gravada. São Paulo**: Melhoramentos/Ed. da Universidade de São Paulo/ Secretaria da Cultura, Ciência e Tecnologia, 1977.

FUSCO,T. **Art deco**. New York : House of Collectibles, 1988.

unesp

FRANCASTEL,P. **Arte e técnica nos séculos XIX e XX**. Lisboa: Edições Livros Brasil, 1963.

_____. **A realidade figurativa**. São Paulo: Perpectiva e EDUSP, 1973.

FREITAS, N. **História da imprensa de São Paulo.** São Paulo: Leia, 1950.

FRY, C.R. **Art deco. Designs in collor**, New York: Dover Publications,1975.

GID, R. **L' affiche de cinema**. France: Graphiaque, 1950.

GILLETTE, A. Art nouveau: uma estética universal. **Correio Unesco,** Brasil, n. 10 , p.4-7, out. 1990.

GONZAGA, A. **50 anos de cinédia**. Rio de Janeiro: Alice Gonzaga Assaf-Record, 1987.

GORDINHO, C., **Monteiro**,S. **Arte e indústria no Brasil :** 180 anos de história. São Paulo: Bandeirante Editora, 1991.

_____. **Sociedade hípica paulista :** 75 anos. São Paulo: Marca d'Água, 1987.

GOUVÊA, G.M.F. **Art deco**: Passado/presente na arquitetura paulistana do após modernidade. São Paulo, 1994. Tese (Mestrado), Instituto de Artes, Universiade Estadual Paulista, UNESP, 1994.

GRACIOSO, F. Cerveja antarctica. Propaganda: imagens e sons de uma indústria. São Paulo. **Catálogo**. Secretaria da Cultura do Estado de São Paulo. s.d.

HELD, M.S. **Considerações plásticas sobre o art nouveau nos anúncios publicitários ilustrados do início do século XX em São Paulo**. São Paulo, 1981. Tese (mestrado), Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 1981.

HENDERSON,W.O. **A revolução industrial**. Lisboa: Editorial Verbo,1969.

HILLIER, B. **Art deco of the twenties and thirties**. Londres: Studio Vista,1968.

JAKOBSON, R. **Lingüística e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1971.

JENCKS, C. **The language of post-modern architetutre**. London: Academy Editiones, 1984.

KELLY, C. **Arte e comunicação**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1978.

KERY, P. F. **La grafica art deco.** Milano: Grupo Editoriale Fabbri S.p.A., 1986.

KLINTOWITZ, J. **A arte do comércio 1900-1930**. São Paulo: Livraria Kosmos Editora, 1988.

KNOWLES, E. **Miller's antiques checklist: art deco**. London: Mitchell Beazley Publishers, 1991.

LASSALLE, H. **A arte no século XX**. Lisboa: Martins Fontes,1986.

MAENZ, P. **Art deco 1920-1940.** Barcelona: Editora Gustavo Gilli,1974.

MARCONDES, N. Moradia, natureza e gente: fotoimagem**. ARTEunesp**, São Paulo, n. 5: 1-12, 1989.

MENEZES, M.A. Art déco, a estética das máquinas no Brasil. **O Estado de São Paulo,** São Paulo , 28/nov./76. Suplemento Cultural, p. 03 /ano 1/ número 07.

MENTEN,T. **The art deco style**. Nova York: Dover Publications, 1972.

_____. **The art deco style in house hold objects, architecture, sculture, graphics, jewelry**. New York: Dover Publications, 1972.

_____. **Advertising art in the art deco style**. New York: Dover Publications, 1975.

MIRANDA, F.G. **Memória histórica da imprensa nacional.** Rio de Janeiro: Ministério da Fazenda , Imprensa Nacional. 1922.

MOLES, A. **O cartaz**. São Paulo: Perspectiva e Edusp, 1974.

NERET,G. **L'art des années 30**. Friburgo: Office du Livre, 1987.

NOSSO SÉCULO 1910-1930. Anos de crise e criação. São Paulo: Abril Cultural, 1981

NOSSO SÉCULO 1930-1945. A era de Vargas. São Paulo: Abril Cultural, 1980.

OLIVEIRA, F.M. **Banespa 60 anos**. São Paulo: Projeto/PW, 1986.

ORTEGA , GRASSET, J. **A rebelião das massas**. São Paulo: Martins Fontes, 1987.

PAULA, A. de , **CARRAMILHO**,N. **Artes gráficas no Brasil**. São Paulo: Registros Laser print Editorial , 1989.

PIGNATARI, D. **Semiótica e literatura**. São Paulo: Cultrix, 1972.

_____. **Um neolítico de consumo**, in Figuereido, Luciano e Ramos, Oscar-Rio Déco. Rio de Janeiro: Achiame, 1980.

_____. **Informação, linguagem e comunicação**. São Paulo: Cultrix, 1985.

PROENÇA, F.D. **Pós-modernismo e literatura**. São Paulo: Editora Ática,1988.

RAMIREZ, J. **Medios de massas e história del arte**. Madrid: Edições Catedra, 1982.

RAMOS, F. **História do cinema brasileiro**. São Paulo: Art Editora Ltda,1987.

_____ . **História da Propaganda no Brasil.** São Paulo: Edições ECA/USP. Série Propaganda, 1972.

RHODIA ATUALIDADES . 70 anos-Olhos no futuro.São Paulo dez. de 1989, número 305, pág. 2 a 7.

RODRIGUES, E.J. **O cartaz em São Paulo.** SÃo Paulo: Secretaria Municipal da Cultura, departamento de informação e documentação artísticas, centro de pesquisa de arte brasileira,1980.

ROWE,W. **Art deco spot - ilustrations and motifs.** New York: Dover Publications, 1985.

SAWAYA, S.T. **Arquitetura déco na cidade de São Paulo**: Apreciação do movimento enquanto contribuição para o repertório arquitetônico de São Paulo, 1982. Tese (mestrado), Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP. 1982

SEGAWA, H. Elisiário Bahiana, arquiteto 1891-1980 e a arquitetura art deco**. Revista Projeto**, São Paulo, n. 67, 1981.

SEGRE, N. Os prolegomeros da modernidade: art nouveau e art deco. In: **America Latina fim de milênio: raizes e perpectivas de sua arquitetura**.São Paulo: Nobel,1986.

SCHMUTZLER, R. **Art nouveau**. New York: Harry N. Abrams, Incorporated, 1977.

SHAYO, A. **Chiparus, o master of art deco.** New York: Abbeville Press, 1993.

STRAPPA, G. Eroe discreto d'architetura quando il mestiere si fa poesia. **Revista La Repubblica**, Roma 27/ jun. 1991.

THOMAS, A.M., DARCY,G. 127 authentic art deco patterns in full color. New York: Dover Publications, 1994

VATTIMO,G. **O fim da modernidade: niilismo e hermenêutica na cultura pós-moderna**. Lisboa: Presença, 1986

VIANY, A. **Introdução ao cinema brasileiro** Rio de Janeiro: Alhambra e Embrafilme, 1987.

WEBER, E. **Art deco.** Madrid: Libsa, 1993.

INSTITUTO DE ARTES - UNESP BIBLIOTECA