

Figuras em revista: a imagem desenhada conta a história¹

ALENCASTRO, Lucilia de Sá²
Universidade Tuiuti / Paraná

Resumo

O objetivo deste artigo é apresentar a imagem desenhada na mídia impressa sob um enfoque comunicacional. Para tanto, analisam-se ilustrações e caricaturas do artista J.Carlos, publicadas em revistas no Rio de Janeiro, durante as primeiras décadas do Séc. XX. O estudo deste discurso gráfico-visual vai além da composição plástica, desvelando significados que reconstituem o momento histórico da modernidade carioca e as tensões sociais que o envolveram. Por este recorte, resgata-se a importância do desenho imaginativo como objeto de pesquisa em comunicação também percebendo seus entrecruzamentos como fontes de documentação histórica e social.

Palavras-chave: revistas; comunicação; ilustração; caricatura; J.Carlos.

A imagem desenhada como objeto de estudos em Comunicação

Delinear o objeto de estudos da Comunicação não tem sido tarefa fácil. Pelo fato de que os processos comunicativos perpassam de muitas maneiras os mais variados aspectos da vida social, os estudos sobre comunicação tem sido propostos sobre o enfoque de outros campos das ciências sociais e humanas, como a Sociologia, a Antropologia, a História, a Psicologia, entre muitos. A procura sobre a possível especificação de um saber, ou sobre uma “receita” de abordagem para os fenômenos humanos que garanta o ponto de vista comunicacional, tem sido a preocupação de vários pesquisadores e as respostas estão bem longe de um consenso.

Para José Luiz Braga (2001, p.63), duas possibilidades podem se configurar: a primeira é que ao se pensar a Comunicação de forma tão difusa que atravesse toda a vida humana, o objeto de estudo passe a ser inapreensível, concluindo-se assim, que “tudo é Comunicação”. Assim, a Comunicação, “espalhando-se como objeto por todas as áreas” não estaria especificamente em nenhum lugar.

1 Trabalho apresentado no GT **HISTÓRIA DA MÍDIA IMPRESSA**, integrante do 9º Encontro Nacional de História da Mídia, 2013.

2 Mestranda em Comunicação e Linguagens da Universidade Tuiuti do Paraná; Docente em Comunicação Visual no Centro Universitário Curitiba – e_mail: brancaluaodesenhos@gmail.com



A segunda possibilidade, ao contrário, tenderia para uma perspectiva reducionista, escolhendo-se para objeto de estudos apenas um único enfoque, como por exemplo, o enfoque sobre os meios de comunicação de massa, ou mídias³, em detrimento dos estudos sobre a interação comunicacional.

A partir destes dois extremos Braga (2001, p.71) apresenta e elege uma possibilidade intermediária de circunscrever o objeto de estudo da Comunicação mais especificamente nas mídias, por causa de sua extrema importância na sociedade contemporânea. No entanto, não deixa de considerar que as análises devam ser sempre feitas sob o ponto de vista das práticas interativas, aquilo que há de propriamente conversacional e de troca nos meios.

Embora reconhecendo a construção conjunta do campo com pesquisadores de outras áreas, Braga (2001, p.71) rejeita a visão interdisciplinar e alerta para a necessidade de se estabelecer com mais exatidão as articulações entre o campo da Comunicação e outras disciplinas: “É nas idas-e-vindas entre os diversos campos que estamos construindo não um objeto interdisciplinar, mas uma percepção crescentemente complexa sobre o que sejam as interações comunicacionais na sociedade”.(BRAGA, 2001, P.71)

Também para Vera França (2002, p.15) a preferência sobre a escolha da mídia como objeto empírico cresceu no decorrer das décadas, acompanhando o rápido avanço das tecnologias comunicativas. Mas, embora possa a princípio parecer que os estudos da mídia tenham seus contornos facilmente delineados, isto não acontece, pois “se desdobram em múltiplas dimensões, tais como a técnica, a política, a economia, o consumo, a vida urbana, as práticas culturais, a sociabilidade, etc.”, que ajudam a conformar o objeto. (FRANÇA, 2002, p.15)

Ao mesmo tempo, olhando de modo inverso, pode-se perceber que, do ponto de vista das ciências humanas, na atualidade, poucos estudos podem desprezar a interferência das mídias, ainda que estas não sejam o ponto crucial de suas análises. Por

3 Vera França (2002, p.15) explicita a denominação mídia como uma designação contemporânea, mais ampla, de meios de comunicação de massa, referindo-se à comunicação realizada ou mediada pelas novas tecnologias. No presente trabalho adotar-se-á esta denominação.



esses frequentes entrecruzamentos, o estudo dos processos comunicativos em detrimento do mero olhar técnico sobre a mídia, apresenta-se “como uma escolha menos restritiva”. (FRANÇA, 2002, p.16) Porém, exatamente por sua vasta abrangência, torna-se necessário que o pesquisador defina e apresente claramente seu ângulo de enfoque.

Aqui se coloca a questão pertinente a este trabalho, que trata de situar a investigação sobre a imagem desenhada⁴ na mídia impressa sob um enfoque comunicacional. Neste sentido, necessita-se mais do que uma pesquisa gráfico-visual, oriunda das áreas de Artes e Design, ainda que se comece por aí, numa observação detalhada dos elementos plásticos. Um mero enfoque histórico também não seria suficiente. Para compreender como se deu a comunicação pelo desenho na mídia impressa é necessário, além disso, conhecer o contexto social em que as publicações que continham estas imagens eram produzidas e as relações com seus desdobramentos materiais e tecnológicos. É preciso perceber as condições que faziam do desenho um processo frequente nas produções gráficas, principalmente antes que se popularizassem as tecnologias para a reprodução de fotografias em jornais e revistas.

A imagem nas revistas ilustradas

No final do séc. XIX, a indústria gráfica brasileira ainda tinha dificuldades na impressão de imagens fotográficas. Embora o uso da fotografia, de um modo geral, já tivesse se expandido, a impressão gráfica ainda enfrentava o obstáculo de imprimir simultaneamente fotografia e texto. O processo de autotipia, também chamado de similigravura, meia-tinta ou meio-tom⁵, que permitia que isto fosse feito, só foi utilizado no Brasil nos últimos anos do Século XIX e, ainda assim, de maneira incipiente. (ANDRADE, 2009, p.61)

⁴ No âmbito deste trabalho, serão enfocadas as ilustrações e caricaturas, que embora muitas vezes também tenham o propósito de retratar a realidade, não o fazem como cópias que pretendam ser fidedignas, mas, ao contrário, resignificam o real, por meio da imaginação do artista.

⁵ Autotipia – Esta técnica, patenteada por Georg Meisenbach em 1882 na Alemanha, permitia que por meio de uma retícula de vidro o original fotográfico fosse “traduzido” em pontos, variando de tamanho em função da tonalidade apresentada na imagem. A partir daí era gravada uma chapa, denominada clichê, onde os pontos em alto-relevo correspondiam às áreas escuras da fotografia. Este clichê podia ser montado junto com a tipografia para compor a página a ser impressa. (ANDRADE, 2009)



Porém, havia um público ávido por publicações ilustradas e muitos periódicos brasileiros da virada do século, na falta da fotografia, destacaram-se por causa de suas ilustrações desenhadas. Mesmo posteriormente, com a invenção de outras técnicas como o offset⁶, que facilitavam a inserção das fotografias, o compromisso destas era, em geral, mais com a notícia e com a apresentação da realidade — as “reportagens fotográficas” — deixando para os desenhos a tarefa de acompanhar o lado imaginativo dos textos literários ou compor as páginas com o humor das charges e caricaturas. No caso das revistas ilustradas do começo do Século XX, muitas eram as capas de revistas que continham apenas desenhos sem textos, compondo uma significação aberta. Estas capas de revista continuaram existindo durante muitos anos, mesmo após uma entrada mais efetiva da fotografia no mundo gráfico.

Desde 1837, o fundador da revista *Museo Universal*, Jules de Villeneuve já desejava que “o Brasil folheasse o mundo” através das páginas ilustradas de sua revista. “O jeito de comunicar usando a ilustração firmou-se na passagem para o século XX. Desenhos enfeitavam a capa das revistas da belle époque”. (ABRIL, 2000, p.67) Entre elas: “*A Ilustração Brasileira*” (1901), “*O Malho*” (1902), “*Kosmos*” (1904), “*Fon-Fon!*” (1907), “*Careta*” (1908), “*A Cigarra*” (1914), “*Para Todos...*” (1918), “*A Maçã*” (1922)

As revistas semanais ilustradas têm sido destacadas pelo seu grande potencial comunicativo, inspirado na visualidade. No entanto, não é apenas esse o fator que explica tal popularidade, mas também sua capacidade de entrecruzar várias modalidades de linguagens, inspiradas tanto nas culturas da oralidade como na modernidade. Folhetins, charadas, jogos de adivinhações compartilham espaços com caricaturas, fotografia e cinema. (VELLOSO, 2010, p.89)

A comunicação promovida pelo desenho pode funcionar de várias maneiras: apresentando-se subordinada a um texto, a ilustração tem o papel de complementar a informação. Em outros casos, é o texto que explica a ilustração, por meio de legenda, reduzindo o leque de significados possíveis. Num terceiro caso, a ilustração sem texto, deixa a interpretação livre para o observador, como acontecia, com frequência, nas capas das revistas dessa época.

⁶ A revista *Cinearte*, da empresa Pimenta de Mello & Cia., foi a primeira revista brasileira impressa em offset, em 1926.

As revistas tiveram, portanto, papel fundamental neste princípio de século. Possuíam a capacidade de comunicar os novos tempos, disseminar os costumes.

Das transformações advindas da crescente industrialização à urbanização da capital federal, que passa por remodelações na prefeitura de Pereira Passos -- “o caos da cidade, a iluminação elétrica, a adoção da tração elétrica nos bondes e a circulação dos primeiros automóveis nas ruas” (BARBOSA, 2007, p.22), nada escapa às ilustrações e as charges. (**Figura1**)



— Então, “coroné”, que “tá” o Rio?

— Aquilo é que é terra. Gente “à beza”! Dinheiro “p’ra burro”! Na “Venida Centrá” tem um bandão de guardas nas esquinas. Quando os guardas começam a sacudir as pernas, os braços, as mãos, os “otomove”, então, começam a trepar uns por cima dos outros.

Figura 1: Publicado em O Malho, Novembro de 1926.
Fonte: LOREDANO, Cássio. ; SIMAS, Luiz Antonio (2007)

As ilustrações tinham também a capacidade de buscar para as revistas a fidelidade de uma parcela da sociedade composta de iletrados que se interessavam por manusear as páginas, ou as liam em conjunto com aqueles que sabiam ler. Mônica Velloso (2010, p.91) observa “a inclusão do analfabeto no circuito da leitura”, mesmo considerando que esta se dê, muitas vezes de forma depreciativa:

As caricaturas, muitas delas publicadas na capa das revistas, mostram o quanto essa prática da leitura coletiva era comum entre as camadas populares urbanas. Postados em círculo, os leitores, muitos deles desdentados, debruçavam-se sobre uma figura, apontando-as, às gargalhadas. (VELLOSO, 2010, p.91) (**Figura 2**)



Figura 2: Revista O Malho de 29 /08/1903.
Fonte: VELLOSO, 2010. p.91.

Luiz Antonio Simas (2007, p.12) também comenta sobre esta visão depreciativa do popular, quando apresenta a cidade do Rio de Janeiro na década de 1920, onde “as manifestações populares são tratadas como sinônimos de atraso e barbarismo”, cabendo ao poder público, a tarefa de censurá-las. “A década de 1920 é exemplar da contradição e da interação entre a cidade que se moderniza no início do século — e se pretende europeia — e aquela que palpita na cultura peculiar de suas ruas.” (SIMAS, 2007, p.12). Estes contrastes, bem como a crítica ao autoritarismo que se impõe ao cidadão comum, podem ser vistos em várias charges. (**Figura3**)



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

Figura 3: Charge -
Fonte: “O Malho” n. 324, p.11 de 28/11/1908.

“A proposta era “instruir” e familiarizar o público leitor com as novas coordenadas espaciotemporais.” É uma temporalidade acelerada, onde a revista podia ser lida em trânsito, nas brechas de tempo durante uma viagem de bonde, por exemplo. O livro não era uma coisa prática, já a revista, “tinha assuntos para todos os gostos e artigos de todos os tamanhos”. Trazia a informação em menos tempo, conectando o cidadão apressado ao espaço que lhe interessava diretamente. Não era necessário ler a revista inteira, se o seu gosto fosse apenas informar-se sobre cinema. Não tinha que ler um texto por completo, se um desenho e sua legenda já lhe eram suficiente. “Não se lia só com os olhos, mas com a ajuda viva dos sentidos”. (VELLOSO, 2010, p.101) O leitor podia fazer escolhas: bastava um fragmento no caleidoscópio da vida moderna para experimentar sua imagem sempre em mutação.

Foi desta percepção apurada da dinâmica apressada das ruas, da ebulição da cidade moderna, de seus contrastes e hipocrisias, de suas belezas e poesias que J.Carlos, tirou inspiração para seus desenhos, montando seu próprio mosaico de formas, cores, tipos e personagens. Entre os artistas gráficos⁷ de sua época, destacou-se pela diversidade e extensão de sua obra. Com seu talento, produziu em torno de 50.000

⁷ Utilizar-se-á a denominação artista gráfico para denominar os artistas que produziam artes para a reprodução impressa graficamente em revistas, jornais, capas de livros, etc., diferenciando-se dos artistas plásticos que criam, em geral, obras únicas, ou que são reproduzidas artesanalmente em poucas cópias.

desenhos para finalidades variadas, abrangendo desde a caricatura, a charge e o cartum⁸, nas revistas “*Careta*”, “*A Maçã*” e “*O Malho*”, entre outras, até o desenho para o público infantil em “*O Tico-tico*”. Porém, foi na revista “*Para Todos...*” que seu traço imaginativo pôde exprimir-se de maneira mais completa. Para esta revista, de publicação semanal, o artista desenhou ininterruptamente, mais de 200 capas, nas quais toda a comunicação era devida a sua ilustração, uma vez que não continham nenhum texto além do título. Além do desenho das capas, J.Carlos também foi responsável pela diagramação, desenho de vinhetas, logotipos de seções e desenhos de humor.

Estas revistas e, especialmente suas capas, funcionaram como ferramenta de mediação social, gerando novos comportamentos ou reinterpretando os existentes. Assim, percebe-se a relevância de uma pesquisa imagética dessas publicações verificando-se que sua comunicação processava-se através de sua composição definida apenas com desenhos, sem textos verbais.

Nas revistas atuais as mensagens são transmitidas pelos textos de chamadas às seções, que trabalham em conjunto com as imagens, geralmente fotográficas. Nas capas da maioria das revistas brasileiras do início do Século XX, não existia nenhum texto além do nome da revista. Eram compostas somente com desenhos, sem compromisso com a representação da realidade. Algumas, de cunho político, como “*O Malho*”, traziam charges com os diálogos das personagens, mas no caso das revistas mundanas, que contavam com seções diversificadas, de literatura, moda, cinema e colunas sociais, as capas contavam apenas com a criatividade ilimitada dos ilustradores.

Assim, observando-se as capas destas revistas investigam-se as possibilidades comunicativas do desenho e sua importância desde as primeiras produções gráficas até o momento presente, quando ainda hoje as charges, histórias em quadrinhos, infográficos e outros tipos de ilustrações desenhadas mantêm localização privilegiada nas publicações.

⁸ De acordo com Cassio Loredano, “Nada é muito preciso, mas nas redações brasileiras, quando se diz charge, em geral se está pensando na sátira gráfica a uma situação política, cultural, etc. extremamente atual; caricatura é geralmente sinônimo de portrait-charge; e cartum vale para o comentário satírico de uma situação independente de atualidade”. LAGO (2001); Embora outros artistas, como por exemplo, Chico Caruso, tenham definições diferentes para estes termos, optamos por adotar a definição dada por Loredano.

J.Carlos nas capas de “*Para Todos...*”

Nas capas da revista “*Para Todos...*”, J.Carlos deu destaque à figura feminina. (Figura 4) Soube apresentá-la como protagonista “soberana e absoluta”, nas palavras de Julieta Sobral (2007):

“Nelas, mulheres esguias, sensuais e provocantes contracenam com pequenos seres fantásticos como faunos, pierrots, págens negrinhos, ou mesmo personagens do cenário político, reduzidos à escala de gnomos. Reverentes e alegres, eles estão ali para servi-la.” (SOBRAL, 2007, p.54).



Figura 4: Revista Para Todos nº425 de 05/02/1927

Fonte: www.jotacarlos.org acesso em 11/08/2012.

A composição plástica das capas de “*Para Todos...*” tem, quase sempre, muitos elementos visuais criando, às vezes, uma complexidade que, conforme Dondis (1997, p.144), “constituindo-se de inúmeras unidades e forças elementares, poderiam resultar num difícil processo de organização do significado” (Figuras 5 e 6).



Figura 5: Capa da revista Para Todos nº 452 de 13/08/1927 Fonte: www.jotacarlos.org, acesso em 11/08/2012.



Figura 6: Capa da revista Para Todos nº460 de 08/10/1927 Fonte: www.jotacarlos.org, acesso em 11/08/2012.

No entanto, é justamente esta característica de profusão de elementos, que proporcionam o ritmo acelerado que era preciso comunicar. Por outro lado, se era necessário deslumbrar-se com a vida moderna e com as novas sensações que ela propiciava, lá estavam o cenário exuberante de J.Carlos e sua protagonista, cintilando junto com as festas e as luzes da cidade. (**Figura 7**)



Figura 7: Revista Para Todos, nº 548 de 15/06/1929. Fonte: www.jotacarlos.org acesso em 11/08/2012.

Esta sintonia entre o cenário e personagem, (na figura 6, representada pelas estrelas do vestido e dos fogos) é frequente nos desenhos destas capas. A figura feminina mescla-se ao fundo, transformando-se em fogo, em borboleta, em árvores. O cenário a envolve, assim como a efervescência da cidade moderna. (Figuras 8 e 9)

A repetição de desenhos do fundo nas figuras e vice-versa também é uma estratégia visual utilizada por J.Carlos, capaz de produzir a unidade da composição. É como uma fusão que transforma a capa toda num convite. O observador passeia pelo desenho sem poder fixar a vista em um ponto único. Tenta, talvez, decifrá-la ou simplesmente a sente. As capas “pactam com o lúdico, dando asas à imaginação. Leves, glamourosas, invadem todos os sentidos do espectador. Tem cheiro, som e, quem sabe, gosto!” (SOBRAL, 2007, p.144)



Figura 8: Revista Para Todos de nº 391 de 20/06/1926
Fonte: www.jotacarlos.org, acesso em 11/08/2012.



Figura 9: Revista Para Todos nº 434 de 09/04/1927
Fonte: www.jotacarlos.org, acesso em 12/08/2012.

Considerações Finais

Observar como a linguagem de J.Carlos se configurou nas diversas capas da revista "*Para Todos...*", analisando seu trabalho também nas outras revistas onde trabalhou como ilustrador, pode revelar o potencial comunicativo de seu desenho.

Compreender as revistas em seu contexto desloca o olhar do que é meramente gráfico-visual, para entender as mensagens inscritas nas figuras.

Quando em “*O Malho*”, a figura feminina torna-se a representação de algo abstrato, como a Liberdade, a Justiça, a Constituição, personificadas diante da situação política, a forma de representa-las de acordo com os (pré) conceitos do feio e do bonito podem explicar, como se instituem e se revelam esses parâmetros. (**Figura 10**)



Figura 10: Personificação da Política
Revista O Malho nº 1034, de 08 /07/ 1922.

No entanto, mesmo em “*Para Todos...*” onde a figura feminina está quase sempre em destaque, a simples redução da escala de personagens masculinos ou o jeito bobo com que se apresentam diante da musa (**Figura 8**), pode dizer mais sobre os costumes daquela época do que muitas das notícias de jornal. Será que J.Carlos compactuava com as conquistas femininas e pensava o homem como um bobo diante das novas circunstâncias? Ou eram as mulheres, que diante de suas conquistas, tornavam-se dignas apenas de homens menores?

Se as charges de “*O Malho*” nos trazem explícitas em suas legendas as reclamações dos cidadãos, as questões políticas, as mudanças na cidade, as novidades dos costumes, nas capas “mudas” de “*Para Todos...*” essas mensagens podem ser pressentidas.

Em 1928, com a fundação da revista *O Cruzeiro* inaugura-se o uso da fotografia de uma nova maneira, bem além da mera ilustração, consagrando definitivamente a fotorreportagem em nosso país. A partir de então, a ilustração desenhada vai progressivamente tomando novas posições e cedendo espaço à fotografia, embora se mantenha até os dias de hoje nos jornais e revistas, principalmente sobre a forma de caricaturas, charges e tiras cômicas.



Figura 11: Caricaturas de Fraga
Fonte: Topo do Jornal Zero Hora, Porto Alegre, 6 de Abril de 2003.

Em “*O Globo*”, assim como em outros jornais, têm-se diariamente uma charge em destaque, quase sempre na capa. Na **figura 11** vêm-se duas caricaturas em grande destaque no topo da primeira página do jornal “*Zero Hora*”, funcionando como chamadas para os cadernos especiais de cultura.

Verifica-se por fim a importância do desenho como ferramenta de comunicação também em outras mídias além dos impressos, podendo encontrá-las na Internet, em sites específicos de charges e na televisão em chamadas de programas, vinhetas e animações especiais.



Referências

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

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

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

BRAGA, José Luiz. **Constituição do Campo da Comunicação**. Verso e Reverso, XXV (58): 62-77, Unisinos: São Leopoldo, RS: janeiro-abril 2011.

DENIS, Rafael Cardoso. (org.) **O Impresso no Brasil, 1808 a 1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional**. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

DONDIS, A. Dondis. **Sintaxe da linguagem visual**. S. Paulo: Martins Fontes, 2003.

FRANÇA, Vera. **Paradigmas da Comunicação: conhecer o quê?** In: MOTTA, Luiz Gonzaga [et.al.].—Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002

JOTA CARLOS EM REVISTA. Digitalizações das **Revistas Para Todos e o Malho**. Disponível em <http://www.jcarlos.org.br>. Acesso em Julho/Agosto de 2012.

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

LOREDANO, Cássio (Org.). **O vidente míope: J.Carlos no Malho**. Rio de Janeiro: Folhas Secas, 2007.

SIMAS, Luiz Antonio. **O Rio de J.Carlos** in: LOREDANO, Cássio (Org.). Texto de Zuenir Ventura. Rio de Janeiro: Lacerda Editores, 1998.

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

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