

## **ENTRE A ARTE E O DESIGN: A ASSINATURA ESTILÍSTICA DE ELISEU VISCONTI**

**KAUÊ DE CARVALHO XAVIER<sup>1</sup>; LÚCIA BERGAMASCHI COSTA WEYMAR<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas –kauecarvalhoxavier@gmail.com

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – luciaweymar@gmail.com

### **1. INTRODUÇÃO**

Existem estudos que promovem discussões sobre a participação e a autoria do designer em seus trabalhos, propondo, de certa forma, um afastamento do foco da prestação de serviços e uma afirmação maior da expressividade do designer como “autor”, aproximando-se de uma postura mais poética e artística. Estas questões compreendem o campo do design autoral, ou da autoria em design, inaugurado na década de 1990, nos Estados Unidos, tema a ser aprofundado e discutido pelo grupo de pesquisa “(Des)autoria, design e arte”, vinculado ao Centro de Artes da Ufpel e no qual, apoiados pela bolsa de pesquisa PBIP-AF/CNPq, nos inserimos.

A partir do conceito de que tudo o que já foi criado, inventado, proposto, estudado ou idealizado um dia vigorou ou já foi elevado a título de “novo”, “inovador” ou “moderno” em relação ao seu contexto e época, propomos um novo olhar sobre a produção de Eliseu Visconti (1866-1944), a qual apresenta aspectos autorais notáveis pela busca de uma nova expressão e renovação constante.

Apesar de ser considerado um nome associado à estética relacionada ao Art Nouveau e anteceder décadas do início da discussão sobre design autoral, nota-se a presença de evidências que podem servir de fontes de pesquisa relevantes ao estudo do tema em questão. Logo, assim como houve designers que faziam – e pensavam – design sem ao menos nomearem-se enquanto tal, existiram também “autores” (ou ao menos indícios autorais) que antecederam tal discussão.

A partir da temática dos estudos do grupo de pesquisa citado, o presente texto busca abordar os aspectos autorais dos trabalhos de Visconti.

### **2. METODOLOGIA**

Realizamos uma pesquisa bibliográfica com base em anotações, resumos e obras que discutem teorias do design e suas origens para buscar referências, nomes de artistas e seus legados. Foi realizada, também, uma visita à Pinacoteca do Estado de São Paulo, em fevereiro de 2015, com a pretensão de presenciar as obras do artista, e ao mesmo tempo prestigiar o evento realizado em homenagem aos 450 anos da cidade do Rio de Janeiro.

### **3. RESULTADOS E DISCUSSÃO**

O motivo pela escolha do nome de Visconti deve-se a sua relação com as duas áreas – primeiramente, com a arte e, posteriormente, com o design – e por ser considerado um importante precursor para o design brasileiro, no momento em que destaca a sua participação na produção de objetos utilitários e peças gráficas no Brasil, num período de transição entre os séculos XIX e XX.

Uma palavra que pode expressar tanto a vida quanto a obra de Visconti é “transição”, pelo fato do artista assistir a muitas transformações e movimentos sociais ao fim do século XIX, saudando o início do século XX.

Apesar de aparentar algo “moderno”, “atual” ou “sofisticado” – numa interpretação rasa – o design é, sobretudo, um “objeto cultural de alto impacto na sociedade” (FRASCARA, 2006). Num contexto em que os ideais do Arts and Crafts e do Art Nouveau abrem portas para novas formas de fazer e pensar design, Visconti forma seu próprio entendimento do papel do artista no mundo moderno. Quanto ao seu *estilo* Visconti afirmou-se como “presentista”, admitindo uma visão crítica sobre a sujeição da modernização à transitoriedade das coisas em voga, uma visão que preconiza o propósito artístico de tomar parte na vida do homem comum.

À medida que o tempo passa, o “agora” vai mudando, e o que era atual ontem ou anteontem tende a parecer velho amanhã e depois de amanhã. Durante o período que entendemos como *modernismo*, muitos artistas apostaram em fórmulas estéticas novas, as quais eles tinham como expressão de princípios perenes e universais e que valeriam, portanto, igualmente para o futuro. (CARDOSO, 2012)

Sempre com um espírito aberto às inovações, o artista busca livrar-se dos estereótipos e da responsabilidade de ser adepto a algum modelo estético consagrado ou a um movimento reacionário, o que permite que suas obras sejam produtos de um processo metódico de estudo e de absorção de vários estilos. E isto não lhe impede de trabalhar de forma espontânea e livre que pode ser interpretada pelo sucesso da obtenção do seu traço gestual, elegante e delicado, pelo qual lhe é atribuído um *estilo individual* exclusivo (CARDOSO, 2012).

Enquanto a crescente modernização no final do século XIX visa maior consumo, os artistas gráficos são contratados para atender tal exigência por meio da propaganda publicitária. No Brasil, isto se dá durante o auge da *belle époque* carioca, e da modernidade alavancada pelas reformas urbanas do Rio de Janeiro. Com isso, a indústria percebe a necessidade de se consolidar e investir numa identidade visual própria. Esta preocupação estética está presente na criação de brasões, monogramas, selos, ex-líbris, embalagens e outros produtos gráficos que buscavam associar atributos de qualidade e procedência pelo registro visual.

O século XIX havia acumulado um conjunto variado de sinais de identificação, começando pelos brasões filiados à tradição heráldica, passando pelas embalagens de produtos e chegando aos logotipos de empresas. Ao longo do século XX, esse território iria aos poucos ganhando corpo e importância. (MELO, 2011)

Visconti antecipa ideais que seriam aclamados e defendidos ferrenhamente pelos modernistas quase uma década depois, pois pretendia explorar o potencial das artes decorativas no Brasil e aproveitar o seu caráter simbólico no uso de figuras icônicas (autoridades políticas, Fig. 1) e elementos ornamentais (palmeiras, coroa de louros e motivos florais), uma vez que temos como herança do século XIX o brasão de armas e a bandeira da República como um dos maiores signos da identidade visual do país (MELO, 2011).



**Figura 1.** À esquerda (1), *Selo Comemorativo do 1º Centenário da Independência* (150 réis); à direita (2), *Selo Comemorativo do 1º Centenário da Independência* (200 réis), Eliseu Visconti. 1922.  
Fonte: [www.eliseuvisconti.com.br](http://www.eliseuvisconti.com.br)

Visconti transparece um espírito aberto a novas tendências e, como num encontro de suas experiências estéticas e repertório visual (desde a pintura pré-rafaelista, passando pela eclosão do Art Nouveau e, por fim, traços ainda tímidos dos movimentos emergentes que culminariam na sucessão de vanguardas nas primeiras décadas do século XX) apresenta uma sensibilidade requintada ao absorvê-los e reuni-los em seus trabalhos gráficos. Para exemplificar, propomos, a seguir, uma leitura evolucionista de três cartazes de Visconti elaborados em diferentes momentos (Fig. 2).



**Figura 2.** À esquerda (1), *O Beijo da Glória a Santos Dumont*, 1901. Ao centro (2), *Cartaz da Companhia Antarctica*, c. 1920. À direita (3), *Cartaz da Companhia Antarctica* (projeto para pano de boca do Cassino Antarctica), Eliseu Visconti, c. 1920.  
Fonte: [www.eliseuvisconti.com.br](http://www.eliseuvisconti.com.br)

O primeiro cartaz, *O Beijo da Glória a Santos Dumont* (Figura 2.1), se enquadra num estágio primário, que apresenta uma fase ainda muito latente das influências primordiais dos cânones da Academia. No entanto, mesmo ao apresentar a precisão de uma estética mais realista na exploração dos volumes, do estudo da tangência da luz no objeto e evidenciar uma referência renascentista (como se pode notar o uso da técnica de *sfumato*) Visconti começa a ousar na composição por meio de elementos que abandonam a sua principal função decorativa e passam a instigar o olhar, como o cordão que laça o texto superior e o ramo de flores nas mãos da Glória, os quais aparentam “desobedecer” a rigidez da margem numa provável primeira tentativa “libertária”, mais flexível.

Já o segundo, *Cartaz da Companhia Antarctica* (Figura 2.2), apresenta uma postura mais íntima, a tomada de uma postura mais liberta de ortodoxias. Nota-se a



economia cromática, ao utilizar uma quantidade reduzida de cores mais “puras”, complementares (contraste entre figura-fundo) e análogas (azul violetado e verde ao fundo). A relação imagem e texto ainda é, evidentemente, moderna, assim como a tipografia enxuta e verticalizada que prioriza a leitura do texto. Destaques para a assimetria no enquadramento da figura, assim como pretendia o olhar instantâneo e “fotográfico” dos impressionistas e, também, para a irregularidade na espessura da linha que a contorna, oferecendo-lhe um aspecto recortado à *Lautrec* da silhueta. Os motivos florais e demais elementos ornamentais ao topo somados à narrativa subjetiva e romântica que atribui a uma peça publicitária o aproxima de *Mucha*, consagrando ou mitificando a figura feminina.

Por último, o terceiro cartaz (Figura 2.3) parece manter as características e os ideais que levaram à criação do segundo, porém, elevado a uma intensidade que o distancia dos dois anteriores pela expressividade presente no uso simbólico das cores, pela redução de ornamentos e pela valorização da tipografia como elemento tão expressivo quanto o desenho, evidente no arranjo e na disposição dos tipos, e nas proporções de tamanho e espessura na estrutura dos caracteres.

#### 4. CONCLUSÕES

Retomar algumas décadas da discussão sobre autoria em design e, sobretudo, estudá-la num contexto em que o estilo de época está intrincado nos trabalhos dos artistas, desde os primórdios da história do design gráfico, foi um grande desafio. Em contrapartida, nota-se nos trabalhos de Visconti uma assinatura estilística que evidencia não só a presença de um artista ou designer, mas também o despontar de um *autor* que, ao assinar as suas obras, não deixa apenas o registro de um nome, mas de um estilo próprio, o que nos dá outra dimensão sobre o tema: como obter uma identidade própria que se diferencie das demais. De acordo com um dos registros do próprio artista “sem pesquisa, sem procura, não pode existir nenhuma criação nova”. Devido à própria precisão e rigidez das formas modernas, ele precisou buscar recursos e ferramentas para subvertê-las e, de certa forma, registrar o seu estilo pessoal – a sua marca, que faz o espectador perguntar a si mesmo (e ansiar por descobrir) quem está por trás da composição.

Portanto, a busca pela construção de um olhar sensível e independente (uma postura autoral) que visa coesão e harmonia entre seu trabalho e suas referências, indica a propriedade com a qual o autor, sem saber, estabelece as raízes do design brasileiro.

#### 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CARDOSO, Rafael. **Eliseu Visconti, a Modernidade Antecipada**. Rio de Janeiro: Hólos Consultores e Associados, 2012.

MELO, C. H. e RAMOS, Elaine. **Linha do Tempo do Design Gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

FRASCARA, Jorge. **El diseño de comunicación**. Buenos Aires: Infinito, 2006.

Projeto Eliseu Visconti. **A Arte Aplicada de Visconti**. Acessado em 28 mai. 2015. Online. Disponível em: [http://www.eliseuvisconti.com.br/designer\\_arte\\_aplicada.htm](http://www.eliseuvisconti.com.br/designer_arte_aplicada.htm)