

ASPECTOS DA MODERNIDADE: A PRODUÇÃO GRÁFICA DE TOULOUSE-LAUTREC, MUCHA E VISCONTI

KAUÊ DE CARVALHO XAVIER¹; CARLOS ALBERTO ÁVILA DOS SANTOS²

¹Universidade Federal de Pelotas –kauecarvalhoxavier@gmail.com

²Universidade Federal de Pelotas – betosant@terra.com.br

1. INTRODUÇÃO

O grupo de pesquisa Aspectos da Modernidade se propõe a estudar os contextos histórico, social, ideológico, artístico, dentre outros que compreendem o intervalo de 1850 a 1950, que compreende um período no qual grandes mudanças marcaram a transição de dois séculos: XIX e XX. A partir da proposta do estudo e da compreensão de Modernização, Modernismo e Modernidade, o grupo dedica-se, desde o primeiro semestre de 2014, ao estudo destes temas e tem explorado alguns tópicos específicos, como a arquitetura e o urbanismo, os estabelecimentos comerciais (bares, cafés e restaurantes), a indústria do entretenimento (teatros), o paisagismo (jardins urbanos), as Exposições Universais e, por fim, a publicidade, tema a ser tratado a seguir.

2. METODOLOGIA

Foi realizada uma pesquisa bibliográfica a partir de leituras, anotações, discussão e produção textual. Também foi realizada uma visitação à Pinacoteca do Estado de São Paulo, em fevereiro de 2015, com objetivo de presenciar as obras datadas desta época e ao mesmo tempo prestigiar o evento realizado em homenagem aos 450 anos da cidade do Rio de Janeiro.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Na segunda metade do século XIX, as artes gráficas passaram por grandes mudanças que responderam aos propósitos da Modernização, tanto nas técnicas e nos modos de produção como em termos estéticos e ideológicos. Além disso, o despertar dos ideais capitalistas e o consumismo apresentavam necessidade de conquistar um público consumidor por meio da propaganda. Coube, então, aos artistas a função de atender a tais objetivos, moldando-se as estas transformações. Isto implica não somente em uma mudança estética, mas também no processo criativo, na intenção, nos motivos e no ideal artístico, além de atribuir funcionalidade a uma obra (HOLLIS, 2001). Neste contexto, enquanto os artistas Toulouse-Lautrec e Alphonse Mucha se destacam no contexto da produção gráfica em Paris, temos no cenário nacional Eliseu Visconti, destacando-se como um dos grandes nomes do *Art Nouveau* no Brasil. Estes nomes estão entre os principais precursores do design contemporâneo devido as suas contribuições para a criação e propagação de produtos e peças gráficas, como o cartaz publicitário.

Discorremos a seguir sobre os principais elementos visuais explorados nos projetos publicitários de Toulouse-Lautrec e Alphonse Mucha, em Paris, e por fim, Eliseu Visconti, no Rio de Janeiro.

Toulouse Lautrec

Nascido em 1864, em Albi, no sul da França, Henri de Toulouse-Lautrec desde pequeno, apresentou uma debilidade óssea, que comprometeu o seu crescimento e concorreu para duas quedas durante a adolescência (MEGGS, 2013).

Apesar de sua origem aristocrática, Lautrec evadiu-se para vida sórdida dos bordéis parisienses e viveu mergulhado numa multidão estridente e vulgar. Seu senso de humor o levou às caricaturas. As cores chapadas e contrastantes, que garantem o impacto das imagens, com perspicácia – muitas vezes cruel –, definem com poucos elementos as vestimentas e os acessórios das figuras retratadas. Lançou mão da economia cromática reduzindo a paleta a três ou quatro cores para atender às restrições da reprodução em série. Buscava registrar a instantaneidade do movimento, expresso pelas linhas ou diagonais sugeridas pela assimetria sutil recorrente no art nouveau. Estes elementos são notáveis nas obras *La Goulue* e *Grupo da Senhorita Églantine* (Figura 1).

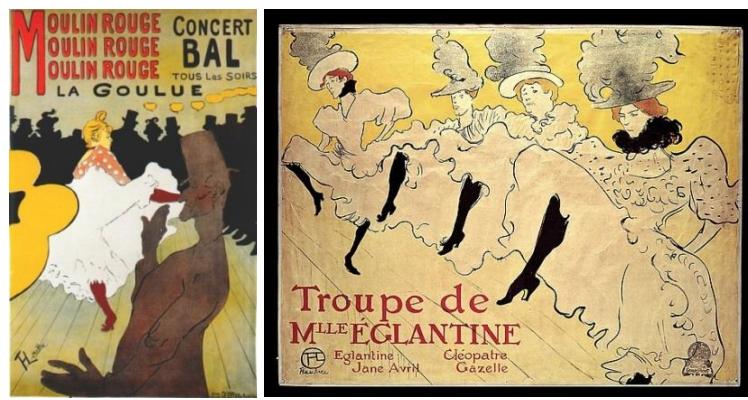


Figura 1. À esquerda (1), *La Goulue*, Toulouse-Lautrec, 1891 ; à direita, (2): *Grupo da Senhorita Églantine*, Toulouse-Lautrec, 1896.

Fontes: www.wga.hu; www.metmuseum.org

Alphonse Mucha

Nascido em 1860, na Morávia, localidade da atual República Tcheca, foi um pintor e artista gráfico. Mudou-se para Paris em 1887, onde realizou trabalhos como ilustrador. Mais tarde, tornou-se muito influente e reconhecido no mundo artístico, graças aos cartazes que realizou para a divulgação das peças de Sarah Bernhardt. Alphonse Mucha desenvolveu uma maneira ímpar de produção gráfica. Suas obras apresentam um estilo tão próprio, que ficou conhecido como *Style Mucha*. Ele optou por uma paleta maior de cores, bastante harmônicas. Como se pode notar no cartaz *Gismonda* (Figura 2), cuja verticalidade é exagerada pela altura da composição, inédita nas publicidades do período. A figura central é retratada em seus trabalhos como longilínea e elegante, portando vestidos e panejamentos sinuosos de tecidos nobres e leves, esvoaçantes. (MEGGS, 2013).



Figura 2. À esquerda (1), *Gismonda*, Alphonse Mucha, 1892; à direita (2), Detalhes do cartaz.

Fonte: wikiart.org

Eliseu Visconti

O pintor, desenhista e designer ítalo-brasileiro foi recebido ainda criança juntamente com sua família no Brasil, em 1873. Com formação dividida entre Rio de Janeiro, no Liceu de Artes e Ofícios (1883) e Escola Nacional de Belas Artes (1892), e Paris, na École Nationale et Spéciale des Beaux-Arts (1893), Visconti recebeu influências do Impressionismo e do Art Nouveau, envolvendo-se com a pintura e posteriormente com o design. No tocante ao design, suas produções de objetos utilitários e peças gráficas variam de cartazes e selos a cerâmicas e luminárias, e estão imbuídos de seus ideais e esforços de estilização da arte decorativa. Embora pretendesse produzir a partir de um estilo próprio, Visconti é considerado um importante anunciador da chegada do art nouveau ao Brasil, no contexto do auge da *belle époque carioca* (MELO, 2011).

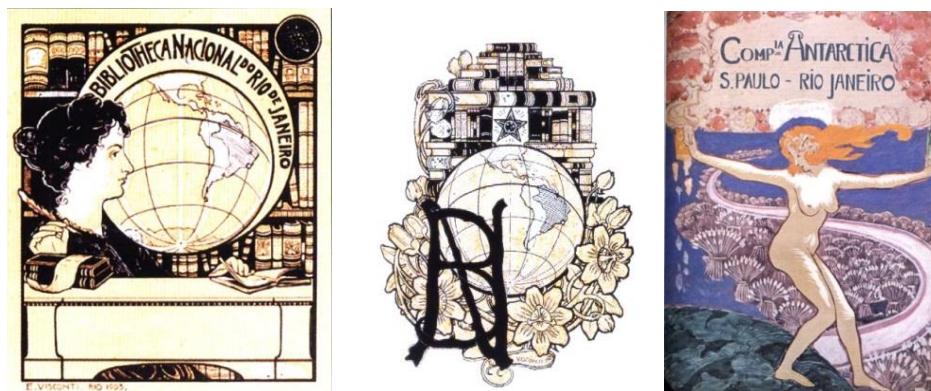


Figura 3. À esquerda (1), *Ex-líbris da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro*, 1903; ao centro (2), *Emblema da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro*, 1903. à direita (3), *Cartaz da Companhia Antarctica*, c. 1920. Eliseu Visconti.

Fonte: www.eliseuvisconti.com.br

O uso recorrente de seu traço elegante, a distribuição equilibrada das figuras sobrepostas, alinhadas e bem resolvidas com relação às tipografias eficientes à leitura, visando à clareza gráfica numa grid de forma geralmente rígida evidencia um processo metódico e cuidadoso para se alcançar a harmonia na composição. Assim como os artistas anteriores, Visconti apresenta a figura feminina como tema inspirador das formas ornamentais rebuscadas em seus trabalhos (Fig. 3).

4. CONCLUSÕES

As peças publicitárias de Toulouse-Lautrec, Mucha e Visconti registram processos distintos na elaboração dos projetos, cujas composições identificam visualmente seus criadores – nos aspectos formais, no colorido e na maneira de captar a realidade da época – como marcas, siglas ou símbolos patenteados.

Ambos exploram, exaustivamente, a figura da mulher. Porém, as concepções de Lautrec são mais críticas e cruas. Suas caricaturas conservam os traços originais das vedetes retratadas, explorados de maneira irônica e satírica. As figuras femininas de Mucha são idealizadas, etereias, arranjadas minuciosamente em composições ricamente ornamentadas.

Enquanto Lautrec divulga os eventos sociais e mundanos da noite de Paris, Visconti assemelha-se mais à postura idealizada de Mucha, por priorizar numa peça, primeiramente, sua qualidade estética à representação crítica, ao mesmo tempo em que se opõe a ele, ao sintetizar a aplicação de cores na composição, assim como Lautrec. Em seus trabalhos de criação de identidade visual, Visconti antecipa traços e ideais defendidos anos depois pela estética modernista no Brasil.

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.

CARDOSO, Rafael. **Impresso no Brasil**. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

HOLLIS, Richard. **Design Gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

MEGGS, Philip. **História do Design Gráfico**. São Paulo. Cosac Naify, 2013.

Projeto Eliseu Visconti. **Entre a França e o Brasil**. Acessado em 8 mai. 2015. Online. Disponível em: http://www.eliseuvisconti.com.br/bio_franca_brasil.htm

Projeto Eliseu Visconti. **Visconti e o Art Nouveau**. Acessado em 28 mai. 2015. Online. Disponível em: http://www.eliseuvisconti.com.br/designer_nouveau.htm

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