



Art Nouveau Boêmia: a influência de Alphonse Mucha nas ilustrações de Calixto Cordeiro

Bohemian Art Nouveau: the influence of Alphonse Mucha in illustrations by Calixto Cordeiro

Deisson Xenofonte, Mariana Hennes

Alphonse Mucha, Calixto Cordeiro, O Malho

As revistas ilustradas que circularam no Rio de Janeiro, no início do século XX, compõem um vasto e rico repertório gráfico, onde é possível identificar diversas influências estéticas importadas da Europa. Um bom exemplo disso é a revista carioca "O Malho" (1902), que apresentou casos interessantes de apropriação do estilo *Art Nouveau* pelo ilustrador Calixto Cordeiro. Apesar da clara relação estética de K. Lixto – como costumava assinar –, com o trabalho de Alphonse Mucha, o ilustrador brasileiro desenvolveu um estilo mais livre e despretenso, coerente com o teor humorístico do semanário. Assim, esse artigo pretende comparar algumas ilustrações selecionadas de ambos autores e a partir daí identificar como o estilo *Art Nouveau* influenciou o traço de Calixto e o fez desenvolver uma linguagem artística própria.

Alphonse Mucha, Calixto Cordeiro, O Malho

The illustrated magazines that circulated in Rio de Janeiro, in the early twentieth century, compound a vast and rich graphic repertoire, where it is possible to identify various aesthetic influences imported from Europe. A good example of this fact is the Rio de Janeiro's magazine "O Malho" (1902), which presented interesting cases of appropriation of Art Nouveau style by the illustrator Calixto Cordeiro. Despite the evident aesthetic relationship of K. Lixto – as he used to sign – with the work of Alphonse Mucha, the Brazilian illustrator developed a freer and unassuming style, according with magazine's humorous content. Thus, this article aims to compare some illustrations selected from both authors and from there identify how the Art Nouveau style influenced Calixto's dash and made him develop its own artistic language.

1 Introdução

O início do século XX foi um período significativo para a história do design gráfico ocidental, sobretudo no que diz respeito às impressões de jornais e revistas. A segunda revolução industrial havia apresentado a sociedade moderna com avanços tecnológicos e inovações nos maquinários do setor gráfico, que cada vez chegavam mais próximos do objetivo comum à época: reproduzir fotografias e ilustrações com maior qualidade e menor preço. Conforme elucida Denis (2000),

Pela primeira vez na história, tornava-se possível imprimir imagens em larga escala e baixíssimo custo, e a difusão de gravuras e outros impressos ilustrados a preços populares foi considerado, por alguns contemporâneos, pelo menos tão revolucionária no seu impacto social, senão mais, do que a própria invenção da imprensa (Denis, 2000: 44).

Somado ao fator da evolução tecnológica, havia ainda o crescimento latente das elites urbanas que formavam um público consumidor ávido de impressos de diversos tipos, em

especial de revistas ilustradas, as quais aumentaram a produção em 17 vezes entre os anos de 1830 e 1880 na França (Denis, 2000).

No Brasil, essas transformações também refletiram no mercado editorial local, pois ao contrário de diversas outras tecnologias, a litografia chegou apenas com alguns anos de defasagem em relação a alguns países da Europa, contribuindo para o surgimento de uma tradição de periódicos ilustrados no país. Dentre as principais publicações de que se tem registro, o mercado brasileiro iniciou sua trajetória com *A Lanterna Mágica* em 1844, foi evoluindo com *A Revista Ilustrada* de Ângelo Agostini, lançada em 1876, e assim prosperando vertiginosamente durante o século XX com diversos outros periódicos.

Esse momento de redimensionamento do mercado editorial brasileiro coincidiu com a ascensão de um estilo gráfico, que teve seu marco no ano de 1900 em Paris, e proliferou rapidamente em níveis internacionais como símbolo da modernidade almejada pelas sociedades urbanas. Segundo Denis (2000), o *Art Nouveau* chegou ao país inicialmente com certa defasagem de significado, e a utilização de elementos ornamentais característicos deste movimento pela indústria gráfica só foi intensificada nas décadas de 10 e 20.

No entanto, acelerando essa tendência, a revista ilustrada *O Malho*, criada em 1902 no Rio de Janeiro, já apresentou, em suas primeiras edições, algumas ilustrações e outras composições gráficas do artista boêmio carioca Calixto Cordeiro, com fortes influências do estilo *Art Nouveau*. Apesar das referências a este estilo, seu trabalho possui uma linguagem própria, diferente das composições presentes nos outros periódicos da época, onde também se utilizou dessa estética.

2 Art Nouveau e Mucha

O *Art Nouveau* teve início na Europa durante o período de transição entre o século XIX e o século XX. Segundo Denis (2000), este movimento foi o resultado de uma busca incessante de artistas, arquitetos, críticos e pesquisadores em sintetizar um estilo que traduzisse os anseios da era moderna.

Para Meggs&Purvis (2009), além das influências das artes asiáticas, que incentivaram os artistas ocidentais a experimentar novas formas de expressão gráfica, as principais características estéticas do estilo *Art Nouveau* eram a inspiração nas formas humanas femininas e graciosas, e a preferência pelas linhas orgânicas, similares às feições das plantas. Assim, livres das raízes realistas e do conceito da gravidade, os traços ganhavam vida própria, e frequentemente contorciam-se energicamente, emoldurando e decorando os espaços. Essa particularidade se deu motivada pelos descobrimentos advindos das ciências naturais, especialmente nos campos da biologia, botânica e fisiologia.

Hurlburt (1986) considera que este movimento foi o primeiro orientado para o Design, já que os pintores renomados deste período são mais comumente reconhecidos pelos pôsteres, campanhas publicitárias ou objetos de decoração por eles desenvolvidos, do que pelas obras de caráter essencialmente artístico. Sobre esse aspecto, o autor (Hurlburt, 1986) enuncia que ‘O *Art Nouveau* é importante para o artista gráfico por causa do estilo que fixa para a página impressa; por sua influência na criação de formatos de letras e de marcas comerciais; por sua criação e primeiro desenvolvimento dos modernos pôsters’ (Hurlburt, 1986: 16).

Portanto, foi justamente o repertório e estilo gráfico próprio, desenvolvido e aplicado nos mais variados campos da arte e da comunicação – como arquitetura, pintura, arte comercial, cerâmica, mobiliário, ornamentação, moda e design de impressos –, que contribuiu para que o *Art Nouveau* se tornasse um estilo reconhecido, adotado e estudado internacionalmente. Segundo Meggs&Purvis (2009), o *Art Nouveau* vai muito além de um estilo decorativo e essa visão superficial, muitas vezes atribuída ao movimento, menospreza seu papel fundamental na evolução de todos os campos do design, com destaque para o design gráfico, campo que evoluiu concomitantemente aos setores da tecnologia da comunicação, produção gráfica e transportes.

Em diversos países o estilo se popularizou com denominações diferentes, como *Style Nouille* (estilo macarrônico) na França, *Style Coup de Fouet* (estilo golpe de chicote) na

Bélgica, *Modern Style* (estilo moderno) na Inglaterra e *Jugendstil* (estilo de juventude) na Alemanha, derivado do nome da revista *Jugend* (Cantarelli, 2006).

2.1 Alphonse Mucha

Um dos maiores expoentes do estilo *Art Nouveau* nas artes gráficas, Alphonse Marie Mucha nasceu no ano de 1860 em Moravia, província da Tchecoslováquia, e segundo Bridges (1980), desde cedo mostrou talento para o desenho. Em 1887, aportou em Paris para dar continuidade a seus estudos de arte (que havia iniciado dois anos antes na Alemanha), e na França frequentou a *Academie Julian* e a *Academie Colarossi*, onde teve os primeiros contatos com as teorias e movimentos artísticos que fizeram parte da sua formação.

Em 1899 iniciou a carreira de ilustrador independente, desenvolvendo trabalhos gráficos para jornais como *Le Petit Illustré*, e livros importantes como *Les Contes Des Grand-Mères* e *Scenes Et Episodes de L'histoire D'Allemagne*. O consagrado “Estilo Mucha”, no entanto, só ficou evidente no calendário que produziu para a *Lorilleux* em 1892, onde o pintor utilizou-se, com liberdade, de elementos que transpareceram a influência de artistas como *Meissonier*, *Delacroix* *Doré* *Hans Makart* – em especial às pinturas das matronas vienenses feitas pelo último (Bridges, 1980).

No ano de 1894, Mucha aceitou às pressas uma encomenda para a criação de um pôster da atriz Sarah Bernhardt, para seu espetáculo intitulado *Gismonda* (figura 01). Este trabalho representa um marco na carreira do artista, por ter instaurado um estilo próprio que revolucionou a estética das artes gráficas publicitárias da época. Segundo Bridges (1980), em muitos aspectos o pôster foi impactante para a sociedade. Dentre as principais características, podemos citar a coloração suave e traços requintadamente simplificados aliados a uma riqueza bizantina de decoração, completamente nova à época.

A partir daí o artista assinou um contrato de seis anos com Bernhardt, período em que desenvolveu nove pôsteres, além de roupas e joias para a atriz. Assim, Mucha construiu sua fama internacional com trabalhos gráficos para diversos fins e meios comerciais, como propagandas, calendários e pôsteres, sempre empregando os elementos que consagrariam o *Mucha Style* e o tornariam um dos mais renomados nomes do *Art Nouveau*. O período de 1896 a 1902 representa o ápice de sua fama, devido à criação de peças gráficas influentes, como: *Monaco Monte Carlo* e *Dry Imperial* (figuras 2 e 3).

Figuras 1, 2 e 3: Pôster *Gismonda*, Pôster *Monaco Monte Carlo*; Pôster *Dry Imperial* (BRIDGES, 1980: 59, 71 e 47).



3 Art Nouveau no Brasil

Um dos maiores representantes do movimento *Art Nouveau* brasileiro, no campo das artes plásticas, foi Eliseu Visconti, conhecido por explorar o “Estilo Macarroni” em suas obras, utilizando-se de elementos com linhas curvilíneas e entrelaçadas, típicos desta ramificação (Cantarelli, 2006).

Em 1894, o artista estudou na *École Normale d'enseignement du Dessin*, sendo aluno de *Eugène Samuel Grasset*, grande expoente das expressões do *Art Nouveau*, fato este que contribuiu para sua visão lúcida sobre o movimento. Seu contato com *Grasset* permitiu

classificá-lo como uma exceção, pois Segundo Denis (2000), na arquitetura e nas artes gráficas em geral, o estilo chegou ao Brasil com certa confusão de sentido, sendo, muitas vezes, propagado como mero indicador do novo e do moderno.

Entretanto, é evidente a influência desse estilo em algumas revistas ilustradas que circularam no Brasil no início do século XX, em particular nas que possuíam um caráter mais literário, como a *Revista Moderna*. O periódico mensal criado em 1897, redigido e impresso em Paris, com circulação também em Portugal, trazia reportagens com assuntos internacionais, seções de moda, matérias sobre famílias aristocráticas e as dinastias europeias ainda no poder, além de biografias e textos de grandes escritores.

Outros exemplos da influência do *Art Nouveau* no Brasil são as capas de periódicos ilustradas pelo pintor francês Michel Simonidy. É o caso da edição número 27 da *Revista Moderna* (figura 04), na qual o artista ilustrou uma figura feminina defronte a uma paisagem natural, encostada sobre um quadro que representava o tema principal da edição. É possível encontrar estas mesmas características na tela de Mucha intitulada *Bières de la Meuse* (figura 05).

Figuras 04 e 05: Capa da Revista Moderna, ed. 27, 1899; e Pôster Bieres de la Muse, de Alphonse Mucha, 1897 (HEMEROTECA DIGITAL, 2014. In: Revista Moderna, ed. 0027, 1899; BRIDGES, 1980: 62).



Melo & Ramos (2011) chama a atenção ainda para mais três revistas com influências *Art Nouveau* no Brasil: *Horus*, *A Avenida*, e *Renascença* (figuras 06, 07 e 08). Nestes exemplos, o autor supracitado ressaltava algumas características do movimento, como a sinuosidade das linhas que têm inspiração em motivos botânicos, o entrelaçamento dos elementos diversos criando arabescos e a personagem feminina com cabelos de longos fios ondulantes. No entanto, considera a revista *O Kosmos* (figura 09) como principal difusora do estilo *Art Nouveau* no país já que, para ele, “[...] foi a mais importante publicação produzida sob sua influência, a ponto de constituir o maior destaque do design gráfico da primeira década do século XX” (Melo & Ramos, 2011: 64).

Figuras 06 a 09: Revista “Horus”; Revista “A Avenida”; Revista “Renascença”; e Revista “Kosmos” (MELO & RAMOS, 2011: 78, 79 e 80).



Vale ressaltar que estes eram periódicos elaborados, voltados a um público elitista. Essa característica era constatada devido ao teor literário erudito do conteúdo e o requinte gráfico dos impressos em questão, que traziam reportagens ilustradas por fotografias impressas com

retículas finíssimas e contavam com ensaios literários e partituras, 'operando com maestria os códigos do refinamento cultural' (Melo& Ramos, 2011: 80).

Contudo, na revista *O Malho*, semanário de cunho humorístico voltado para um público bem maior e heterogêneo, acontece um caso peculiar de apropriação destes elementos em algumas ilustrações. Nele, Calixto Cordeiro sintetiza a estética *Art Nouveau* em composições gráficas para campanhas publicitárias com leveza de traço, simplicidade e até certo humor, empregando a este estilo uma linguagem própria, livre das amarras acadêmicas, e, portanto condizente com sua visão boêmia da arte.

3.1 Primeiros Semanários Ilustrados na Belle Epóque Carioca

As publicações de revistas ilustradas tiveram crescimento vertiginoso no período que corresponde à última década do século XIX e à primeira do século XX na então capital do Brasil, o Rio de Janeiro. Oliveira (2010), ao ressaltar o grande impacto social desse meio de comunicação de massa, alude que, por serem articuladas à vida cotidiana da população, essas revistas possuíam uma capacidade de intervenção bem mais rápida e eficaz do que os jornais e livros:

Em contraposição ao livro, que evoca o caráter de eternidade, o artigo de uma revista jamais expressa um pensamento de forma definitiva. Situando-se na correnteza dos acontecimentos e daí extraindo seu roteiro de idéias e pontos de discussão, a revista é marcada por uma escrita dinâmica e reflexiva (Oliveira, 2010: 43).

Contudo, além do caráter efêmero e dinâmico de escrita que facilitava a comunicação com o público, as revistas ilustradas também chamavam a atenção pela sua riqueza gráfica, cujos elementos de composição eram renovados a cada edição. Nesse sentido, os impressos franceses, que já eram de grande referência estética em toda a Europa, passaram a ter grande circulação assim que chegaram ao Brasil, influenciando o mercado editorial local. Conforme menciona Lustosa (2011), publicações parisienses como *La vie Parisienne*, *L'assiette au Beurre*, e *Le Rire*, norteavam o estilo adotado pelos novos semanários brasileiros, contribuindo com a difusão da elegância cosmopolita, boêmia e artística veiculada nos periódicos franceses.

As publicações desse tipo podiam ser classificadas de duas maneiras: como revistas literárias, que eram bastante sofisticadas, direcionadas a um público seletivo e tinham como conteúdo poesias, crônicas e contos diversos; e como semanários ilustrados, voltados ao entretenimento, já que tinham um público-alvo muito mais abrangente e traziam em suas páginas charges, dicas de moda, passatempos e partituras de marchinhas de carnaval.

Em geral, os editores e colaboradores destes semanários de cunho humorístico compunham o círculo "boêmio" da cidade. Críticos quanto aos "benefícios" da modernidade pregados por grande parcela da burguesia, eles se encontravam nos cafés e cabarés locais para debaterem suas idéias transgressoras e seus ideais simbolistas, analogamente como acontecia na França. Em busca de maior autonomia e liberdade criativa, esses grupos insatisfeitos com os preceitos racionalistas, entravam em conflito com a ordem e procuravam transformar a vida e a cidade por meio de suas manifestações artísticas (Oliveira, 2010). Dentre os integrantes do grupo brasileiro, estava Calixto Cordeiro, um dos grandes nomes da ilustração no país.

4 "O Malho" e K. Lixto

Um dos mais longevos do Brasil, o semanário *O Malho* foi lançado em 20 de setembro de 1902, por Luiz Bartolomeu, e perdurou até o ano de 1954. Dentre os colaboradores literários, contou com figuras importantes como Olavo Bilac, Emilio de Menezes e Bastos Tigres; e na ilustração, dentre outros talentos, contou com a contribuição da "Santíssima Trindade" da caricatura brasileira, composta por Calixto Cordeiro, Raul Pederneiras e J. Carlos (Denis, 2005). Assim, nos primeiros anos da revista, Raul e Calixto tomaram a frente das edições, enquanto que J. Carlos foi o responsável por uma completa e memorável inovação gráfica que a revista passou na década de 20.

Além dos grandes nomes que passaram por *O Malho*, o fator tecnologia também contribuiu para seu destaque no cenário editorial brasileiro. A qualidade dos textos associados à

qualidade da reprodução das ilustrações e charges foi determinante em fazer deste periódico um dos mais populares na época, sendo a primeira publicação brasileira a substituir a pedra litográfica pela placa de zinco. Este fato, juntamente com o talento dos seus desenhistas, deu um novo impulso à arte da charge e da ilustração na imprensa nacional, divertindo e informando o leitor da época (FUNDAÇÃO CASA DE RUI BARBOSA, 2014).

A revista contava com colunas que traziam partituras de marchinhas de carnaval, fotografias de pessoas ilustres, dicas de moda e passatempos diversos, sendo, no entanto, as charges e caricaturas dos diversos ilustradores que formavam o corpo editorial, consideradas o carro chefe do periódico. Dentre esses, um dos mais prolíficos foi Calixto Cordeiro, ou como costumava assinar suas produções, K. Lixto. O artista nasceu no ano de 1877 em Niterói, iniciou sua carreira como aprendiz na Casa da Moeda em 1890 e em 1895 ingressou na Imperial Academia de Belas Artes do Rio de Janeiro. Sua primeira caricatura foi publicada no periódico *O Mercúrio*, de 30 de julho de 1898.

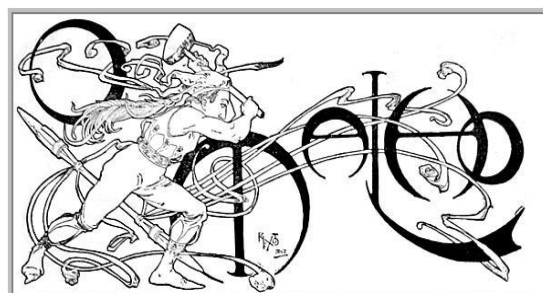
Conforme já dito anteriormente, Calixto fazia parte de um grupo “boêmio” carioca composto por artistas visionários, e participava de eventos colaborando com várias idéias geradas nesse meio. Assim, além de contribuir prestando seus serviços como ilustrador e caricaturista de periódicos diversos, o artista teve grande representatividade na ampliação do mercado editorial da época, atuando como um dos fundadores das revistas *O Malho*, *O Tagarela* e *O Avanço*.

Em 1916, inaugurou o salão de humoristas no Liceu de Artes Ofícios, juntamente com seus colegas Raul Pederneiras, J. Carlos, Hélio Seelinger, dentre outros. Deixou de colaborar na imprensa em 1930, iniciando uma carreira memorável como publicitário, e vindo a falecer no ano de 1957, deixando um legado de ilustrações que, calcula-se hoje, sejam mais de 150 mil.

4.1 A Art Nouveau de Mucha nas Ilustrações de K.Lixto

Dentre as muitas revistas francesas de circulação no Brasil, a *Le Cocorico* parece ter sido a principal fonte de inspiração para a composição do repertório gráfico de *O Malho*. A começar pela semelhança dos logotipos dos respectivos títulos que evidenciam a influência exercida pela produção de Alphonse Mucha sobre Calixto Cordeiro no que se refere ao estilo e traço das ilustrações e tipografias, bem como às composições gráficas desses elementos (figuras 10 e 11).

Figuras 10 e 11: logotipo da revista *Le Cocorico* desenvolvido por Mucha; e logotipo da revista *O Malho* desenvolvido por K.Lixto. (REVISTA LE COCORICO, ed. 02, 1898; Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 01, 1902).



É possível já identificar nesta ilustração de K. Lixto, traços do seu estilo livre e irreverente: enquanto que em *Le Cocorico* tem-se a figura de uma dama ricamente adornada, em *O Malho* ela é substituída por uma figura semelhante à de um bobo da corte, evocando o conteúdo humorístico da publicação. Além disso, apesar das semelhanças no estilo de desenho das letras, a configuração gráfica dos caracteres tipográficos se apresenta bem menos simétrica e harmônica no título do periódico brasileiro, visto que as letras não respeitam a linha-base da palavra, ordenadas numa composição mais espontânea e intuitiva.

A fim de manter a identidade visual adotada naquela edição do semanário, o estilo gótico moderno do logotipo também foi utilizado em títulos de colunas internas da revista. Com angulações bem marcadas, ausência de serifa e alto contraste entre as hastes dos caracteres – ora muito finas e ora mais espessas –, o letreiramento da coluna *O Malho de Ouro* (figura 12) tem uma configuração gráfica dinâmica e exótica para os padrões da época.

Figura 12: Logotipo da coluna “O Malho de Ouro”, por Calixto Cordeiro (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 01, 1902).



Dentre as demais características que o trabalho desenvolvido por Calixto tem em comum com o de Mucha, merece destaque a preferência pela verticalidade das ilustrações (figuras 13 a 16). Este formato foi muito explorado por Mucha, fruto da apropriação das referências orientais que influenciaram o estilo *Art Nouveau* na Europa (Bade, 2013).

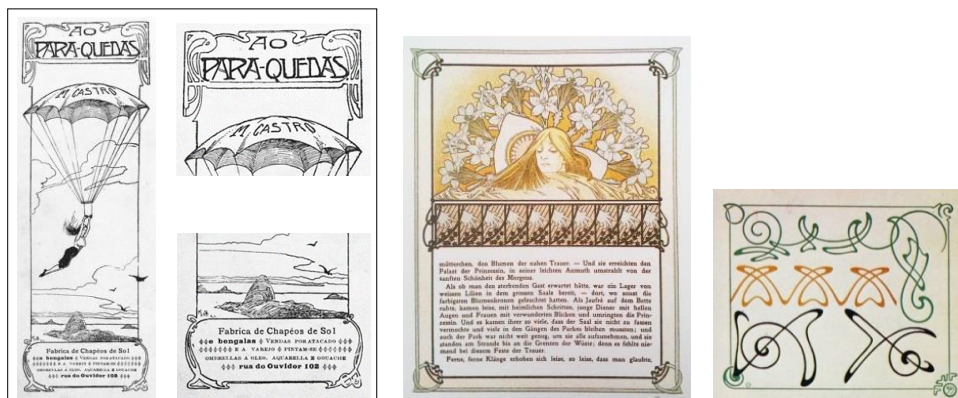
Figuras 13 a 16: anúncios de Calixto Cordeiro para Cognac Macieira e para Biscoitos Rio Grande; e pôsteres de Alphonse Mucha intitulados *La Trappistine* e *Nestlé's Food for Infants* (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 01, 1902; BRIDGES, 1980: 57 e 66).



Assim como fez Mucha na elaboração da arte e produção do pôster de Gismonda, já citado anteriormente, no qual ele utilizou duas pedras litográficas com matrizes amplas de cores, Calixto também projetou anúncios complexos feitos para *O Malho*, conseguindo resultados mais ricos e inovadores graficamente.

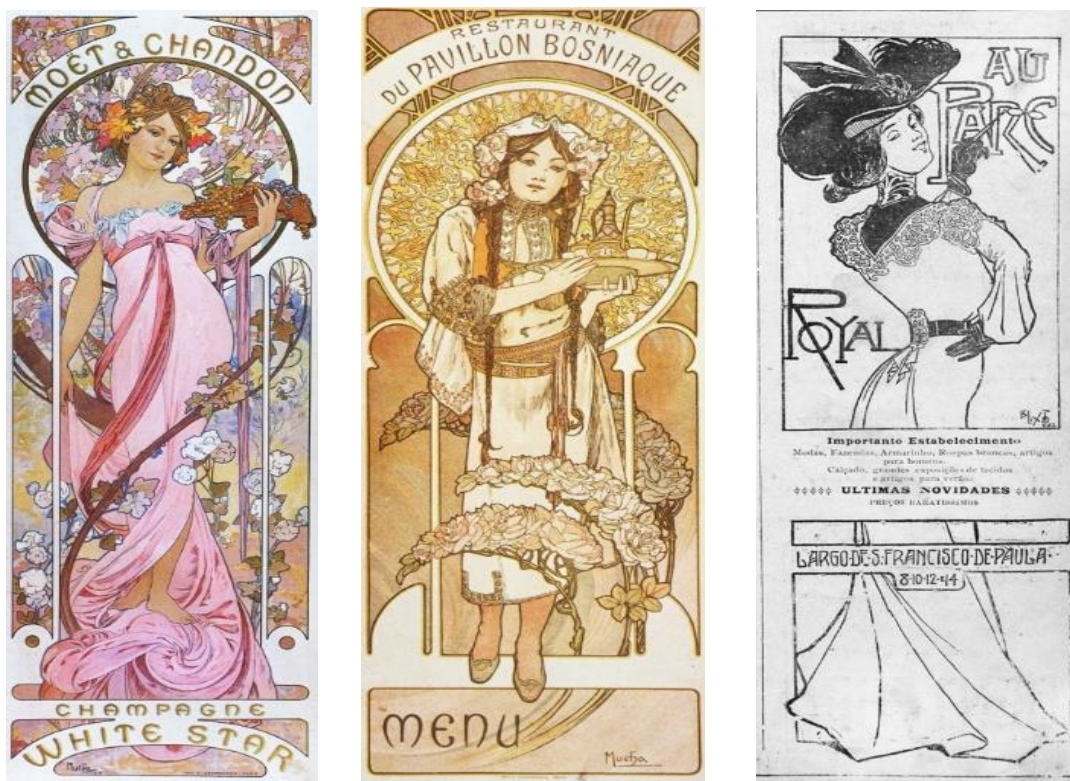
Outra similaridade entre o trabalho de ambos artistas está na forma como se utilizam de elementos ornamentais orgânicos, para compor as molduras em algumas ilustrações de anúncios. É o caso da moldura que envolve o texto da ilustração intitulada “Ao Para-Quedas” feita por Calixto (figura 17), que remete às decorações feitas por Mucha (figuras 18 e 19).

Figuras 17, 18 e 19: anúncio “Ao Para Quedas”, de Calixto Cordeiro; Combinaisons Ornamentales, de Alphonse Mucha; e Projeto de página e ilustração para o livro *Ilseé*, Princesse de Tripoli, 1901, de Alphonse Mucha. (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 07, 1902; BRIDGES, 1980: 103; MEGGS & PURVIS, 2009: 263).



É importante ressaltar que tanto para Mucha quanto para K.Lixto as molduras não serviam apenas para delimitar os elementos da composição, mas para complementá-los, na intenção de integrar ilustração, texto e ornamentos. Assim, as ilustrações dos artífices são livres das molduras, e ora desaparecem por trás delas, ora sobrepõem-se a elas e ora entrelaçam suas bordas, como no pôster para o *champagne White Star* (figura 20), no menu para o *Restaurant Du Pavillon Bosniaque* (figura 21), ambos de Mucha; e no Anúncio *Au Pere Royal* de Calixto Cordeiro (figura 22).

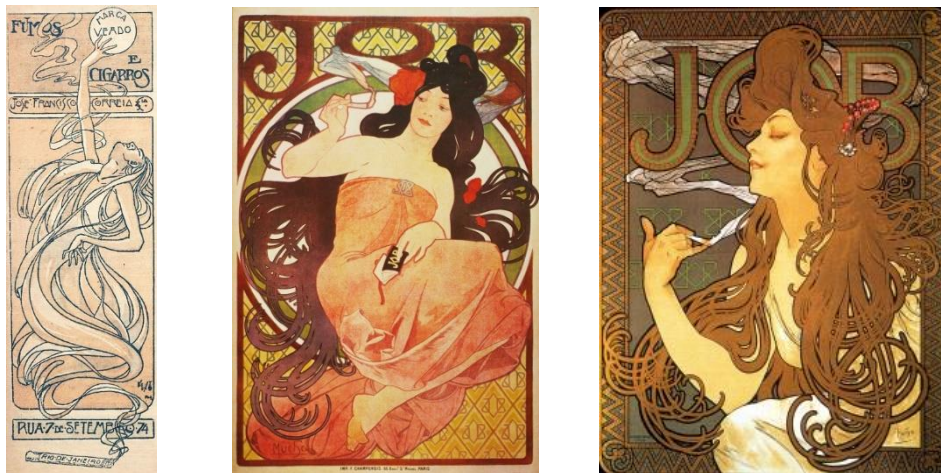
Figuras 20, 21 e 22: pôster *White Star*; menu para o Restaurant *Du Pavillon Bosniaque*; e anúncio *Au Pere Royal*. (BRIDGES, 1980: 70 e 123; Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 07, 1902).



No anúncio feito para a marca de cigarros Veado (figura 23), no entanto, Calixto foi mais além. Neste caso o ilustrador utilizou-se do elemento da fumaça do cigarro para criar linhas orgânicas e formar uma figura feminina que segura o brasão da marca. Novamente é possível identificar elementos estéticos e de composição explorados por Mucha em cartazes para a marca de cigarros “Job” (figuras 24 e 25), como a leveza das figuras femininas que flutuam,

entrelaçando-se nas molduras.

Figuras 23, 24 e 25: anúncio para marca de cigarros "Veado" de Calixto Cordeiro; Pôsteres publicitários para marca de cigarros "Job", de Alphonse Mucha. (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 02, 1902; BRIDGES, 1980: 69 e 126).



Nestes trabalhos, o artista também explorou o elemento fumaça, representando-o por meio de linhas sinuosas que passeiam livremente pelo espaço do pôster. Além disso, a figura feminina ganha um arquétipo exótico e sensual, conceitos tradicionalmente vinculados à ação de fumar cigarrilhos.

É importante lembrar que a sinuosidade das linhas é um elemento comumente utilizado por Mucha, e uma das principais características da *Art Nouveau*. Conhecido também como efeito “*Whiplash*”, ou “Golpe de chicote”, esse traço foi explorado pelo artista principalmente nos cabelos das figuras femininas onde, em alguns casos, aparentam ter vida própria, correndo naturalmente ao vento ou preenchendo boa parte do cartaz em forma de arabescos (ULMER, 1997: 12).

Calixto também soube explorar este elemento nos cabelos de alguns personagens de ilustrações n’O Malho, ainda que de forma mais simples, sem os excessos que caracterizam a obra de Mucha (figuras 26 e 27).

Figuras 26 e 27: Anúncio Dubonnet e capa da edição nº 3 de “O Malho”, de Calixto Cordeiro (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 03, 1902).



Além das ilustrações publicitárias, destacam-se ainda dois casos interessantes de produção gráfica elaborada pelos artistas Calixto e Mucha, com configurações bastante similares: as

ilustrações das colunas de poesia da revista *O Malho*; e a série de ilustrações de Mucha, intitulada *Four Precious Stones* (figuras 28 e 29).

Figuras 28 e 29: Ilustração da coluna de poesias Lyrica, de K.Lixto; e série "Four Precious Stones", de Mucha. (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 02, 1902; BRIDGES, 1980: 34 e 35).



Em primeira instância, fica claro na ilustração para a coluna "Lyrica", o estilo satírico de Calixto, representando a figura de um príncipe com traços evidentemente "chargistas". Porém, sob um olhar mais aguçado, percebe-se que alguns elementos de estilo *Art Nouveau* se sobressaem. Além da já citada verticalidade e da tipografia característica, o ilustrador utilizou-se de uma composição de tulipas postas em primeiro plano na figura. Não obstante a tulipa representar por si só um elemento costumeiro no *Art Nouveau*, esta configuração de plantas e flores desenhadas em primeiro plano se assemelha muito a algumas artes de Mucha, como é o caso da série *Four Precious Stones*.

Outros trabalhos com referências estéticas análogas são a ilustração de página inteira de Calixto Cordeiro para *O Malho* (figura 30) e os trabalhos desenvolvidos por Alphonse Mucha, para a série *Four Seasons* (figura 31).

Figuras 30 e 31: "O Silêncio", ilustração de Calixto Cordeiro para "O Malho"; e série "Four Seasons", de Alphonse Mucha (Hemeroteca Digital, 2014. In: REVISTA O MALHO, ed. 05, 1902, 2014; BRIDGES, 1980: 20 e 21).



Além da composição de cores harmônicas e suaves, em tons pastéis, pode-se observar a presença do elemento feminino e da paisagem natural. O cenário transparece um ambiente sereno através das linhas leves e sinuosas, onde a grama e os cabelos das mulheres parecem estar sob a ação do vento. A figura feminina contempla o ambiente bucólico e transparece tranquilidade através de seu semblante e posição corpórea.

De maneira mais abrangente, a indumentária da mulher representada por Calixto em "O Silêncio" (fig. 30) também remete a outras representações de Mucha. Nos pôsteres intitulados *Nectar* (fig. 32) e *Vient de Paraitre Documents Decoratifs* (fig. 33), a figura feminina tem o busto descoberto, o colar entrelaçado, o elemento floral decorativo no cabelo, e a sinuosidade do

vestido é representada caprichosamente pelos drapeados formados pelo tecido. Assim, a ilustração de Calixto parece uma síntese dos elementos presentes no trabalho de Mucha, que conforme elucida Ulmer (1997), desenvolve um

[...] tratamento alegórico da figura feminina, certos motivos sugestivos de movimento, uma predileção para a exploração decorativa de arranjos de flores e plantas, juntamente com uma fusão consciente de artesanato e artes visuais (ULMER, 1997: 12).

Figuras 32 e 33: pôsteres *Nectar* e *Vient de Paraitre Documents Decoratifs*, de Mucha (BRIDGES, 1980: 72 e 106).



Portanto, ao final da análise, fica clara a representatividade dos trabalhos desenvolvidos por Calixto para a divulgação estética, como também a construção da versão brasileira, do estilo *Art Nouveau*. A complexidade e o refinamento artístico das ilustrações e composições gráficas feitas para a revista “O Malho”, denotam a preocupação dos seus editores em oferecer um material diferenciado e de qualidade aos seus leitores, fato este que reforça a importância do semanário como elemento fundamental de estudo e preservação da memória gráfica brasileira.

5 Considerações finais

Conforme demonstrado ao longo do trabalho, a análise comparativa entre os trabalhos desenvolvidos por Calixto Cordeiro e Alphonse Mucha desarticula qualquer visão simplista de que as similaridades estéticas observadas são fruto de cópia ou plágio por parte do brasileiro. Pelo contrário, ressalta seu pioneirismo na elaboração de um novo e sofisticado estilo que representava o requinte da *Belle Époque* e a irreverência brasileira, num veículo de comunicação humorístico. Dessa forma, mais do que empregar no seu trabalho a simples referência do estilo, Calixto apropriou-se dele impondo sua marca irreverente, sua personalidade, seu espírito boêmio e seu traço leve.

Utilizando a definição de Melo & Ramos (2011: 87), pode-se dizer que Calixto Cordeiro, ao adotar elementos da *Art Nouveau* em seus projetos, “carnavaliza a arte erudita”, muito embora sem saber que iria, dessa forma, contribuir para o estabelecimento de uma rica identidade nacional no campo das artes gráficas literárias, tornando-se referência relevante nas décadas seguintes.

Referências

- ABI. 170 anos de caricatura no Brasil. Edição Extra, nº 322, Out. 2007. 36p.
- BADE, P. 2013. *Alphonse Mucha*. New York: Parkstone Press International.
- BRIDGES, A. 1980. *Alphonse Mucha: the Complete Graphic Works*. New York: Harmony Books.
- CANTARELLI, L. C. 2006. *A Belle Époque da Editoração Brasileira: um Estudo sobre a Estética Art Nouveau nas Capas de Livros do Início do Século XX*. Dissertação de Mestrado não publicada. Departamento de Ciências da Comunicação da Escola de Comunicações e Artes. Universidade de São Paulo, São Paulo.
- DENIS, R. C. 2005. *O Design brasileiro antes do Design*. São Paulo: Edgard Blucher.
- DENIS, R. C. 2000. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher.
- FUNDAÇÃO CASA DE RUI BARBOSA, 2014. In: A Revista. <<http://www.casaruibarbosa.gov.br/omalho/?lk=8>>. 26/08/2014.
- HURLBURT, A. 1986. *Layout: O Design da página impressa*. São Paulo: Nobel.
- LUSTOSA, I. (org.). 2011. *Imprensa, humor e caricatura: a questão dos estereótipos culturais*. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- MEGGS, P.B.; PURVIS, A. W. 2009. *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- MELO, C. H.; RAMOS, E. 2011. *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify.
- OLIVEIRA, C. 2010. *O Moderno em Revistas: Representações do Rio de Janeiro de 1890 a 1930*. Rio de Janeiro: Garamond.
- REVISTA LE COCORICÓ, ed. 02, 1898. In: *Texts: American Libraries: The Getty Research Institute*. <https://archive.org/details/gri_33125008639409>, 20/08/2014.
- HEMEROTECA DIGITAL. 2014. In: *Revista Moderna: Pastas: Ano 1899: Edição 0027*. <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=282383&pesq=edi%C3%A7%C3%A3o%2027>>, 26/08/2014.
- HEMEROTECA DIGITAL. 2014. In: *Revista O Malho: Pastas: Ano 1902: Edição 001*. <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116300&pesq=>>>, 20/08/2014.
- HEMEROTECA DIGITAL. 2014. In: *Revista O Malho: Pastas: Ano 1902: Edição 002*. <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116300&pesq=>>>, 20/08/2014.
- HEMEROTECA DIGITAL. 2014. In: *Revista O Malho: Pastas: Ano 1902: Edição 003*. <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116300&pesq=>>>, 20/08/2014.
- HEMEROTECA DIGITAL. 2014. In: *Revista O Malho: Pastas: Ano 1902: Edição 005*. <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116300&pesq=>>>, 20/08/2014.
- HEMEROTECA DIGITAL. 2014. In: *Revista O Malho: Pastas: Ano 1902: Edição 007*. <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=116300&pesq=>>>, 20/08/2014.
- ULMER, R. 1997. *Alphonse Mucha, 1860-1939: Master of Art Nouveau*. Hohenzollernring: Taschen.
- ELISEU VISCONTI. 2014. Visconti e o Art Nouveau. In: *Obra: Visconti Designer*. <http://www.eliseuvisconti.com.br/designer_nouveau.htm>, 25/07/2014.

Sobre os autores

- Deisson Xenofonte, Graduado, UFCA, Brasil <deisson2@hotmail.com>
- Mariana Hennes, Mestre, UFAL, Brasil <mhennes.design@gmail.com>