

Imprensa ilustrada e artes gráficas em Curitiba no início do século XX

Illustrated press and graphic arts in Curitiba in the early 20th century

Ana Carolina Martins Pinheiro, Marilda Lopes Pinheiro Queluz

design, história, revistas, artes gráficas

A pesquisa destaca a importância das revistas ilustradas no cenário cultural de Curitiba no início do século XX, evidenciando a relevância dos profissionais envolvidos e características das imagens utilizadas. Os editores dessas revistas eram profissionais multifacetados, que traziam modernidade em termos de tecnologia e estética nas artes gráficas. Os profissionais que atuavam nas revistas, como litógrafos, ilustradores e cartunistas, desempenhavam funções práticas próximas ao design gráfico e tinham um lugar social valorizado como formadores de opinião e agentes culturais. A profissionalização da comunicação visual e o desenvolvimento das técnicas de reprodução de imagens permitiram o surgimento de diversas revistas ilustradas em Curitiba. Elas funcionavam de modos diferentes em relação ao público, como informação, propaganda, mídias de estilo de vida, crítica do cotidiano, contribuindo para a formação de novos esquemas de gosto, refletindo e influenciando os valores culturais da época, facilitando a assimilação da modernidade.

design, history, magazines, graphic arts.

The research highlights the importance of illustrated magazines in the cultural scene of Curitiba in the early 20th century, emphasizing the relevance of the professionals involved and the characteristics of the images used. The editors of these magazines were versatile professionals who brought modernity in terms of technology and aesthetics to graphic arts. The professionals who worked in the magazines, such as lithographers, illustrators, and cartoonists, performed practical functions closely related to graphic design and held a valued social position as opinion formers and cultural agents. The professionalization of visual communication and the development of image reproduction techniques enabled the creation of several illustrated magazines in Curitiba. They functioned in different ways for the public, as sources of information, advertising, lifestyle media, and everyday life critiques, contributing to the formation of new taste schemes, reflecting and influencing the cultural values of the time, facilitating the assimilation of modernity.

Anais do 11º CIDI e 11º CONGIC

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosângela Vieira de Souza (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI
Caruaru | Brasil | 2023

ISBN

Proceedings of the 11th CIDI and 11th CONGIC

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosângela Vieira de Souza (orgs.)

Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI
Caruaru | Brazil | 2023

ISBN

1 Introdução

A inclusão de imagens nas revistas abriu caminho para repensar a diagramação das páginas e os processos de impressão, aliando comunicação e linguagem artística, experimentando novas visualidades. Os artistas gráficos criavam ilustrações, vinhetas, desenhos e composições para acompanhar e ressignificar o conteúdo textual. O objetivo deste texto é traçar um panorama relacionado à imprensa ilustrada e aos artistas gráficos paranaenses do início do século XX, com ênfase nas revistas ilustradas como veículo para a transformação e disseminação dos valores culturais da época, reinterpretando a modernidade. Essas publicações não apenas forneciam um espaço para os artistas gráficos exibirem seus trabalhos, mas, também influenciaram as tendências estéticas da época, moldando a visualidade urbana e estabelecendo um diálogo entre a arte e a sociedade. Nestas revistas, as imagens eram aliadas ao texto, trazendo uma nova cultura visual – que ampliava o acesso às informações (Sobral, 2005, pp. 124-125).

Quanto às escolhas metodológicas, este estudo baseia-se em uma abordagem multidisciplinar, envolvendo o levantamento de periódicos do acervo da Biblioteca Pública do Paraná e da Casa da Memória de Curitiba, além de pesquisa bibliográfica sobre as práticas dos artistas gráficos da época. A estratégia utilizada para aproximar a discussão entre design gráfico e cultura baseia-se na metodologia utilizada por Julieta Sobral no livro “O desenhista invisível” (2007). Nele, a autora sistematiza os elementos do design gráfico nas produções de J. Carlos em diálogo com o contexto cultural e o regime de visualidade da época.

Ao explorar essas questões, este estudo busca contribuir para a compreensão do papel das revistas ilustradas na disseminação e desenvolvimento das artes gráficas, bem como para a valorização e reconhecimento dos artistas gráficos do início do século XX, que desempenharam um papel crucial na construção da visualidade urbana e na experimentação das novas técnicas do período.

2 Saberes e práticas

Incumbidos da implantação de uma nova visualidade, trazendo para a imprensa brasileira o que havia de mais moderno em tecnologia e estética nas artes gráficas, os editores das revistas foram profissionais multifacetados. Esses artistas qualificavam as publicações com seu traço e, muitas vezes, chegavam a ser mais importantes que os redatores (Abril, 2003, pp. 213-215 como citado em Queluz, 2007, p. 3).

O complexo processo de integrar o texto verbal e as imagens, trazendo leveza e ritmo às páginas, assim como criar charges, caricaturas, narrativas sequenciadas, reproduções fotográficas, ilustrações e ornamentos, e até mesmo produzir tipografias e letras capitulares como muitos fizeram, demonstra um pensamento projetual relacionado à produção e consumo. A esses profissionais é plenamente possível a atribuição do anacrônico termo *designer* (Cardoso, 2005, pp. 7-16; Fonseca, 2016, pp. 78-79; Sobral, 2007, p. 23).

Em um contexto econômico fortalecido pela produção da erva mate, pelo início da produção de café e pelo incentivo à imigração europeia, a preocupação com a qualidade dos periódicos e dos projetos tornava-se cada vez maior, levando à procura de profissionais especializados, abrindo espaço para artistas que vinham de países com maior experiência tipográfica e editorial, com tradição na arte da gravura, sobretudo da litografia. No Paraná, os profissionais de maior relevância na segunda metade do século XIX foram Narciso Figueiras e Francisco Folch (Carneiro, 1975, pp. 17-18, 20 e 24), ambos estrangeiros.

Estes e outros nomes entraram na história das artes gráficas brasileiras como litógrafos, ilustradores e cartunistas, cujo ofício de designer pode ser reconhecido em sua materialidade, nos saberes e práticas daqueles trabalhadores, muito próximas aos fazeres artísticos, reconhecidos como artistas gráficos.

As nomenclaturas relacionadas aos profissionais por trás das revistas também refletem a carência de mão de obra especializada na cidade. Os poucos jornalistas, desenhistas e fotógrafos eram – em grande parte – autodidatas e transitavam entre as funções nos bastidores da revista, ocupando “espaços híbridos” (Kaminski, 2010a, p. 167). Segundo a historiadora Rosane Kaminski, “de modo precário, iam sendo ocupados esses novos espaços híbridos de atuação profissional que surgiam, transitando entre as artes visuais, a literatura e a imprensa, espaços tradicionalmente envolvidos na formação da opinião pública” (2010a, p. 167).

O espaço para produção visual em Curitiba começou a se formar em meados de 1880, com o casal alemão Fanny Paul e Adolpho Volk, e com o espanhol Francisco Folch. Os Volk montaram um estúdio fotográfico no centro da cidade e foram tutores para vários outros fotógrafos (Busnardo, 2018, pp. 2, 64; Kaminski, 2014, p. 34). Francisco Folch foi funcionário e, posteriormente, diretor da Imprensa Paranaense, que se destacou nacionalmente pelo cuidado técnico e artístico nas impressões. Na mesma época, Curitiba passou por um “aprimoramento da especialização gráfica”, acompanhado de um aumento do número de oficinas tipográficas, as quais muitas foram fundadas por ex-funcionários da Imprensa Paranaense (Queluz, 1996, p. 33; Witikoski, 2009, p. 95).

A profissionalização artística paranaense teve início com a Escola de Belas Artes e Indústrias do Paraná¹, de Mariano de Lima, que colocou o estado na dianteira do ensino de artes no país e, também, com o Ateliê do artista norueguês Alfredo Andersen (Salturi, 2009, p. 8). Diversos jovens que estudaram nessas escolas se tornaram artistas e litógrafos (Kaminski, 2010a, p. 167). No entanto, a profissionalização deste ofício acontecia principalmente de maneira prática dentro das oficinas litográficas. Nelas, os saberes e fazeres do trabalho estavam inseridos no cotidiano e eram compartilhados na relação entre os mestres e seus aprendizes (Witikoski, 2016, pp. 47, 55-68).

¹ Mariano de Lima tinha a intenção de criar o Liceu Artístico Industrial, porém em diversos documentos ocorria a denominação de Escola de Belas Artes e Indústrias. Após insistência de Mariano, uma lei determinou a mudança de nome para Liceu de Artes e Ofícios, mas é provável que isso tenha ficado apenas no papel, pois em documentos posteriores continuaram se referindo como Escola de belas Artes e Indústrias do Paraná (Osinski, 1998, pp. 196-197).

Os espaços híbridos de atuação dos profissionais também surgiam do envolvimento dos ateliês e oficinas. Muitos litógrafos circulavam entre a indústria e os locais de aprendizado. Nesses espaços, faziam pinturas, aquarelas e gravuras, gerando, possivelmente, um compartilhamento das práticas e saberes. Esta relação é uma das possíveis razões para a evolução técnica gráfica do começo do séc. XX (Witikoski, 2016, pp. 68-70). A professora Dulce Osinski ainda cita a provável existência de um “convênio informal” entre a Escola de Belas Artes e Indústrias e a oficina litográfica de Narciso Figueiras, devido à “considerável produção litográfica da Escola, tanto do corpo docente, como do discente” (Osinski, 1998, p. 192).

A produção gráfica em forma de revistas ilustradas era um meio de expressão visual muito utilizado por estes jovens artistas que frequentavam aulas nos primeiros anos do século XX, fossem as de desenho e pintura na escola de Mariano de Lima ou as do ateliê de Alfredo Andersen (Kaminski, 2014, p. 32).

As mais diversas revistas ilustradas surgiram naquele cenário extremamente propício: Curitiba passava por um desenvolvimento urbano e uma efervescência dos debates intelectuais. Houve também um crescimento das papelarias e tipografias locais e um aperfeiçoamento das técnicas de reprodução das imagens. Este último aspecto possibilitou a transformação da imagem em mercadoria barata – um forte incentivo para a produção das revistas – e abundante, variando entre fotografias, ilustrações e gravuras (Kaminski, 2010b, p. 9; Queluz, 1996, pp. 33, 40).

3 Revistas ilustradas

Num levantamento realizado por Rosane Kaminski nos acervos de periódicos de Curitiba entre 2009-10 foram encontrados cerca de sessenta revistas e/ou almanaques publicados na cidade entre 1900 e 1920, além de alguns publicados em Paranaguá, mas que foram impressos em oficinas da capital (Kaminski, 2010a, pp. 150, 153). Entre outros projetos de curta duração, tiveram destaque títulos como “*O Guarany*”, “*Fanfarra*”, “*Caras e Carrancas*”, “*O Olho da Rua*”, “*A Carga!*”, “*A Rolha*”, “*O Velho Não Quer*”, e “*A Bomba*”. Reconhecidas pelas caricaturas, todas estas revistas foram impressas em policromia e papel couché, na oficina gráfica de Francisco Folch (Queluz, 1996, p. 33).

Dentro deste contexto de expansão e profissionalização da comunicação visual urbana, as dezenas de revistas editadas no início do século XX tiveram suas imagens produzidas por artistas multifacetados que ocupavam esse novo espaço profissional da imprensa ilustrada (Cardoso, 2000, pp. 40-51). Eles possuíam um lugar social valorizado como formadores de opinião e agentes culturais, principalmente aqueles responsáveis pelas caricaturas, muito presentes nas revistas de humor (Kaminski, 2014, p. 36).

Além destas, havia também as revistas literárias e as revistas de variedades/publicidade, cada uma responsável – do seu jeito – pela formação de novos esquemas de gosto. Os detalhes visuais e novos estilos, as cores e inovações tecnológicas do projeto gráfico, juntamente com os assuntos representados, reforçavam os modernos hábitos da moda, lazer,

os jeitos de falar e diversas características da vida urbana, colaborando para a facilitação do processo de assimilação da modernidade (Kaminski, 2010a, p. 154; 2010b, p. 2; 2014, p. 36).

Esses novos periódicos procuravam “atender outros gostos e cobrir lacunas no meio intelectual local, sempre tentando prover a capital da província de informações e de cultura de um modo geral, para que a cidade acompanhe os acontecimentos no país e no mundo” (Berberi, 1996, p. 79).

Os valores culturais e estéticos, coerentes ao perfil editorial de cada revista, eram atribuídos às características das imagens, que cumpriam diversas funções em relação ao seu público potencial. Kaminski constatou a existência de pelo menos três grandes grupos de revistas publicadas em Curitiba entre 1900 e 1920, aos quais correspondem três diferentes funções das imagens:

1) as revistas literárias, nas quais a imagem cumpria primordialmente o papel de ornamentação; 2) as revistas de publicidade comercial e institucional, nas quais a imagem assumia fins ilustrativos ou apelativos; e 3) as revistas de humor, nas quais a imagem apresentava teor expressivo quanto à opinião do autor acerca do assunto retratado. Certamente, em cada grupo é possível observar o entrecruzamento dessas funções, mas ficou evidente o predomínio de uma ou de outra, conforme o propósito de cada periódico diante de seu público potencial (Kaminski, 2010a, p. 168).

Revistas Literárias

O primeiro grupo – das revistas literárias² – contém publicações que já existiam desde antes de 1900. A maioria dos títulos se concentra no início do século, indicando uma continuidade da tradição literária local, formada por intelectuais associados ao movimento simbolista. De perfil mais especializado, eram voltadas a um grupo restrito de leitores e não pareciam ter a ambição de ampliar seu público. Por conta disso, não utilizavam imagens como “artifício de sedução ou chamariz publicitário”, predominando a aplicação da imagem como ornamento e, vez ou outra, como forma de homenagear algum dos poetas (Kaminski, 2010a, pp. 154-157).

A imagem como ornamentação era também a opção mais econômica. Na virada do século, quando o grande desenvolvimento das técnicas gráficas estava apenas começando, a utilização da imagem reproduzida litograficamente ainda aumentava o custo das publicações. Deste modo:

O uso de vinhetas e da clicheria era a opção mais barata, mas não permitia a mesma expressividade do que a litogravura. [...] Mesmo nos anos seguintes, em que as técnicas de reprodução de imagens se difundiam paralelamente à expansão da lógica comercial das revistas, os periódicos literários não chegaram a “aderir” a essa forma de sedução de novos leitores, preferindo manter uma aparência mais sóbria (Kaminski, 2010a, p. 157).

Dos quinze títulos encontrados, quase todos tiveram de um a dois anos de existência. Nas revistas de maior duração, dentro e fora do grupo de revistas literárias, é possível observar a

² As revistas que compõem esse grupo são: Azul (1900); Turrís Eburnea (1900); O Sapo (1900); Pallium (1900); O Breviário (1900); Album (1901); Victrix (1902); Stellario (1905-06); Ramo de Acácia (1908-12); Folha Rosea (1911-12); Fanal (1912-13); Atheneia (1914); Anthos (1917); Myrto e Acácia (1916-20); e Senhorita (1920) (Kaminski, 2010a, p. 154).

“lógica publicitária como suporte financeiro para a existência das revistas”, que utilizavam imagens como atrativo para chamar atenção e aumentar a quantidade de leitores (Kaminski, 2010a, p. 167).

O principal exemplo é a revista *O Itiberê*, que circulou de 1918 até 1998, sendo a mais duradoura das que tiveram início no começo do século XX (Carneiro, 1975). Publicada em Paranaguá e mantida pelo Círculo Literário de Paranaguá, era considerada uma revista literária muito importante no cenário paranaense. Suas páginas davam maior ênfase às imagens, que eram apresentadas com finalidade publicitária, ornamental, humorística e ilustrativa (Figura 1).

Figura 1: Folha de rosto da revista “O Itiberê” n°22, fev./1921 (Domínio Público).



Tinha uma alta qualidade gráfica, o que possibilitou até mesmo a existência de uma seção dedicada à arte nacional, com fotogravuras que reproduziam desde pinturas até projetos escultóricos. Os processos de impressão fotográfica passaram a ser utilizados na imprensa nacional e superaram o uso da gravura como “método de reprodução de imagens” em 1880, mas as condições técnicas e econômicas possibilitaram a predominância das imagens fotográficas apenas no século XX (Cardoso, 2000, p. 54).

O *Itiberê* teve auxílio financeiro da prefeitura de Paranaguá, a partir de 1929, com a condição de inserir ao menos duas páginas com assuntos do município (Anônimo, 1929, p. 3). No contexto das primeiras décadas do século XX, os intelectuais desenvolveram novas formas de expressão e linguagem, transmitidas por meio das poesias, caricaturas e até mesmo das propagandas, que se tornavam cada vez mais recorrentes nas revistas tradicionais. A presença da publicidade nas revistas era voltada ao comércio – com a propaganda de estabelecimentos, produtos e serviços – e à política. Muitos anúncios traziam caricaturas de autoridades locais e regionais, ironizando e criticando suas práticas, ao mesmo tempo que popularizavam sua presença no cotidiano (Queluz, 1996).

Revistas de publicidade

Apesar de estarem presentes em várias revistas diferentes, os anúncios reproduzidos imagetivamente eram apresentados numa quantia imensa no grupo das revistas de caráter publicitário ou de promoção institucional. Composto por quatorze títulos³, com periodicidade variada, tinham diversas páginas preenchidas por anúncios grandes e pequenos, com ilustrações ou fotografias que reproduziam produtos, serviços, estabelecimentos, e até mesmo o próprio comerciante.

Direcionadas a um público mais amplo, muitas revistas desse grupo tinham seções dedicadas ao progresso urbano e arquitetônico de Curitiba, além de seções sobre moda e variedades, com diversas fotografias. Neste aspecto, as revistas impulsionadas pelas publicidades têm um papel muito importante na construção dos esquemas de gosto e consumo estético, mais do que as revistas de artes visuais (Kaminski, 2010a, p. 165; 2010b, p. 25)

Outro tipo recorrente de anúncio era a propaganda da atuação do governo, com informações “políticas, econômicas, geográficas, culturais e esportivas”, entrelaçadas aos aspectos da modernização urbana e das inovações tecnológicas. Desse modo, as revistas colocavam-se como um porta-voz das ideias de progresso e prosperidade, às vezes comprometendo-se com os debates políticos e outras vezes servindo como um guia urbano. Utilizando-se da riqueza gráfica das revistas coloridas e do “caráter didático dos anúncios ilustrados”, as imagens presentes nas revistas publicitárias também serviam como atrativo para conquistar novos leitores e ampliar o seu público (Kaminski, 2010a, p. 168).

O título que obteve maior destaque no grupo das revistas de propaganda é a *Revista do Povo* (Figura 2), tanto pela periodicidade quanto pela quantidade de imagens. Ao longo de quase cinco anos, manteve-se quinzenal e com uma quantia imensa de fotografias, ilustrações, xilogravias e litogravuras.

Figura 2: Anúncio “Impressora Paranaense” na “Revista do Povo” nº13, abr./1918 (Domínio Público).

³ Club Curytibano ao Paraná (1903); A Exposição (1904); Boletim do Museu Paranaense (1904); Paraná Moderno (1910-11); Pátria e Lar (1912-13); A Falúia (1916); Revista Moderna (1916); Revista do tPovo (1916-1920); O Milho (1816-17); Brasil Cívico (1918); O Palládio (1920); Álbum do Paraná (1919-21); A Sulina (1919-21) e União e Trabalho (1919-21). Também integra esse grupo a Cruzada (1919-20), revista de Paranaguá, mas impressa nas oficinas litográficas de Curitiba (Kaminski, 2010a, p. 163).



Apresentava-se como uma "revista literária, científica, industrial, humorística, comercial e ilustrada" que, para ser aceita por mais pessoas, se pretendia ideologicamente neutra em seus assuntos, simplificando os conteúdos e abandonando o caráter opinativo. Predominantemente com finalidade publicitária, as imagens eram anúncios comerciais, propaganda do estado, e autopromoção, com representações bem-humoradas sobre o papel assumido pela imprensa no processo de modernização urbana (Kaminski, 2010a, pp. 165-166).

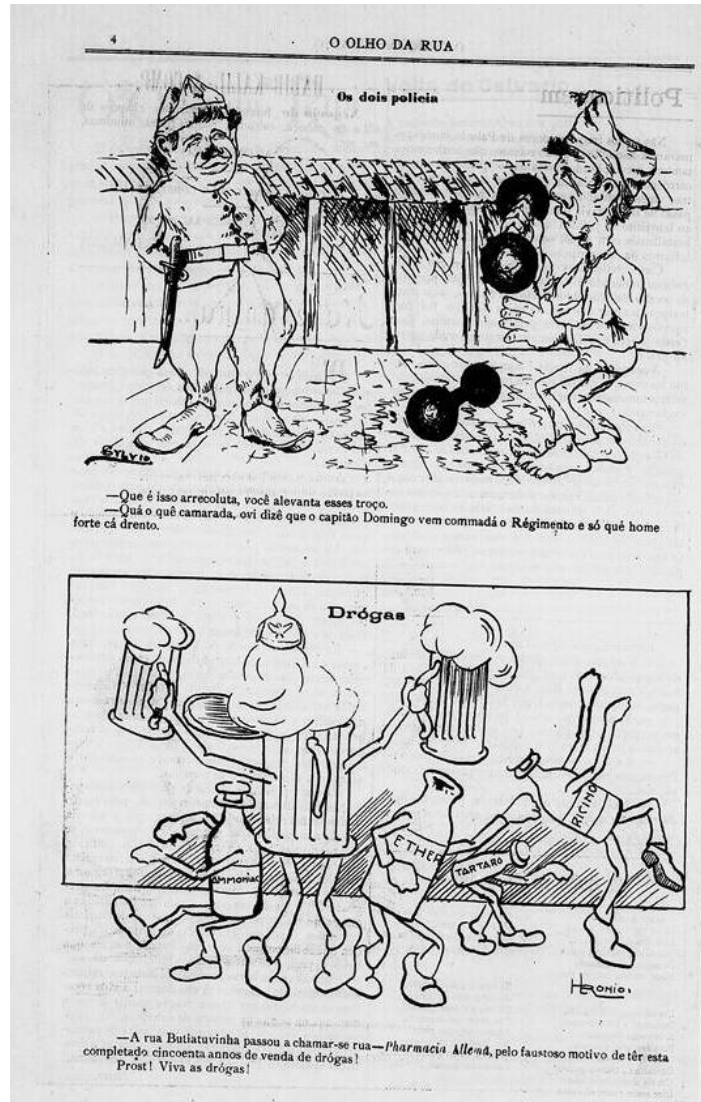
Revistas de humor

A utilização da imagem como representação bem-humorada da opinião do autor acerca de assuntos variados é mais recorrente no grupo de revistas de humor, no qual foram encontrados onze títulos⁴ publicados em Curitiba entre 1900 e 1920. Usando a linguagem do humor e da ironia, os periódicos eram ideologicamente engajados, anticlericais e questionavam a ideia de

⁴ Caras e Carrancas (1902); O Relâmpago (1907); A Carga (1907); O Olho da Rua (1907-11); A Rolha (1908); Cinema (1909); O Velho não Quer (1911); Raios X (1911); A Bomba (1913); O Miko (1914) e O Flirt (1919), Pierrot (1904), O Garoto (1916), O Anzol (1921-22), O Careca (Kaminski, 2010a, p. 159).

progresso e modernização ligada às transformações urbanas. Diferentemente das revistas literárias e publicitárias, as suas ilustrações, charges e caricaturas zombavam de fatos observados no cotidiano, faziam chacota ou homenagens a personagens locais, como políticos ou literatos (Queluz, 2002) (Figura 3).

Figura 3: Humor Visual em “O Olho da Rua” nº01, abr./1907 (Domínio Público).



Além disso, as caricaturas possuíam outros usos, como o publicitário. Com a criação de narrativas gráficas, utilizando recursos como painéis sequenciais, os caricaturistas renovaram a estética publicitária, convencendo o público das vantagens e benefícios dos produtos que retratavam em rótulos, cartazes e anúncios (Queluz, 2007, p. 3). Com uma intensa utilização de caricaturas, as revistas de humor possuíam a maioria das imagens ilustradas à mão, até mesmo os letreiros e logotipos das revistas consistiam em tipografias desenhadas e ornamentadas com pequenas figuras (Carneiro, 1975).

Estilo gráfico

A utilização de ornamentos com formas sinuosas e linhas delicadas ligando as letras entre si, juntamente com estilizações florais e orgânicas, demonstram uma adesão ao estilo *Art Nouveau*, gosto assimilado pelo público que consumia produtos, moda, decoração e cultura francesa (Cardoso, 2005). A adesão à *Art Nouveau* francesa foi gradual, a partir de elementos orgânicos e figuras femininas estilizadas presentes em anúncios, caricaturas e até mesmo letreiros. Em Curitiba, o estilo foi difundido principalmente pelas revistas de humor, presentes em maior concentração na primeira década do século XX (Figura 4).

Figura 4: Capa *Art Nouveau* em “O Olho da Rua” nº1, mai./1911 (Domínio Público).



Fartamente ilustradas com assuntos relacionados ao cotidiano, as revistas atuavam como vitrines do comportamento moderno, no período conhecido como *Belle Époque*, anterior à primeira guerra mundial. O *Art Nouveau* estava ligado ao ecletismo arquitetônico, e “também à expansão da produção gráfica e do design de livros, revistas, cartazes, rótulos, embalagens, panfletos, cartões postais etc.” (Queluz, 2007, p. 3). O estilo francês também é visível nos aspectos gráficos dos outros grupos de revistas, juntamente com um ecletismo exagerado e

uma ausência de padrão editorial, demonstrando inspiração nos padrões europeus, principalmente jornais e revistas franceses.

Imagens de revistas diferentes e mesmo com autores diferentes compartilhavam elementos similares, “pois os códigos de representação e as convenções sociais e imagéticas compartilhadas entre autores e público pertenciam não a um desenhista em particular, mas ao contexto social no qual todos estavam inseridos” (Santana, 2019, p. 52). Os esquemas compositivos apresentavam características relacionadas também aos periódicos paulistas e cariocas, que possuíam sua própria versão da *Art Nouveau*. Segundo a pesquisadora Aline Haluch (2005, pp. 104-108), “a linguagem *Art Nouveau* influenciou muito os ilustradores, que tinham nos modernos periódicos franceses sua principal fonte de referência”.

Nos anos 1920, os movimentos modernistas dominavam as manifestações culturais, como a arquitetura, artes plásticas e literatura, onde a sua visibilidade e permanência estavam garantidas. As manifestações culturais consideradas transitórias, como a fotografia, cinema e artes gráficas, foram deixadas de lado, dando espaço para o *Art Déco* se manifestar com maior liberdade (Sobral, 2005, p. 19). O maior exemplo são as revistas ilustradas, que uniam a influência europeia a elementos da nossa cultura. As revistas haviam se profissionalizado e circulavam em maior quantidade, contribuindo para construir uma “visão da vida moderna bem distante da austeridade racional e ascética dos movimentos modernistas” (Sobral, 2005, p. 19).

No meio editorial brasileiro, além da *Art Nouveau* e da *Art Déco*, o cubismo e o futurismo tiveram especial importância, com profunda influência nas fotomontagens presentes nas revistas (Freitas, 2010, pp. 28, 44-47).

4 Conclusão

A transformação da indústria gráfica entre 1900 e 1920 representou um momento significativo na memória gráfica paranaense e nacional. A convergência de fatores tecnológicos, como a importação de máquinas e o estabelecimento de novas tipografias, juntamente com fatores socioculturais, como o crescimento das cidades, favoreceu um “ímpeto modernizante” que se manifestou de maneira marcante na mídia impressa; fazendo com que “quem examina tais publicações se depare com o senso de modernidade tecnológica e cultural que então se difundia no imaginário social dos brasileiros” (Cardoso, 2005, p. 168).

A imprensa se desenvolvia com a popularidade dos impressos e os avanços dos processos gráficos, e transformava a quantidade e qualidade da indústria gráfica. Simultaneamente, crescia o público leitor com poder aquisitivo e com interesse em consumir revistas ilustradas (Fonseca, 2016, p. 16; Kaminski, 2010a, p. 2). Essas publicações, por meio das imagens cuidadosamente produzidas, cumpriram funções ornamentais, ilustrativas e informativas, moldando os esquemas de gosto e com um papel essencial na assimilação dos impactos e mudanças que o processo modernizador causava nos centros urbanos (Fonseca, 2016, p. 29; Sobral, 2007, p. 31). Assim, as revistas se tornaram não apenas veículos de informação, mas

também registros visuais que refletiam e influenciavam as transformações culturais e estéticas do período, verdadeiras crônicas do cotidiano.

Referências

- Anônimo. (1929, maio 8). *A República*, p. 3.
- Berberi, E. (1996). *Impressões: A Modernidade Através das Crônicas no Início do Século em Curitiba*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Busnardo, L. G. (2018). *Fotografias Pictóricas, Pinturas Fotográficas: A Circulação de Imagens em Curitiba (1881 – 1918)*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Cardoso, R. (2000). *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Edgard Blücher.
- Cardoso, R. (Org.). (2005). *O Design Brasileiro Antes do Design: Aspectos da História Gráfica, 1870 – 1960*. São Paulo: Cosac Naify.
- Carneiro, N. I. S. (1975). *As artes gráficas em Curitiba*. Curitiba: Fundação Cultural de Curitiba.
- Fonseca, L. P. (2016). *Uma Revolução Gráfica: Julião Machado e as Revistas Ilustradas no Brasil, 1895 – 1898* (1a ed.). São Paulo: Blücher.
- Freitas, R. A. (2010). *Klaxon, Base, Noigandres: O Design das Revistas Brasileiras de Vanguarda*. Dissertação de mestrado, Universidade Estadual do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- Haluch, A. (2005). A Maçã e a Renovação do Design Editorial na Década de 1920. In R. Cardoso (Org.). *O Design Brasileiro Antes do Design: Aspectos da História Gráfica, 1870 – 1960* (pp. 96-121). São Paulo: Cosac Naify.
- Kaminski, R. (2010a). A Presença das Imagens nas Revistas Curitibanas Entre 1900 – 1920. *Revista Científica/FAP*, 5, 149-170.
- Kaminski, R. (2010b). *O Belo Efêmero, O Gosto Brejeiro: Imagens da Vida Fugidia nas Revistas Curitibanas (1900 – 1920)*. Recuperado em 18 maio, 2023, de http://www.revistascuritibanas.ufpr.br/artigos/o_belo_efemero_o_gosto_brejeiro_imagens_da_vida_fugidia_nas_revistas_curitibanas_1910-1920.pdf
- Kaminski, R. (2014). Dimensões Modernas das Revistas Ilustradas: Curitiba, Início do Século XX. *Art&Sensorium*, 1, 31-42.
- Osinski, D. R. B. (1998). *Ensino da Arte: Os Pioneiros e a Influência Estrangeira na Arte-educação em Curitiba*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Queluz, M. L. P. (1996). *Olho da Rua: O Humor Visual em Curitiba (1907 – 1911)*. Dissertação de mestrado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba PR, Brasil.
- Queluz, M. L. P. (2007). O Humor Gráfico da Década de 20: Entre o Art Nouveau e o Art Deco. *Anais do Simpósio Nacional de História*. São Leopoldo, RS, Brasil, 24.
- Queluz, M. L. P. (2002). *Traços urbanos: a caricatura em Curitiba no início do século XX*. Tese de doutorado, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil.
- Salturi, L. A. (2009). Paranismo, movimento artístico do sul do Brasil no início do século XX. *Periferia*, 11, 1-22.

- Santana, C. J. M. (2019). *Um Piá na Urbe: Fragmentos de Modernização e Urbanização nas Figurinhas das Balas Zequinha (1929 – 1948)*. Tese de doutorado, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Sobral, J. (2005). J. Carlos Designer. In R. Cardoso (Org.). *O Design Brasileiro Antes do Design: Aspectos da História Gráfica, 1870 – 1960* (pp. 124-157). São Paulo: Cosac Naify.
- Sobral, J. (2007). *O Desenhista Invisível*. Rio de Janeiro: Folha Seca.
- Witikoski, A. R. (2009). *Design, Cultura e Tecnologia nos Rótulos de Cachaça da Cidade de Curitiba nas Décadas de 1950 e 1960*. Dissertação de mestrado, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.
- Witikoski, A. R. (2016). *Os Rótulos de Cachaça Litográficos do Paraná: Entre Transições Tecnológicas e Permanências Visuais (1930 – 1950)*. Tese de doutorado, Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR, Brasil.

Sobre as autoras

Ana Carolina Martins Pinheiro, Mestranda, UTFPR, Brasil <apinheiro@alunos.utfpr.edu.br>

Marilda Lopes Pinheiro Queluz, Doutora, UTFPR, Brasil <pqueluz@gmail.com>