

Características e Elementos dos Pôsteres Artísticos do Final do Século XIX

Characteristics and Elements of Artistic Posters of the End of the Century XIX

Rafael Hoffmann Maurilio¹
Faculdade SATC, SC

Resumo

Este short-paper tem como objetivo analisar brevemente a história e as características dos pôsteres artísticos do final do século XIX. Período que, devido ao avanço das técnicas de impressão, permitiu a integração entre a produção artística com a industrial. Foram analisados trabalhos de alguns dos mais influentes artistas da época como Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, os Irmãos Beggarstaff, entre outros, para, através da análise das características (cores, formas, tipografia, etc.) das suas produções, poder entender a importância e influência que esse período, considerado por alguns autores como o início do design gráfico profissional, representa para o design.

Palavras-chave: pôster, história, século XIX.

1. Introdução

O pôster artístico foi uma das essências da arte comercial. Ele incorpora atributos básicos ao design como equilíbrio, harmonia e proporção, permitindo que os designers menos sofisticados, basicamente tipógrafos, produzissem propagandas eficientes. Os pôsteres, entre os séculos XVI e XVII, reproduziam geralmente textos informativos. As soluções gráficas ainda não levavam em consideração a legibilidade a distância e o texto era corrido em caracteres pequenos, sua única função era a informação. O pôster de rua era uma peça de papel na qual um letrista ou pintor desenhava ou pintava uma imagem ou mensagem. Os pôsteres padrão eram feitos por tipógrafos que inseriam seus próprios tipos de madeira ou metal nas composições de impressão. Raimes e Bhaskaran (2007, p. 16) descrevem os pôsteres tipográficos da época como informativos, que utilizavam diversos tipos e tamanho de fontes apertando uma linha em cima da outra, o que era motivado mais pela economia do que pela estética. As fontes eram distorcidas, expandidas ou comprimidas para ocupar a linha. Famílias e de fontes eram misturadas, usavam-se linhas horizontais para quebrar o texto ou enfatizar algum aspecto. As palavras-chaves eram exageradas, e a informação secundária era apresentada em tamanhos de fonte pequenos que funcionavam como sublinhados visuais.



Figura 1: Pôster de Teatro, 1865
Fonte: Raimes, Bhaskaran, 2007, p. 16.

¹ rafael.maurilio@satc.edu.br

Cardoso (2004, p. 47-48) comenta que o ritmo de popularização do pôster foi determinado principalmente devido as mudanças na fabricação do papel e no processo de impressão. Essas novas tecnologias viabilizaram a partir de meados do século XIX a produção em larga escala de pôsteres, impressos inicialmente por processos xilográficos e posteriormente por litografia.

Esse período, ao final da Revolução Industrial, provocou mudanças em todos os aspectos da vida, com inovações tecnológicas que transformaram a sociedade em todos os níveis. A influência da Revolução Industrial nos pôsteres segundo Raimés e Bhaskaran (2007, p. 14) foi que ela

originou uma população alfabetizada e instruída, com rendimentos e novas necessidades de consumo, aberta a idéias e produtos que passaram a circular em um mercado em expansão. Os excedentes criados pela Revolução Industrial resultaram num aumento da concorrência no mercado, pois os fabricantes competiam para vender enormes quantidades de novos produtos. Combinado com avanços na tecnologia de impressão, essa tendência abriu as portas para a nova mídia da publicidade, que floresceu com velocidade impressionante.

Poshar² comenta que nesse meio tempo, o pôster deixou de ser só um veículo comunicador de massa, tornando-se um artigo colecionável, uma peça decorativa, uma obra de arte, um manifesto cultural ou até mesmo um meio anárquico de expressão.

Os muitos artistas que reproduziam cartazes tais como, Alphonse Mucha, Toulouse-Lautrec, Pierre Bonard, etc, acreditavam que o pôster seria o único meio capaz de levar suas obras às ruas e ao público. Contratados especificamente para produzirem cartazes, estes deixaram uma influência de extrema importância nas artes gráficas, especialmente, na construção e estruturação da publicidade moderna².

2. O Pioneirismo de Jules Chéret e Toulouse-Lautrec

Pode-se dizer que o pôster como conhecemos hoje nasceu com o francês Jules Chéret. Na década de 1860, ao voltar de um período de estudos em Londres, Chéret passou a produzir em seu estúdio e gráfica seus designs, que viriam a se tornar a configuração que foi a base dos pôsteres produzidos na Europa e Estados Unidos no final do século XIX. Os pôsteres produzidos por ele, como cita Hollis (2000, p. 5-6), normalmente, eram formados por uma única figura em tamanho natural – algumas reproduções chegavam a ter 2,5 metros de altura, com uma ou duas palavras-título desenhadas, tons claros e cores primárias e, ocasionalmente um slogan. A figura solitária, que parecia flutuar sobre o suporte de fundos coloridos, combinada com o pouco texto era forma mais utilizada de juntar texto e imagem.



Figura 1: *La Loie Fuller*, Jules Chéret, 1893
Fonte: Hollis, 2000, p. 6.

² Disponível em < <http://www.insite.pro.br/Ensaio%20Andr%C3%A9%20Poshar.htm>>. Acesso em 29 set. 2008.

Sua modelo virou moda e foi apelidada de “cherrete” – descritas por Rota-Rossi³ como uma jovem de pouca estatura, cintura estreita e seios fartos, com a boca pintada em forma de coração e as bochechas arredondadas com blush rosado. Nesse período o apelo estético do pôster era a maior preocupação do artista, tanto que a utilização de uma imagem concreta de um produto era rara. Na Paris daquela época, que passava por uma intensa revitalização urbana que formaria a cidade como conhecemos hoje, os cartazes de Chéret apareceram como uma nova forma de alegrar a cidade e de acompanhar seu rejuvenescimento.

Ao final da década de 1880 o estilo criado por Chéret amadureceu ao ser logo adotado e desenvolvido por outros artistas. O mais notório foi Henri de Toulouse-Lautrec que, inspirado pela vida boêmia de Paris, criou pôsteres para cabarés - entre eles o célebre Moulin Rouge do qual era freqüentador assíduo, com composições menos rebuscadas e detalhistas do que o que era feito na época, além de conseguir da melhor forma compatibilizar texto e ilustração. Lautrec fez apenas 31 cartazes, suficientes, segundo Rota-Rossi³ para modificar a futura comunicação visual – uso de massas totalmente pretas e chapadas, figuras caricaturais e integração das letras com o desenho. Seus pôsteres até hoje, são exemplo e inspiração não só para o design gráfico, mas para as artes plásticas como um todo.

Neste período, na virada do século XIX, Paris era considerada pelos artistas que moravam fora da França a capital artística do mundo e esses artistas olhavam para o pôsteres de Chéret e Lautrec com admiração. Na Itália, Milão, segundo Hollis (2000, p. 6), foi uma das cidades que produziu algumas das obras mais significativas e originais, chegando a alguns momentos chegou a desafiar Paris. Uma das características dos pôsteres italianos na época era a sobreposição uma imagem tridimensional e realista, normalmente homens e mulheres despidos, contra um fundo de cor uniforme, seguindo os costumes do final do século XIX. Esses pôsteres, ao contrário dos de Chéret com sua coloração quase transparente e tons primários, apresentavam traços uniformes e cores vivas, o que era favorecido principalmente pelas melhores técnicas de reprodução.



Figura 1: Pôster *Tintas Federazione Italiana*, Marcello Dudovich, 1899-1900
Fonte: Hollis, 2000, p. 8.

Foi a partir desse momento, com a introdução de imagens mais realistas e a evolução das técnicas de reprodução, que a produção artística começou a se integrar com a produção industrial, pois enquanto os pôsteres para espetáculos de ópera eram ilustrações decorativas, os que anunciavam bens de consumo começaram a associar a representação realista do produto a uma simbolização de suas propriedades.

³ Disponível em <<http://cursos.unisantabr/artes/artigos/beatriz/artbeatriz5.htm>>. Acesso em 29 set. 2008.

3. Art Nouveau

Inspirado pelo movimento Arts and Crafts, o Art Nouveau surgiu na Europa, no final dos anos 1880, e tornou-se um estilo que abrangeu todas as áreas das artes visuais e da arquitetura. Como definem Raimés e Bhaskaran (2007, p. 24) o Art Nouveau rejeitou os historicismos e buscou inspiração na natureza, motivos florais e orgânicos, traços sinuosos e linhas desenhadas com contornos caracteristicamente pesados.

O Art Nouveau afastou-se dos matizes sombrios da Era Vitoriana. Predominavam tons não-saturados e terrosos, que refletiam a natureza orgânica do design. Azul, água, verde e malva eram contrabalançados com marrom-ferrugem, laranja e ocre. Tons lavanda eram geralmente usados como um contraponto mais frio às tonalidades mais escuras. A cor era usada de forma harmoniosa, evitando contrastes brilhantes ou chocantes. A tipologia do Art Nouveau é estilizada, elegante e com fontes extremamente decorativas, derivadas de formas orgânicas. Incluem acabamentos decorativos, “cinturas” altas ou baixas, formas triangulares e diagonais dos caracteres, ênfase nas partes superior ou inferior e linhas transversais angulosas. (RAIMES; BHASKARAN, 2007, p. 24-25)

De acordo com Tambini (2002, p. 222), a influência do estilo decorativo do Art Nouveau chegou aos pôsteres fazendo com que toda sua área se tornasse parte de uma superfície texturizada. Um dos expoentes mais famosos do design Art Nouveau de pôsteres, o artista checo que trabalhava em Paris Alphonse Mucha, representava em seu trabalho belas figuras femininas cujos rostos e corpos tinham contornos suaves, de longos cabelos ondulados fabulosamente trabalhados, emoldurados por uma decoração floral e traços orgânicos. Seus pôsteres eram animados por letras criativas.



Figura 1: *Job*, Alphonse Mucha, 1898
Fonte: Hollis, 2000, p. 7.

Até esse momento, o cartaz artístico era praticamente desconhecido nos Estados Unidos. O início do interesse dos estadunidenses pelos pôsteres se deu graças a popularização dos pôsteres para revistas, principalmente da *Harper's Magazine*. Hollis (2000, p. 9) diz que o estilo dos pôsteres estadunidenses foi desenvolvido em obras como uma versão acadêmica e mais contida da Art Nouveau integrando ilustrações com letras mais originais dotadas de um peso decorativo que combinava com seu desenho. Um dos principais artistas de pôsteres nos Estados Unidos nessa época foi Will H. Bradley, cuja carreira de designer estendeu-se por boa parte do século XX. “Seus trabalhos que brilhantemente reinventaram os maneirismos da Art Nouveau utilizando letras inspiradas em modelos medievais e renascentistas. (...) Bradley adotou as

bordas decorativas e as grandes áreas em preto e branco em contraste com traços finos, desenvolvidos especialmente” (HOLLIS, 2000, p. 10).

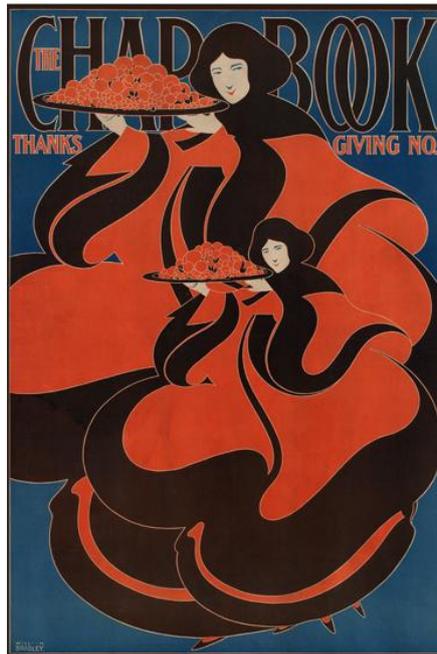


Figura 1: Pôster para a revista *The Chap Book*, Will Bradley, 1899
Fonte: Raimés, Bhaskaran, 2007, p. 15.

Outro artista da época que merece destaque é o inglês Audrey Beardsley, criador de ilustrações em preto e branco ele foi um dos últimos expoentes da Art Nouveau a trabalhar com pôsteres. Uma das maiores contribuições de Beardsley foi a integração mais efetiva dos textos, que em seus designs ficavam separados da imagem, ao pôster.

Já nos últimos anos do século XIX, a coqueluche do cartaz estava em seu maior apogeu. Os países europeus competiam entre si lançando artistas publicitários influenciados ora por Lautrec e Chéret, ora por Mucha. A Itália está pronta para publicar as obras de cartazistas do mundo inteiro graças à alta qualidade técnica da editora Ricordi, que tinha se preparado para trabalhar com eficiência nesse campo. O boom do cartaz está montado – roubam-se cartazes da rua, compram-se edições caríssimas para colecionadores, se fazem exposições e em 1898 nasce a revista inglesa *The Posters*.⁴

4. Início do Moderno

Para Hollis (2000, p. 10) a integração do letreiro com um uso mais informativo que decorativo, foi introduzida por dois artistas ingleses, que durante um breve período no final do século XIX dominaram a arte de fazer pôsteres no país, eles se autodenominavam “Irmãos Beggarstaff”. William Nicholson e James Pryde lutavam para serem artistas comerciais e, para ganhar dinheiro, abriram um estúdio que era dedicado à revitalização da arte do pôster comercial. Eles foram os primeiros a propor a técnica de colagem, que ainda não era conhecida por esse nome, que empregavam para criar de silhueta, pois “era uma maneira muito econômica de produzir pôsteres para reprodução já que os tons eram todos uniformes. Seus designs eram geralmente assimétricos, utilizando letras pesadas para contrabalançar o peso da imagem, e restringiam-se a apenas duas ou três cores” (HOLLIS, 2000, p. 10-11). Raimés e Bhaskaran (2007, p. 32) complementam que a dupla pela utilizava desenhos básicos porque, além de serem de baixo custo para produção, acreditavam as pessoas ao passarem com pressa não perceberiam muitos detalhes do cartaz. Por essa razão, uma simples figura ou um contorno que pudesse ser associado a algum produto teria mais impacto.

⁴ Disponível em <<http://cursos.unisantabr/artes/artigos/beatriz/artbeatriz5.htm>>. Acesso em 29 set. 2008.

O método dos Beggarstaff de recortar os desenhos do papel resultava em áreas de cores nítidas e chapadas. Às vezes eram escolhidas cores conflitantes, como vermelho e verde, por exemplo, para produzir um efeito óptico vibrante. O *lettering* era desenhado à mão ou recortado em papel e, por isso, tendia a ser deformado e variar de tamanho. (RAIMES; BHASKARAN, 2007, p. 32)



Figura 1: *Hamlet*, Beggarstaff, 1894
Fonte: Hollis, 2000, p. 10.

Embora tenham produzido menos de vinte pôsteres (as fontes não são exatas) durante sua associação, foram considerados inovadores no nascimento do design gráfico moderno ao introduzirem uma nova linguagem, enriquecendo o pôster e criando para ele uma expressão própria. “Os artistas de pôsteres desse período demonstraram a liberdade estética e ousadia criativa que se seguem ao primeiro contato com a inovação técnica na área de produção e reprodução gráficas” (HOLLIS, 2000, p. 11).

No final do século XIX quando alguns artistas como Audrey Beardsley e os Beggarstaff, ao invés de usar os caracteres tipográficos padrão, desenhavam eles mesmo as letras dos textos, e quando se responsabilizavam por cada elemento do design que deveria ser reproduzido, de acordo com Hollis (2000, p. 11) estavam praticando aquilo que mais tarde ficou conhecido como design gráfico.

5. Referências Bibliográficas

HOLLIS, Richard. **Design gráfico: uma história concisa**. São Paulo: Martins Fontes, 2000.

RAIMES, Jonathan, BHASKARAN, Lakshmi. **Design retrô: 100 anos de design gráfico**. São Paulo: Editora Senac, 2007.

ROTA-ROSSI, Beatriz. **A “arte total” dos cartazes**. Disponível em <<http://cursos.unisanta.br/artes/artigos/beatriz/artbeatriz5.htm>>. Acesso em 29 set. 2008.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgar Blücher, 2004

POSHAR, Andréa. **A influência estética dos cartazes artísticos na publicidade moderna**. Disponível em <<http://www.insite.pro.br/Ensaio%20Andr%C3%A9a%20Poshar.htm>>. Acesso em 29 set. 2008.