

Aline Dias Anile

Iniciação Científica PIBIQ-CNPq 2012-2013

A Curitiba do início do século XX e a *Revista do Povo* – o contexto social da época e sua articulação com as imagens apresentadas pelo periódico

Relatório apresentado à Coordenadoria de Iniciação Científica e Integração Acadêmica da Universidade Federal do Paraná por ocasião da conclusão das atividades de Iniciação Científica - Edital 2012-2013.

Rosane Kaminski / Departamento de História

Ilustrações de periódicos curitibanos entre 1900-1920 – uma investigação sobre os aspectos históricos e estéticos da imagem/ **2008023032**

Curitiba
2013

A Curitiba do início do século XX e a *Revista do Povo* – o contexto social da época e sua articulação com as imagens apresentadas pelo periódico

RESUMO

Influenciado pelos ares da modernidade e da *belle époque* que chegavam da Europa, o Brasil assiste a um surto de publicações ilustradas entre o final do século XIX e o início do século XX. Em Curitiba, a modernização das técnicas gráficas e das máquinas possibilitou o surgimento de diversas revistas ilustradas. Dentre elas, a *Revista do Povo*, que circulou na capital paranaense entre 1916 e 1920 e que foi uma das poucas que conseguiu manter uma periodicidade regular. Mesmo assim, nenhum pesquisador havia ainda dedicado-se a seu estudo. Sendo assim, este trabalho propôs-se a analisar o projeto gráfico e as imagens que circularam no periódico. O material iconográfico estava presente na revista na forma de fotografias documentais, fotomontagens, caricaturas, ilustrações, poemas ilustrados, charges, elementos gráficos ornamentais, fotografias celebrativas e anúncios publicitários. Como verificamos que a maior parte das imagens do periódico era veiculada no formato de anúncios, nos debruçamos na análise dos mesmos para buscar compreender de que maneira o discurso da modernidade se fazia presente nessas representações visuais. A partir do cotejamento dessas análises visuais com outras pesquisas históricas já realizadas sobre o período, apresentamos aqui um estudo sobre as funções e significações deste tipo de imagens que circulavam na *Revista do Povo*. Através da pesquisa, foi possível verificar que esses anúncios auxiliavam na construção da imagem da modernidade em Curitiba e entender de forma mais abrangente como o discurso da modernidade se construía a partir de diferentes linguagens e significações.

OBJETIVO

Este trabalho tem como objeto de estudo as características visuais e semânticas da *Revista do Povo*, que circulou em Curitiba entre 1916 e 1920. A proposta de estudo se enquadra numa tendência historiográfica contemporânea, que, cada vez mais, utiliza imagens como fonte histórica e também que, em função disso, estabelece relações com outras áreas do saber, como design, arte e comunicação. Influenciado pelos ares da modernidade e da *belle époque* que chegavam da Europa, o Brasil assiste a um surto de publicações ilustradas entre o final do século XIX e o início do século XX. Em Curitiba, a modernização das técnicas gráficas e das máquinas possibilitou o surgimento de diversas revistas ilustradas. Dentre elas, a *Revista do Povo* foi uma das poucas que conseguiu manter uma periodicidade regular. Este projeto se propõe a identificar os assuntos abordados pela *Revista do Povo* e verificar de que maneira as características gráfico-visuais e as imagens se articulam com esses temas. Para isso, torna-se imprescindível compreender em que contexto histórico-social o periódico foi produzido, identificar os tipos de imagens publicadas no periódico e as funções que eram atribuídas a esse material iconográfico. A *Revista do Povo* é uma fonte rica para se obter conhecimentos sobre a época em que foi produzida e sobre a constituição de um campo visual em Curitiba, por ter mantido uma periodicidade regular e por conter um grande número de imagens. Mesmo assim, nenhum pesquisador dedicou-se ainda a seu estudo. Em função disso, esta pesquisa pretende analisar o

projeto gráfico e as imagens veiculadas na *Revista do Povo* (sua funções e sua ligação com os temas abordados pelo periódico), articulando-os ao contexto sócio-cultural da Curitiba do começo do século XX, a partir do cotejamento dessas análises visuais com outras pesquisas históricas já realizadas sobre o período. Os objetivos da análise são:

1. Compreender qual era o conceito de modernidade que chegava ao Brasil e em Curitiba entre o final do século XIX e o início do XX;
2. Entender de que maneira as fontes visuais eram utilizadas na *Revista do Povo* para a construção dessa modernidade, ou seja, buscar entender como as propagandas inseridas no periódico atuaram como um dos elementos participantes do ideário e das transformações técnicas que compõe a modernidade.

INTRODUÇÃO

Bondes, carros, trens, aviões, telefones, fonógrafos, gramofones e cinematógrafos. Esses eram apenas alguns dos símbolos da modernidade que chegavam da Europa ao Brasil entre o final do século XIX e o início do século XX. E não eram apenas as novidades científicas e tecnológicas que estavam sendo difundidas ao mundo através das grandes potências, que se colocavam como um modelo universal a ser seguido.

E assim como outras grandes cidades brasileiras, como Rio de Janeiro e São Paulo, Curitiba também desejava se tornar um modelo de cidade burguesa da *belle époque*. Em função disso, nas primeiras décadas do século XX, a capital paranaense passou por intensas transformações. A população crescia de forma considerável, as atividades comerciais e industriais estavam se desenvolvendo mais rapidamente, o número de construções aumentava e diversas novidades tecnológicas surgiam e estavam cada vez mais presentes no cotidiano curitibano. Tudo em função do desejo de modernização, urbanização e europeização. O grande modelo inspirador para tal empreendimento estava na cidade de Paris.

A distância espacial, as diferenças históricas e materiais entre a jovem república brasileira e os grandes centros industriais europeus não representavam empecilhos ao sonho e ao desejo de usufruir das novidades tecnológicas, das descobertas científicas, das concepções higiênicas e de organização espacial, modas, arte, produtos, formas de lazer; de um modo de vida irradiado pelas metrópoles internacionais como Paris e Londres. A população de Curitiba também queria fazer parte do mundo dito *civilizado*.¹

A imprensa está inserida nesse processo de desenvolvimento, embelezamento, limpeza e de diversas outras intervenções no quadro urbano para tornar Curitiba uma cidade moderna. Nas primeiras décadas do século XX, os jornais diários e as revistas constituíam-se como os principais meios de comunicação. Com a modernização das técnicas gráficas, das máquinas e a organização do trabalho, houve um *boom* no surgimento de publicações ilustradas na virada do

¹BENVENUTTI, Alexandre Fabiano. *As Reclamações do povo na Belle Époque*. p.11. Grifo do autor.

século XIX para o século XX. “Nos primeiros cento e tantos anos da bicentenária trajetória da imprensa brasileira, o desempenho de alguns processos de reprodução e impressão não deixou a desejar em relação aos países mais adiantados”.²

Em Curitiba, a atividade artesanal e artística adquire intensidade a partir da emancipação da província, em 1853. Cândido Martins Lopes funda, em 1854, a Typographia Paranaense, que foi a única do Estado durante muito tempo. Antes disso, a maioria das publicações de Curitiba era impressa em São Paulo ou no Rio de Janeiro. Aos poucos, são criadas outras oficinas tipográficas para dar conta das novas publicações que vão surgindo.

O setor começa a se profissionalizar e surgem diversos artistas e especialistas para trabalhar na indústria gráfica. Conforme o historiador paranaense Rocha Pombo apontou em 1900, foi a transformação de Curitiba em um “centro cosmopolita” que possibilitou o surgimento e o desenvolvimento da imprensa na capital paranaense.

Há em plena atividade, dentro do quadro urbano, mais de trezentas fábricas e oficinas e no município todo, perto de 600! Já se funde em Curitiba tão perfeitamente como no Rio. Já se grava e já se fazem, em suma, todos os trabalhos de impressão tão bem como nos melhores da Europa.³

Foi nesse contexto que surgiu a *Revista do Povo*, que circulou em Curitiba de 1916 a 1920. A *Revista do Povo* foi uma das poucas que manteve uma periodicidade regular, circulando ao longo de quase cinco anos. No editorial de sua primeira edição, seus redatores (Paulino de Almeida, Rogerio Motta e Aureliano Silveira) afirmam que “nossa Revista, não tem por fim satisfazer a imaginação doentia de um reduzidíssimo círculo de indivíduos, por isso que fizemos-a de um cunho eminentemente popular, unicamente para servir a coletividade, esperando haurir de seu bom acolhimento o prestígio que necessitamos ao prosseguimento de nossa rota”. Além disso, os redatores apontam que a publicação era uma “revista literaria, scientifica, industrial, humorística, commercial e illustrada”, que não possuía “ligações partidarias, sejam politicas, intellectuaes ou religiosas”.⁴

Para identificar os assuntos abordados pela *Revista do Povo* e verificar de que maneira as características gráfico-visuais e as imagens se articulam com esses temas, foi imprescindível compreender em que contexto histórico-social o periódico foi produzido, identificar os tipos de imagens publicadas no mesmo e as funções que eram atribuídas a esse material iconográfico. Isso porque, conforme Ulpiano Meneses, as imagens só ganham significado se levarmos em conta não apenas as suas condições de produção, mas também suas condições de apropriação e significação.

² ANDRADE, Joaquim Marçal Ferreira de. *Processos de reprodução e impressão no Brasil, 1808-1930*. In: CARDOSO, Rafael (org.). *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009. p.45.

³ ROCHA POMBO, José Francisco da. *O Paraná no Centenário (1500 - 1900)*. Rio de Janeiro: José Olympio; Curitiba: Secretaria de Estado da Cultura e do Esporte do Estado do Paraná, 1980. p.141.

⁴ *Revista do Povo*. Número 1, outubro de 1916. Curitiba, PR. Biblioteca Pública do Paraná. Setor Paranaense – Periódicos.

As imagens não têm sentido em si, imanentes. Elas contam apenas — já que não passam de artefatos, coisas materiais ou empíricas — com atributos físico-químicos intrínsecos. É a interação social que produz sentidos, mobilizando diferencialmente (no tempo, no espaço, nos lugares e circunstâncias sociais, nos agentes que intervêm) determinados atributos para dar existência social (sensorial) a sentidos e valores e fazê-los atuar. Daí não se poder limitar a tarefa à procura do sentido essencial de uma imagem ou de seus sentidos originais, subordinados às motivações subjetivas do autor, e assim por diante. É necessário tomar a imagem como um *enunciado*, que só se apreende na fala, em situação. Daí também a importância de retrazar a biografia, a carreira, a trajetória das imagens.⁵

Portanto, nesta pesquisa, procuramos mostrar como algumas propagandas da *Revista do Povo* apresentavam a modernidade e apontavam para os símbolos dos “novos tempos” ao seu público. Em um primeiro momento, nos detivemos na revisão bibliográfica sobre o conceito de modernidade em Curitiba no final do século XIX e no início do XX. Depois, buscamos compreender como se deu o *boom* das publicações ilustradas no período. Por último, analisamos as propagandas que a *Revista do Povo* apresentava para entender que funções eram atribuídas a esse material iconográfico e de que maneira ele apresentava a modernidade para seus leitores.

REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Conforme a pesquisadora Rosane Kaminski, que realizou um levantamento nos acervos de periódicos de Curitiba, havia mais de sessenta títulos de revistas e almanaques publicados na cidade entre 1900 e 1920⁶. As revistas da época tendiam a ser direcionadas para um público restrito, com interesses particulares. Eram revistas de literatura, comércio, ciência e política, por exemplo. “Em sua maioria, eram revistas produzidas para as camadas mais instruídas – as chamadas elites urbanas – por um grupo muito restrito de autores, artistas e editores, quase todos conhecidos entre si”.⁷

A *Revista do Povo* vai contra essa corrente, pois ela se propõe a produzir um conteúdo mais diversificado e superficial para atingir um público mais amplo e indefinido. A grande quantidade de anúncios veiculados na revista também evidencia o seu caráter publicitário. Além disso, uma característica marcante do periódico é a presença de muitas imagens em seu conteúdo. A maior parte dessas imagens estava vinculada à publicidade, mas o material iconográfico também era utilizado em fotografias documentais, fotomontagens, caricaturas, ilustrações, poemas ilustrados, charges, elementos gráficos ornamentais e fotografias celebrativas.

⁵ MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. *Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, medidas cautelares*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v.23, nº45, p.11-36, 2003. p.28. Grifo do autor.

⁶ Sobre mais questões relacionadas ao número e ao tipo de periódicos existentes em Curitiba na época, ver: KAMINSKI, Rosane. *A presença das imagens nas revistas curitibanas entre 1900-1920*. Revista Científica da FAP, Curitiba, v.5, p.149-170, jan/jul 2010.

⁷ CARDOSO, Rafael. *O projeto gráfico no Brasil*. In: CARDOSO, Rafael (org.). *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009. p.79.

Além da presença da publicidade comercial, outro traço constante em grande parte das revistas desse grupo é o apelo ao sentimento cívico dos leitores, por meio da associação dos títulos e dos conteúdos com aspectos do regionalismo e o nacionalismo. Nos títulos, são recorrentes as palavras: Paraná, Sul, Brasil, Pátria, União.⁸

O entendimento do projeto gráfico da publicação nos revela muito. Através da compreensão de como o periódico era produzido - desde sua diagramação, impressão, utilização de tipos e cores, formato, papel utilizado, dentre outras questões – podemos visualizar quais eram as intenções e o que era privilegiado pelos produtores da publicação.

Não existe objeto gráfico sem planejamento. [...] São necessárias várias etapas, que incluem a confecção de tipos e a composição de páginas, além da impressão propriamente dita, dentre outras atividades mais especializadas ainda. Isto, sem nem falar da gravura de imagens, ou até mesmo da fabricação de papel empregado para imprimir.⁹

O trabalho com documentos imagéticos está inserido em uma lógica de construção e desconstrução de representações, pois se sabe que a imagem não ilustra e nem reproduz a realidade, mas sim a constrói através de uma linguagem própria, influenciada pelo contexto histórico do qual ela faz parte. E é essa especificidade da imagem que se pretende desvendar através dessa pesquisa.

Para compreender melhor o cenário das revistas curitibanas no período, utilizamos o material da historiadora Rosane Kaminski, que fez um levantamento das revistas curitibanas de 1900 a 1920 no artigo *A presença das imagens nas revistas curitibanas entre 1900 e 1920*. Os trabalhos de Marilda Queluz sobre a revista *A Bomba* e sobre as charges veiculadas em várias revistas curitibanas ilustradas no início do século XX também foram úteis para nos fornecer informações sobre o desenvolvimento dos periódicos em Curitiba e suas especificidades.

A imagem de Curitiba moderna

Em 1854, Curitiba foi elevada a capital da província. Porém, a mudança não modificou o cotidiano de seus moradores e nem o dia a dia da capital paranaense. A cidade permaneceu “modesta e acanhada”, conforme a historiadora Maria Ignês Mancini de Boni, até meados da década de 1870, quando a população começou a crescer e uma grande corrente migratória teve início.

A vida da cidade, no seu cotidiano, não foi alterada por questões consideradas maiores pela História tradicional. A mudança do regime político não encontrou no Paraná “qualquer resistência. A República se fez (...) como se fora apenas mais

⁸ KAMINSKI, Rosane. *A presença das imagens nas revistas curitibanas entre 1900-1920*. Revista Científica da FAP, Curitiba, v.5, p.149-170, jan/jul 2010. p.164.

⁹ CARDOSO, Rafael. *O projeto gráfico no Brasil*. In: CARDOSO, Rafael (org.). *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009. p.67.

uma troca de Ministério”. [...] Alterações de caráter demográfico e social, no entanto, agitaram a pacata capital paranaense.¹⁰

As alterações que causaram mudanças na tranquila Curitiba vinham do outro lado do Atlântico, de Paris, que representava o progresso e a modernidade, a renovação e o refinamento. Difundia-se um estilo de vida urbana que deixava para trás as “roceirices” e o antigo.

Por detrás desses eventos irradiava-se uma nova cultura, um modo de vida dito civilizado, racional, regido pela ciência; e as metrópoles dessas potências industrializadas, principalmente Paris, Londres e Nova Iorque, representavam o expoente daquele progresso.¹¹

Ávida pelas mudanças, Curitiba procurava construir a auto-imagem de uma cidade moderna, urbanizada. E esse anseio de progresso se aproximava das melhorias técnicas, nos transportes e nas comunicações, e à mecanização, que já se tornava uma realidade na capital paranaense. Dessa forma, a população acreditava viver em uma cidade encantada, moderna e urbana, assim como Paris e São Paulo. Essa modernização alimentou diversas ilusões sobre a cidade, como pode ser notado nesse trecho de *Paraná Pour L'Étranger*, de 1907, escrito por Alcides Munhoz, que apresenta Curitiba para os estrangeiros, convidando-os para conhecer a capital maravilhosa:

Curitiba, a capital do Estado do Paraná é uma cidade vasta e cosmopolita. [...] A cidade é bela por sua topografia, por seu grande movimento e pela beleza de seus edifícios suntuosos. [...] Ainda que seja, desde já, bastante populosa e crescida, cresce ainda sensivelmente. Tudo é moderno e pitoresco em Curitiba. Possui ruas já bem pavimentadas, avenidas de árvores cobertas de folhas, um serviço regular de *tramways*, luxuosos carros puxados por gigantescos e fogosos cavalos, etc. Em Curitiba encontrarão também a indústria. Há, aqui, grandes fábricas de telhas, de palitos de fósforos, de móveis, de objetos de arte, fundição de metais [...] Além disso, há a imensa usina de produção de energia elétrica para a iluminação da cidade.¹²

Segundo a historiadora Angela Brandão, Curitiba funcionava como uma vitrine para as novidades da civilização burguesa européia. E o público, independente da idade e da classe social, assistia a tudo com entusiasmo. Na modernidade, tudo era um espetáculo: um parque de diversões, uma loja de novidades, uma invenção e até mesmo a subida de um balão. Eventos como esses reuniam grandes multidões, que pagavam ingressos e esperavam ansiosos e com grandes expectativas o “show” de novidades.

¹⁰ BONI, Maria Ignês Mancini de. *O espetáculo visto do alto; vigilância e punição em Curitiba (1890-1920)*. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 1998, p.10.

¹¹ BENVENUTTI, Alexandre Fabiano. *As Reclamações do povo na Belle Époque: a cidade em discussão na imprensa curitibana (1909-1916)*. Curitiba: Universidade Federal do Paraná, 2004. (Dissertação de Mestrado em História). p.14-15.

¹² MUNHOZ, Alcides. *Paraná pour l'Étranger*. 1907 apud BRANDÃO, Angela. *A fábrica de ilusão: o espetáculo nas máquinas num parque de diversões e a modernização de Curitiba (1905-1913)*. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba: Fundação Cultura de Curitiba, 1994. p.90.

A imprensa está inserida nesse processo de desenvolvimento, embelezamento, limpeza e de diversas outras intervenções no quadro urbano para tornar Curitiba uma cidade moderna. Nas primeiras décadas do século XX, os jornais diários e as revistas constituíam-se como os principais meios de comunicação. Dessa forma, eram eles os responsáveis por difundir a modernidade que chegava à capital paranaense. E, através deles, é possível notar as ilusões que se criaram em torno desse assunto, ou seja, o que pensavam e o que queriam que pensassem sobre a Curitiba moderna.

As falas veiculadas pelo jornal e pela revista fazem parte de uma “gramática” que é coletiva. Nesse sentido, são lidas, não como expressões individuais, porém como coletivas. [...] Nesta perspectiva, o jornal ou a revista ganham importância, não porque sejam lidos pela comunidade, em porque estabeleçam uma determinada leitura dela, mas porque são produzidos por homens que fazem parte dessa cultura e que, a menos que sejam gênios ou loucos, usam de uma linguagem comum. Tal importância não está perdida mesmo que se leve em conta a restrita circulação desses veículos, diante do analfabetismo ou do pouco caso pela expressão escrita.¹³

As páginas de jornais e revistas da época estão repletas de páginas de publicidade que, além de anunciarem as novidades e os produtos à venda, também registram a admiração do público perante às máquinas e à modernização. Assim acontecia também com a *Revista do Povo*. Os anúncios publicitários do periódico possuíam o formato quadrado ou retangular e eram compostos pela junção de textos e imagens (fotografias e ilustrações, sendo a primeira mais utilizada). A maior parte dos anúncios era em preto e branco e todos possuíam uma moldura decorativa ao redor, que visava delimitar o espaço destinado à publicidade.

Nas imagens retiradas de anúncios da *Revista do Povo*, percebe-se a presença de diversos símbolos dessa modernidade: a indústria, as máquinas, o carro e as lojas de novidades. Pode-se notar a imagem que a cidade gostaria de projetar sobre si mesma: urbana, civilizada e moderna. É como se essas imagens “dissessem”: o progresso já chegou a Curitiba.

Durante esse período, a cidade passou por diversas transformações e recebeu muitas melhorias. A atividade comercial e o consumo aumentaram, a energia elétrica passou a ser mais utilizada, novos meios de transporte (bonde e automóvel) e de comunicação (cinema e fotografia) surgiram e alteraram a vida urbana. Mas nem tudo que se apresentava era “modernidade” e “progresso”, como afirmava o historiador Rocha Pombo:

O movimento da cidade é extraordinário, e a vida de Curitiba é já a vida afanosa de um grande centro. Existem mais de trinta sociedades, clubes e instituições de ordem popular. Contam-se seis colégios particulares, cinco livrarias, nove tipografias, muitas de primeira ordem, e uma litografia importantíssima [...] Curitiba, como S. Paulo, como tantas cidades de Santa Catarina e do Rio Grande do Sul, é um centro cosmopolita.¹⁴

¹³ BRANDÃO, Angela. *A fábrica de ilusão: o espetáculo nas máquinas num parque de diversões e a modernização de Curitiba (1905-1913)*. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba: Fundação Cultura de Curitiba, 1994. p.46-47.

¹⁴ ROCHA POMBO, José Francisco da. *O Paraná no Centenário (1500 - 1900)*. Rio de Janeiro: José Olympio; Curitiba: Secretaria de Estado da Cultura e do Esporte do Estado do Paraná, 1980. p.141.

Com a população crescendo em demasia, a estrutura da cidade não foi suficiente e diversos problemas começaram a surgir. A economia - cuja principal atividade era a extração do mate e o café - passava por dificuldades. Problemas higiênicos e sanitários causavam pestes e doenças, que acometiam tanto os pobres quanto os “homens bons”. E, obviamente, esses problemas não eram retratados - e relatados - com frequência, já que iam contra a ideia de progresso e modernização que Curitiba desejava transmitir. Totalmente contrário à fala de Rocha Pombo, o editorial do jornal *Diário da Tarde* de 1900 mostra o descontentamento em relação à estrutura da cidade:

Falta-nos tudo: não temos água potável; não existem esgotos para detritos de nossa já não pequena população; muitas ruas de grande trânsito exigem calçamento; o nosso passeio público, único logradouro que possuímos, está quase que abandonado; as nossas praças e vias mostram-se sujas e descuidadas; a limpeza pública não satisfaz.¹⁵

Em função disso, a modernização da cidade passa a por um processo de “higienização”, onde construir o progresso depende da capacidade de moldar hábitos e comportamentos. Diversas leis e normas são criadas para garantir a beleza da cidade e sua limpeza.

A principal característica da modernidade, conforme David Harvey, é a transitoriedade. Na modernidade, tudo é novo, desconhecido. As inovações surgem de repente e a todo instante, sem que as pessoas tenham tempo para assimilar e refletir sobre tal fato.

Foi durante o século XVIII, com o Iluminismo, que se deu início a discussão sobre o processo de modernização. O objetivo era utilizar o conhecimento para buscar a emancipação humana e o desenvolvimento do cotidiano. A ciência e a racionalidade trabalhariam em favor da liberdade humana universal.

Ser moderno é encontrar-se num ambiente que promete aventura, poder, alegria, crescimento, transformação de si e do mundo – e, ao mesmo tempo, que ameaça destruir tudo o que temos, tudo o que sabemos, tudo o que somos. Os ambientes e experiências modernos cruzam todas as fronteiras da geografia e da etnicidade, da classe e da nacionalidade, das religiões e da ideologia; nesse sentido, pode-se dizer que a modernidade une toda a humanidade.¹⁶

Nesse sentido, a modernidade, além de unir as pessoas como parte de um todo, gera uma ruptura com o passado em função das constantes renovações e fragmentações que ela provoca.

Para Baudelaire, que analisa a modernidade pelo viés da beleza, apesar dela tratar do presente e do momento atual, ela também é transitória e repleta de metamorfose. Segundo o autor, todos os tempos tiveram a sua “modernidade”, que consistiria em uma atitude em relação à

¹⁵ *Diário da Tarde*, 15 de junho de 1900 apud BONI, Maria Ignês Mancini de. *O espetáculo visto do alto; vigilância e punição em Curitiba (1890-1920)*. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 1998, p.33.

¹⁶ HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. 17ª edição. São Paulo: Loyola, 2008. p. 21.

maneira com a qual eu contemplo esse tempo, seja pelos padrões sociais, pela arte ou pelo perfil de comportamento e costume. “A Modernidade é o transitório, o efêmero, o contingente, é a metade da arte, sendo a outra metade o eterno e o imutável”.¹⁷ Para abordar os conceitos de modernidade, também utilizamos os autores Ben Singer e Renato Ortiz.

MATERIAIS E MÉTODOS

O trabalho foi constituído basicamente de duas etapas. Primeiramente, realizamos uma revisão bibliográfica para traçar um quadro teórico que forneceu sustentação ao desenvolvimento da pesquisa. A pesquisa bibliográfica resultou do processo de levantamento de dados e informações que já foram publicadas sobre o contexto histórico-social de Curitiba no início do século XX e a modernidade. Além disso, o trabalho também valeu-se de estudos já publicadas sobre a questão das imagens presentes em revistas. Para isso, foram utilizados os trabalhos de autores como Charles Baudelaire, Jürgen Habermas, José Murilo de Carvalho, Boris Fausto, Renato Ortiz, Rafael Cardoso, Isabel Lustosa, Marco Antonio Silva, Elias Thomé Saliba, Rosane Kaminski, Ana Luiza Martins, Nicolau Sevcenko, dentre outros.

O trabalho também foi estruturado a partir de uma análise dos exemplares da *Revista do Povo* (*Revista do Povo* – número 1 ao 37 – 1916/1920), que estão disponíveis para consulta na Biblioteca Pública do Paraná, localizada em Curitiba. Tal análise é importante para examinar os elementos iconográficos e também as características gráfico-visuais que compõe o periódico. Para realizar adequadamente o exame das imagens da revista, nos baseamos em uma abordagem interdisciplinar. Em função disso, nos valem também de trabalhos de pesquisadores de outras áreas do saber, como história da arte, design e comunicação. Alguns autores que utilizamos como referenciais nessas áreas são: Sérgio Caparelli, Newton Carneiro, Nelson Sodré, Ana Maria Maud, Rafael Cardoso Denis, dentre outros.

Todos os exemplares da *Revista do Povo* foram fotografados para a pesquisa. Depois, separou-se as imagens de acordo com sua classifica o (fotografias documentais, anúncios publicitários, fotomontagens, caricaturas, ilustra es, poemas ilustrados, charges, elementos gráficos ornamentais e fotografias celebrativas) e os anúncios foram classificados conforme o tema de seu conteúdo – propagandas de estabelecimentos comerciais e propaganda de produtos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Através da análise em algumas capas da *Revista do Povo*, já foi possível notar a ausência de um padrão visual. A maior parte das capas era composta por ilustra es; outras já eram feitas a partir de fotografias. Em algumas, as cores eram bastante utilizadas. Em outras, não há cor ou há a predominância de apenas uma cor. Além disso, não houve uma preocupa o com a manuten o de um padrão para a escrita do nome que revista, que aparece ora com letras

¹⁷ BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996. p. 25.

serifadas e que remetem ao estilo *art nouveau* (formas sinuosas, ondulantes e assimétricas), ora com linhas retas e sem serifas. A localização do nome da revista também varia bastante. Em algumas edições, ele se localiza centralizado na parte superior da capa, em outras na parte inferior e alinhado à esquerda ou à direita.

A grande quantidade de anúncios veiculados na revista evidencia o seu caráter publicitário. Outra característica marcante do periódico é a presença de muitas imagens em seu conteúdo. A maior parte dessas imagens estava vinculada à publicidade, mas o material iconográfico também era utilizado em fotografias documentais, fotomontagens, caricaturas, ilustrações, poemas ilustrados, charges, elementos gráficos ornamentais e fotografias celebrativas.

Além da presença da publicidade comercial, outro traço constante em grande parte das revistas desse grupo é o apelo ao sentimento cívico dos leitores, por meio da associação dos títulos e dos conteúdos com aspectos do regionalismo e o nacionalismo. Nos títulos, são recorrentes as palavras: Paraná, Sul, Brasil, Pátria, União.¹⁸

Os anúncios publicitários da *Revista do Povo* possuíam o formato quadrado ou retangular e eram compostos pela junção de textos e imagens (fotografias e ilustrações, sendo a primeira mais utilizada). A maior parte dos anúncios era em preto e branco e todos possuíam uma moldura decorativa ao redor, que visava delimitar o espaço destinado à publicidade.

Os anúncios foram separados em dois grupos: os que se referiam a estabelecimentos comerciais (cinema, fábrica de biscoitos, colégio, livraria, armazém, por exemplo) e os que divulgavam produtos, como cigarro, cerveja, medicamentos, automóveis, cosméticos.¹⁹



Imagem 01 - *Revista do Povo* nº2, Curitiba, novembro de 1916.

¹⁸ KAMINSKI, Rosane. *A presença das imagens nas revistas curitubanas entre 1900-1920*. Revista Científica da FAP, Curitiba, v.5, p.149-170, jan/jul 2010. p.164.

¹⁹ Durante a análise das imagens do periódico, foi possível constatar a ausência de anúncios sobre eventos culturais e entretenimento.

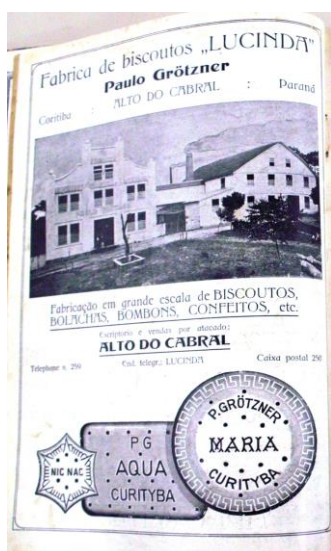


Imagem 02 - *Revista do Povo* nº6, Curitiba, março de 1917.

Nas imagens acima, retiradas de anúncios da *Revista do Povo*, percebe-se a presença de diversos símbolos dessa modernidade: a indústria, as máquinas, o carro e as lojas de novidades. Pode-se notar a imagem que a cidade gostaria de projetar sobre si mesma: urbana, civilizada e moderna. É como se essas imagens “dissem”: o progresso já chegou a Curitiba.

A imagem 01 apresenta o anúncio de uma casa de metais, enquanto a imagem 02 anuncia uma fábrica de bolachas. Para delimitar o espaço da propaganda, linhas fazem às vezes de uma moldura. As letras são estilizadas, visando proporcionar uma “identidade gráfica” para os anúncios, já que os mesmos eram utilizados repetidamente e apareciam em várias edições da *Revista do Povo*.²⁰

As fotografias mais utilizadas mostravam a fachada dos estabelecimentos. Já para os produtos, os desenhos eram mais utilizados, o que também denunciava a falta de desenvolvimento e a maneira simples e rudimentar com que esse material era produzido.

Com a ampliação do campo historiográfico, o historiador se viu em contato com fontes não apenas textuais, mas também sonoras, audiovisuais, iconográficas, dentre outras. E essa pesquisa se enquadra nessa tendência historiográfica contemporânea, que, cada vez mais, utiliza imagens como fonte histórica e também que, em função disso, estabelece relações com outras áreas do saber, como design, arte e comunicação. “A ilustração, com ou sem fins comerciais, tornou-se parte indissociável dos jornais e revistas e os historiadores incumbiram-se de transformá-la em outro fértil veio de pesquisa”.²¹

Para Habermas, a presença cada vez maior de imagens nos periódicos europeus se mostra como um sinal da decadência desses meios. Segundo o sociólogo, há uma distinção clara entre o consumo de massa e a cultura letrada. Dessa forma, os periódicos empobrecem na

²⁰ As imagens 01 e 02 são demonstrativas e fazem parte de um grupo de imagens analisadas que não constam no relatório por questões de espaço.

²¹ LUCA, Tânia Regina de. *História dos, nos e por meio dos periódicos*. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). *Fontes históricas*. p.111-153. São Paulo: Contexto, 2005. p.123.

medida em que se moldam ao mercado e se tornam um bem de consumo com intermediação comercial como outro qualquer.

Sim, a cultura de massas recebe o seu duvidoso nome exatamente por conformar-se as necessidades de distração e diversão de grupos consumidores com um nível de formação relativamente baixo, ao invés de, inversamente, formar o público mais amplo numa cultura intata em sua substância.²²

Já outros autores consideram essa presença massiva de imagens positiva, pois, em uma sociedade com grande parte da população não alfabetizada, ela permitia que o povo tivesse acesso a esses periódicos. Além disso, antes dessa popularização, o prazer de desfrutar imagens era prazer de poucos. Pode-se dizer então que esse surto de publicações ilustradas possibilitou a inclusão de classes, antes à margem, dentro do processo comunicacional e cultural. Os meios de comunicação já não eram mais exclusividade das elites e as imagens possibilitaram o entendimento de uma maior parte da população sobre o que estava se passando na sociedade.

A fotografia, com seu poder multiplicador, potencializava a informação, levando aos mais diversos públicos a informação até então subtraída ao analfabeto e às camadas desfavorecidas. Sua mensagem atingia indistintamente o letrado, o semi-alfabetizado e até o analfabeto. O alcance foi imenso, levando-se em conta a força da imagem, sempre procedente, no conjunto, da esfera do simbólico.²³

CONCLUSÕES

Através da revisão bibliográfica realizada e da análise dos anúncios publicitários da *Revista Povo*, podemos compreender que a imagem de modernidade que Curitiba pretendia “vender” - urbana, civilizada e repleta de invenções que mudariam e facilitariam a vida das pessoas – pode ser visualizada através dos anúncios publicados no periódico. Por outro lado, o conteúdo editorial da revista - seus textos, charges e críticas – mostram uma outra situação: uma cidade que está crescendo e que, em função disso, apresenta uma série de problemas, como a falta de moradias adequadas e de estrutura para tal crescimento populacional.

Os anúncios publicitários contidas na *Revista do Povo* abrigam mensagens que consideram a modernidade como algo positivo, que traria progresso e civilização para Curitiba. Dessa forma, tais propagandas eram úteis para reforçar os esquemas imagéticos através dos quais a modernidade deveria ser compreendida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

²² HABERMAS, Jürgen. Do público pensador de cultura ao público consumidor de cultura. In: *Mudança Estrutural da Esfera Pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984. p. 195.

²³ MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República*, São Paulo (1890-1922). São Paulo: Edusp / Fapesp, 2008. p.193.

- ARAÚJO, Adalice. *Dicionário das artes plásticas no Paraná*. Curitiba: Ed. do Autor, 2006.
- BAUDELAIRE, Charles. *Sobre a modernidade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1996.
- BRANDÃO, Ângela. *A fábrica de ilusão: o espetáculo das máquinas num parque de diversões e a modernização em Curitiba (1905-1913)*. Curitiba: FCC, 1994.
- CAPARELLI, Sérgio. *Comunicação de Massa sem Massa*. Summus Editorial. 4ª edição. São Paulo, SP, 1986.
- CARDOSO, Rafael (org.). *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.
- CARNEIRO, Newton. *As artes gráficas em Curitiba*. Curitiba: Edições Paiol, 1975.
- CARVALHO, José Murilo de. (1990). *A formação das almas: o imaginário da República no Brasil*. São Paulo: Companhia de Letras.
- CUNHA, Fabiana Lopes da. *Caricaturas Carnavalescas: Carnaval e Humor no Rio de Janeiro sob a Ótica das Revistas Ilustradas Fon-Fon! e Careta (1908-1921)*. Tese de doutorado em História Social. USP, 2008.
- DE BONI, Maria Ignês Mancini. *O espetáculo visto do alto: vigilância e punição em Curitiba (1890-1920)*. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 1998.
- DENIS, Rafael Cardoso (org.). *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*.
- DIEZ, Carmen Lúcia Fornari. *Mariano de Lima: o olhar para além da modernidade*, Curitiba, Museu Alfredo Andersen, 1995.
- FONSECA, Joaquim. *Caricatura: a imagem gráfica do humor*. Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1999.
- HABERMAS, Jürgen. *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.
- KAMINSKI, Rosane. *O belo efêmero, o gosto brejeiro: imagens da vida fugidia nas revistas curitibanas (1900-1920)*. Texto apresentado no seminário da Linha de Pesquisa Intersubjetividade e Pluralidade: reflexão e sentimento na História da Universidade Federal do Paraná.
- _____. *A presença das imagens nas revistas curitibanas entre 1900-1920*. Revista Científica da FAP, Curitiba, v.5, p.149-170, jan/jul 2010.
- LUCA, Tânia Regina de. *História dos, nos e por meio dos periódicos*. In: PINSKY, Carla Bassanezi (org.). *Fontes históricas*. São Paulo: Contexto, 2005. p.111-153.
- LUSTOSA, Isabel (org.). *Imprensa, História e literatura*. Rio de Janeiro: FCRB, 2008.
- MACEDO, Heitor Borges de. *Rememorando Curitiba no tempo dos bondinhos de burro*. Curitiba: Lítero-Técnica, 1983.
- MAGALHÃES, Marcelo de S. *Crônicas da vida na cidade: o cotidiano da política nas charges das revistas ilustradas cariocas da virada do século XIX para o XX*. In: XXIV Simpósio Nacional de História - História e Multidisciplinaridade: territórios e deslocamentos, 2007, São Leopoldo.

Caderno de Resumos do XXIV Simpósio Nacional de História - História e Multidisciplinaridade: territórios e deslocamentos. São Leopoldo: Oikos, 2007.

MARTINS, Ana Luiza. *Revistas em revista: imprensa e práticas culturais em tempos de República, São Paulo (1890-1922)*. São Paulo: Edusp / Fapesp, 2008.

MAUAD, Ana M. *Na Mira do olhar: um exercício de análise da fotografia nas revistas ilustradas cariocas, na primeira metade do século XX*. Anais do Museu Paulista, São Paulo, v. 1, n. 13, p. 133-176, 2005.

MENESES, Ulpiano T. Bezerra de. *Fontes visuais, cultura visual, História visual. Balanço provisório, medidas cautelares*. Revista Brasileira de História. São Paulo, v.23, nº45, p.11-36, 2003.

MICHELON, F. F. . A cidade como cenário a cidade como personagem nas revistas ilustradas da década de 1920. In: III Simpósio Nacional de História Cultural- Mundos da imagem: do texto ao visual, 2006, Florianópolis. CD-ROM Anais eletrônico do III Simpósio de História Cultural - Mundos da imagem: do texto ao visual. Florianópolis : ANPUH/SC- CLICDATA MULTIMÍDIA, 2006. v. 1. p. 1647-1656.

ORTIZ, Renato. *Cultura e Modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PADILHA, Márcia. *A cidade como espetáculo: publicidade e vida urbana na São Paulo dos anos 20*. São Paulo: Annablume, 2001.

PEREIRA, Luís Fernando Lopes. *O Espetáculo dos maquinismos modernos - Curitiba na virada do século XIX ao XX*. São Paulo: Blucher Acadêmico, 2009.

PESAVENTO, Sandra Jatahy (coord.). *Porto Alegre caricata: a imagem conta a história*. Porto Alegre: UE / Secretaria Municipal da Cultura, 1993.

PILOTTO, Osvaldo. *Cem anos de imprensa no Paraná (1854-1954)*. Estante Paranaense, Ano 01 – n. 01. Curitiba: Instituto Histórico Geográfico e Etnográfico Paranaense, 1976.

QUELUZ, Marilda Lopes Pinheiro. *Olho da Rua: o humor visual em Curitiba (1907-1911)*. Curitiba, 1996. Dissertação de Mestrado em História, UFPR.

SALIBA, Elias Thomé. *Raízes do riso: a representação humorística na história brasileira*. São Paulo: Companhia das Letras, 2002.

SÊGA, Rafael Augustus. *A capital Belle Époque: a reestruturação do quadro urbano de Curitiba durante a gestão do prefeito Cândido de Abreu (1913-1916)*. Curitiba: Aos Quatro Ventos, 2001.


SEVCENKO, Nicolau (org.). *História da vida privada no Brasil*. Vol.3. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Mauad, 1999.

TELLES, Angela Maria Cunha da Motta. *Desenhando a nação: revistas ilustradas do Rio de Janeiro e Buenos Aires nas décadas de 1860-1870*. 2007. Tese (Doutorado em História Social) - Universidade Federal do Rio de Janeiro.

TRUZ, Alice Dubina. *A publicidade nas revistas ilustradas: o informativo cotidiano da modernidade*. Porto Alegre - Anos 1920. Dissertação de Mestrado em História, UFRGS, 2002.

RELATÓRIO DE ATIVIDADES COMPLEMENTARES

		UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ Histórico Escolar Simplificado Sem Crédito	Data: 26/08/2013 Hora: 15:07 IP: 10.10.5.30	
Aluno: ALINE DIAS ANILE		Matrícula: GRR20090774		
Curso: 80B - Curso de História - Memória e Imagem - Bacharelado		Período: 10		
Situação: Sem evasão		Versão: 2009		
Código	Disciplina	C.H.	Situação	Média / Conceito Período
HH154	História Antiga	60	Aprovado	100,00 2009 / 1o. Semestre
HH157	História Contemporânea	60	Aprovado	93,00 2009 / 1o. Semestre
HH155	História Medieval	60	Aprovado	97,00 2009 / 1o. Semestre
HH156	História Moderna	60	Aprovado	88,00 2009 / 1o. Semestre
HH164	Introdução ao Estudo da História	60	Aprovado	86,00 2009 / 1o. Semestre
HH162	História da América	60	Aprovado	100,00 2009 / 2o. Semestre
HH161	História da África e da Ásia	60	Aprovado	87,00 2009 / 2o. Semestre
HH158	História do Brasil A	60	Aprovado	100,00 2009 / 2o. Semestre
HH165	História e Memória	60	Aprovado	98,00 2009 / 2o. Semestre
HH138	Tópicos Especiais de História e Artes Visuais	60	Aprovado	88,00 2009 / 2o. Semestre
HH159	História do Brasil B	60	Aprovado	85,00 2010 / 1o. Semestre
HH171	História dos Impérios Coloniais	60	Aprovado	100,00 2010 / 1o. Semestre
HH166	História, Imagem e Narrativa	60	Reprovado por Frequência	0,00 2010 / 1o. Semestre
HH077	TOPICOS ESPECIAIS DE HISTORIA DO BRASIL	60	Reprovado por Frequência	0,00 2010 / 1o. Semestre
HH169	Teoria da História e Historiografia	60	Aprovado	90,00 2010 / 1o. Semestre
HH064	História do Paraná	60	Aprovado	88,00 2010 / 2o. Semestre
HH182	Oficina de Introdução ao Documentário Histórico	60	Aprovado	100,00 2010 / 2o. Semestre
HH089	TOPICOS ESPECIAIS DE HISTORIA E CULTURA	60	Reprovado por Frequência	0,00 2010 / 2o. Semestre
HH188	História da Arte	60	Aprovado	89,00 2011 / 1o. Semestre
HH168	Metodologia e Projeto em História	60	Aprovado	95,00 2011 / 1o. Semestre
HH176	Oficina de História e Imagem I	90	Aprovado	80,00 2011 / 1o. Semestre
HD116	Design, Cultura e Sociedade	60	Reprovado por Frequência	5,00 2011 / 2o. Semestre
HH170	História Ibérica	60	Reprovado por Frequência	0,00 2011 / 2o. Semestre
HH177	Oficina de História e Imagem II	90	Aprovado	70,00 2011 / 2o. Semestre
HH166	História, Imagem e Narrativa	60	Reprovado por Frequência	0,00 2012 / 1o. Semestre
HH079	TOPICOS ESPECIAIS DE PESQUISA HISTORICA	60	Reprovado por Frequência	0,00 2012 / 1o. Semestre
HH172	Trabalho de Conclusão de Curso I	120	Aprovado	50,00 2012 / 1o. Semestre
HH173	Trabalho de Conclusão de Curso II	120	Reprovado por nota	0,00 2012 / 2o. Semestre
HH137	Tópicos Especiais de História e Literatura	60	Reprovado por Frequência	0,00 2012 / 2o. Semestre
HH173	Trabalho de Conclusão de Curso II	120	Reprovado por Frequência	0,00 2013 / 1o. Semestre
Carga Horária Vencida: 1320				
Autenticação: 1535.975D.C54B.7677.D41B.0EB8.5AF2.BEBA Consulte em: http://www.portaldosaluno.ufpr.br/usuario/publico/autenticacao/form.action				
				Página: 1

APRECIÇÃO DO ORIENTADOR

Ao longo da realização dessa pesquisa, a aluna Aline Dias Anile demonstrou facilidade na articulação entre o estudo bibliográfico e a observação e análise das fontes documentais, sendo capaz de inserir seu objeto de estudo num campo de discussões sobre o lugar ocupado pelos periódicos ilustrados na construção e na difusão das ideias sobre a modernidade. Após passar pelas fases de revisão bibliográfica, levantamento e sistematização de imagens, e da organização de uma tipologia dos anúncios, algumas dificuldades pessoais foram enfrentadas pela aluna ao longo do desenvolvimento da pesquisa, tornando-se necessária a redução dos objetivos a serem alcançados. Ainda assim, o relatório ora apresentado atesta a perseverança da aluna para a finalização da pesquisa que se propôs desenvolver, bem como sua capacidade enquanto pesquisadora.

Rosane Kaminski - Orientadora

Aline Dias Anile

Bolsista

Rosane Kaminski

Orientadora

26 de agosto de 2013