

Senhor e Almanaque:

**Duas revistas em diálogo gráfico entre
Brasil e Portugal nos anos 1950 e 1960**



Senhor e Almanaque: Duas revistas em diálogo gráfico entre Brasil e Portugal nos anos 1950 e 1960

Dissertação para obtenção do grau de mestre

Ana Sofia Seixas da Silva

Orientação da professora Maria João Baltazar Vasconcelos

Mestrado em Design de Comunicação

Escola Superior de Artes e Design de Matosinhos

2018





Palavras chave

Publicações periódicas; Estilo Internacional; Moderno;
Cultural; *Joie de vivre*

Resumo

A revista brasileira *Senhor* (1959-1964) e a portuguesa *Almanaque* (1959-1961) dirigiam-se ao homem de meia idade, culto, cosmopolita e interessado na atualidade internacional e nacional. Com o mesmo ano de lançamento, inseriam-se num período de prosperidade económica e de renovação sociopolítica que era contrabalançado com o jogo e o humor característico do design e presente nos seus conteúdos editoriais e gráficos. Marcadas por um tom intimista e irreverente, comunicaram um modo de vida esclarecido e descontraído, no contexto do Estilo Internacional, e que designamos por *joie de vivre*.

A presente dissertação fomenta a relação existente entre estas revistas através de uma análise que articula o projeto gráfico com os conteúdos editoriais e o contexto sociocultural onde se inseriam. Partindo do facto de José Cardoso Pires, uma das figuras determinantes na idealização da *Almanaque*, e o fotógrafo brasileiro Armando Rosário terem colaborado em ambas as publicações e através do confronto de duplas páginas das revistas e dos seus conteúdos editoriais, demonstramos o seu foco literário, cultural e moderno. Consideramos, essencialmente, o trabalho de direção de arte de Sebastião Rodrigues e João Abel Manta para a *Almanaque*, e de Carlos Scliar (com o apoio de Glauco Rodrigues e de Jaguar) para a *SR*. Seleccionamos exemplares de ambas compreendidos entre 1959-1961: a coleção da *Almanaque* e alguns números da *SR*. referentes à afirmação do projeto, e outros que corresponderam ao período no qual Cardoso Pires e Rosário lá trabalharam.

Keywords

Periodicals; International Style; Modern;
Cultural; *joie de vivre*

Abstract

The Brazilian magazine *Senhor* (1959-1964) and the Portuguese *Almanaque* (1959-1961) approached the middle-aged, cultivated, cosmopolitan man interested in international and national news. With the same year of launch, they arised in a period of economic prosperity and sociopolitical renewal that was counterbalanced by the play and humor characteristic of design and present in its editorial and graphic contents. Marked by an intimate and irreverent tone, they communicated an enlightened and relaxed way of life, in the context of International Style, which we designated *joie de vivre*.

The present dissertation fosters the relationship between these magazines through an analysis that articulates the graphic design with the editorial contents and the sociocultural context where they arose. Based on the fact that José Cardoso Pires, one of the leading figures in the idealization of *Almanaque*, and the Brazilian photographer Armando Rosário collaborated in both publications and through the confrontation of double pages of the magazines and their editorial content, we demonstrated their literary, cultural and modern focus. We consider essentially the art direction work of Sebastião Rodrigues and João Abel Manta for *Almanaque*, and Carlos Scliar (with the support of Glauco Rodrigues and Jaguar) for *SR*.. We selected copies of both from 1959-1961: the *Almanaque* collection and some *SR* numbers referring to the affirmation of the project, and others that corresponded to the period in which Cardoso Pires and Rosário worked there.

Agradecimentos

*aos meus pais,
grata por todo o vosso amor, confiança e apoio.*

*ao Bruno,
pela presença, apoio moral e emocional incansáveis.*

*à Susana e à Jessica,
pela amizade, confraternização e incentivo.*

*à professora Maria João Baltazar,
pela crítica, motivação e disponibilidade.*

À minha família, amigos, colegas de turma, professores e a quem mais se cruzou comigo neste processo e que de alguma forma contribuiu para a concretização desta dissertação.

Às pessoas e entidades que passo a citar, pela disponibilidade, esclarecimentos, cedência de informação ou material que beneficiaram esta investigação:

ao professor José Bártolo, por gentilmente me ceder livros e a sua coleção da *Almanaque* para análise.

ao caro Eduardo Gageiro, pela atenciosidade em aceitar prontamente entrevistá-lo sobre a *Almanaque*, um obrigada por todas as histórias.

à professora Olinda Martins, ao Sr. Eduardo Palaio e à Tipografia Popular do Ecomuseu Municipal do Seixal e o Espaço Memória, ao Museu Nacional da Imprensa, à Mariana La Fluente e à sua Gráfica Saúde e Sá, pela disponibilidade e esclarecimentos relativamente ao processo de impressão da *Almanaque* e da *SR*..

ao designer Jorge Silva, ao projeto Salazz e ao Bruno Bianco e Dandara Almeida, às professoras Susana Fernando, Helena Barbosa, Cristiana Serejo e ao professor Luís Ferreira.

Índice

19	Introdução
30	Capítulo 01 <i>La joie de vivre:</i> O design e estilo de vida modernos
84	Capítulo 02 <i>O moderno luso-brasileiro:</i> O design no Brasil e em Portugal
136	Capítulo 03 <i>O Senhor e o Almanaque:</i> A sua atitude e proximidade gráfica
189	Conclusão
197	Bibliografia
201	Índice de figuras
211	Anexos

**"Era uma revista mu
época, tinha uma ling
dirigida por grandes in
cultura, ideias e justic
foi uma pedrada no c
pena nessa altura as
mais poder económico
ser visto por mais ge
certo modo, contribuí
evoluíssem mais."**

(Eduardo Gageiro, 2017)

**uito avançada para a
guagem diferente. Era
ntelectuais de grande
ça, e que, na verdade,
charco, na época. Foi
s pessoas não terem
co, para o Almanaque
ente, porque tinha de
do para que as coisas**





Introdução

A dissertação intitulada por *Senhor e Almanaque: Duas revistas em diálogo gráfico entre Brasil e Portugal nos anos 1950 e 1960*, corresponde a uma investigação no âmbito da história do design de comunicação português. A presente investigação tem como propósito sustentar a proximidade editorial e gráfica entre a revista brasileira *Senhor* (1959-1964)¹ e a revista portuguesa *Almanaque* (1959-1961).

A importância das publicações periódicas, no âmbito da história do design no período do pós-guerra², é algo reconhecível na revista brasileira *SR.* e na portuguesa *Almanaque*. Predominantemente dirigidas a um público masculino e culto, assumem-se enquanto veículo para alargar a consciência crítica do leitor no Brasil e em Portugal nos anos 1950 e 1960. Ambas tiveram o seu lançamento em 1959: a *SR.* em março, com o total de cinquenta e nove números até 1964, e a *Almanaque* em outubro e perfazendo o total de dezoito números até 1961.

Estas duas publicações são objeto de uma comparação, na medida em que, o fotógrafo Armando Rosário e José Cardoso Pires (quem juntamente com Figueiredo de Magalhães, foi central na idealização da *Almanaque*) foram colaboradores nas duas.

Partindo do facto de Cardoso Pires e Armando Rosário terem colaborado em ambas as publicações, a presente investigação questiona de que modo o projeto editorial e gráfico da *Almanaque* foi influenciado por essa colaboração. Assim como, de que forma os conteúdos gráficos e editoriais personificam o design e o estilo de vida dos anos 1950 e 1960.

O primeiro número das revistas é significativo por se tratar do lançamento, sendo possível perceber como se apresentam, o tom de escrita e a dinâmica gráfica. Quanto à *SR.*, num total de dezassete números em que Carlos Scliar foi o diretor de arte (colaborando com Glauco Rodrigues e Jaguar), selecionamos sete compreendidos entre 1959-1960 e que abrangem a passagem de Cardoso Pires na revista em 1960 até novembro desse ano. Assim, os exemplares da *SR.* relativos a 1959 que foram

¹ *Senhor*, ou também reconhecida por *SR.*, a abreviação utilizada no seu logotipo e a denominação pela qual a identificamos ao longo da dissertação.

² Referimo-nos ao período do pós-guerra marcado pelo fim da Segunda Guerra Mundial em 1945 e a consequente reconstrução da Europa a partir da cooperação económica com os Estados Unidos da América através do Plano Marshall. A rivalidade que então se estabeleceu entre a América e a União Soviética espoletou a tensão vivida no contexto da Guerra Fria devido à incompatibilidade entre os valores consumistas e os valores comunistas. Nas palavras de David Crowley e Jane Pavitt: “We live in a world still shaped – materially, environmentally and imaginatively – by Cold War modernity. The threat of nuclear warfare may seem somewhat more distant today, but the legacies of aggressive industrialization in the 1950s and 1960s are all too evident in our global environment. Moreover, many of the key questions of Cold War modernity – such as how to exploit new technology for the benefit of humanity without producing inhumane effects, or how to imagine modern lives outside conditions set by the marketplace – remain present today.” (Crowley & Pavitt, 2012, p. 23).

selecionados corresponderam aos números 1, 4, 7 e 10, e os relativos a 1960 aos números 11, 13 e 17. Relativamente à *Almanaque* foi analisada a coleção completa.

A *SR.* foi concebida por Simão Waissman, o proprietário da editora Delta que financiou o projeto, e pelo jornalista Nahum Sirotsky quem convidou Scliar. Assim como a *Almanaque*, a *SR.* reuniu colaboradores de renome da literatura, tais como Graciliano Ramos, Guimarães Rosa, Clarice Lispector e Jorge Amado. A portuguesa *Almanaque* foi financiada pela editora Ulisseia de Figueiredo de Magalhães e contou com a direção de Cardoso Pires, bem como a colaboração de Luís de Sttau Monteiro. A orientação gráfica foi de Sebastião Rodrigues nos primeiros catorze números sendo que, nos últimos quatro a dividiu com João Abel Manta, tendo ainda surgido o posto de redator-paginador atribuído Pilo da Silva. A revista contou com a colaboração de figuras emblemáticas das letras e da fotografia como José Cutileiro, Augusto Abelaira, Alexandre O'Neill, Vasco Pulido Valente, António Sena, Eduardo Gageiro, Mário Novais e o brasileiro Armando Rosário. Neste aspecto, um traço importante da *Senhor*, assim como da *Almanaque*, refere-se à presença de várias figuras intelectuais que interagem num espaço público através do debate sobre assuntos diversos que seriam retratados nas revistas.

As revistas apresentam-se, em 1959, através do humor subtil. A brasileira dirige-se, num tom irónico, à mulher do leitor para lhe pedir o seu aval e se desculpar por se tratar de uma revista “exclusivamente para homens”. Já a *Almanaque* faz referência aos conteúdos dos almanaques tradicionais embora se caracterizasse através da modernidade da “linha 1959”, familiarizada com o teatro de Beckett e Ionesco, ou os escritores da *Beat Generation*.

A *Almanaque* assume-se como um importante contributo no design gráfico português. Nas palavras de José Bártolo: “Os dezoito números da *Almanaque*, no seu conjunto, formam um dos mais sedutores projetos editoriais portugueses, o último a nascer em contexto constrangedor do Estado Novo, o primeiro a anunciar, numa força talvez irrepetível, o novo design português.” (Bártolo, 2017). Sebastião Rodrigues foi o grande orientador gráfico da *Almanaque* e é um nome determinante do design de comunicação português, exercendo uma influência relevante na atualidade³. Essa influência é verificável em vários designers contemporâneos por Margarida Fragozo que enumera as “figuras de influência” sendo identificadas pelos designers que entrevistou e, nessa tabela, o nome de Sebastião Rodrigues é referido por Luís Filipe de Abreu, José Pedro Martins Barata, José Brandão, José Cândido, Henrique Cayatte e António

³ Sobre Sebastião Rodrigues ver Cabral, M. da C. & Silva, M. do C. M. da (Coords.) (1995). *Sebastião Rodrigues, Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, e Fior, R. (2005). *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. Thesis (PhD.). University of Reading, Reading.

Ruella Ramos⁴. Destaca-se a primeira exposição sobre Design na Fundação Calouste Gulbenkian em 1995, comissariada por José Brandão, dedicada precisamente à obra de Sebastião Rodrigues. Sebastião Rodrigues tornou-se o designer gráfico português com maior reconhecimento internacional – o primeiro e até hoje o único a receber o *Award of Excellence* do *International Council of Graphic Design Associations* – e também nacional – recebeu a medalha de *Grande Oficial da Ordem de Mérito* no Dia de Portugal.

A *Almanaque* é, por vezes, só conhecida através das capas de Sebastião Rodrigues (excetuando os dois últimos números da autoria de João Abel Manta) e não considerando a relação que estas estabelecem com as páginas, ou a atualidade internacional, nacional e o valor desses conteúdos editoriais para a época. Existe a tendência de rotular a publicação como histórica, fechando-a no seu tempo sem estabelecer relações com a contemporaneidade.

A teoria permite criar relações entre uma obra considerada histórica com a contemporaneidade. A teoria surge como uma ferramenta de pensamento fundamental, enquanto que a prática exige pensar “como?”, a teoria possibilita questionar o “porquê?”. A teoria no design permite estimular o crescimento e a mudança nos projetos. A escrita crítica permite novos pensamentos e novas questões teóricas. Ideias chave debatidas no passado, continuam a ser cruciais para o debate no presente. Podemos por exemplo, destacar a obra de Helen Armstrong com a colaboração de Ellen Lupton intitulada por *Graphic Design Theory - Readings from the Field* que reúne uma seleção de textos desde de 1909 a 2007 de designers que são reconhecidos pela sua obra visual e que produziram textos onde refletiram questões filosóficas, estéticas e políticas sobre o design. Esta obra reforça a importância do estudo da teoria na história do design no presente, assim como, Rick Poynor no ensaio *Out of the Studio: Graphic Design History and Visual Studies*, editado no *Design Observer* em 2011, onde defende que restringir a história do design gráfico ao estúdio de design e à educação dos designers, fará com que haja uma limitação no que diz respeito ao desenvolvimento histórico e cultural do design de comunicação e, principalmente, na produção académica associada a essa disciplina. Assim, defende que a história do design não deve ser vista apenas como uma ferramenta de ensino aos alunos de design e como forma de desenvolvimentos dos projetos, mas sim como forma de expandir a disciplina de design a outros leitores e profissionais.

Denotam-se esforços para contrariar esta tendência de uma compreensão da história do design fechada no seu tempo, interpretada como uma história de formas e de estilos, genericamente sustentada a partir da figura do “designer-herói”⁵ e construí-

⁴ Ver Fragoso, M. (2012). Capítulo 10. Análise das Entrevistas. In *Design Gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX* (pp. 277-290). Lisboa: Livros Horizonte.

⁵ Bridget Wilkins identifica a abordagem do “herói” como aquela que destaca os au-

da através da divulgação de determinados projetos canónicos. Diversos contributos nacionais têm refutado esta perspetiva da história do design enquanto obra fechada e desenvolvimento estilístico ou mera enumeração de projetos exemplares, sendo esses contributos de historiadores de design, veiculados através de exposições, bem como por críticos e designers.

Da recente publicação portuguesa no âmbito do design de comunicação referimos as coleções coordenadas por José Bártolo, nomeadamente a *Colecção Designers Portugueses* de 13 volumes que fora publicada, em 2016, pela Cardume Editores, e a *Design Português* de 8 volumes que fora publicada, em 2015, pela Verso da História. O designer Jorge Silva é o responsável pela *coleção D*, um conjunto de monografias de designers portugueses de várias gerações e da qual já foram publicados 12 livros, entre 2011 e 2016, pela Imprensa Nacional Casa da Moeda. Estas coleções mencionadas abordam a história do design português tendo presente um número dedicado ao designer Sebastião Rodrigues na *Colecção Designers Portugueses* e ainda retratado na coleção *Design Português*.

Referimos algumas exposições que contribuíram para a divulgação do design no contexto nacional, tais como: *Desejo, Tensão, Transição – Percursos do Design Português* CMM/ EXD'15/ ESAD IDEA (2015/ 2016); *Como se Pronuncia Design em Português?* CML/ MUDE, Art on Chairs (2015). O crescente interesse despertado pelas publicações periódicas portuguesas é manifestado por exposições como *Almanaque – Uma História do Design Português em Revista* ESAD Matosinhos/ CMM (2013) e a exposição permanente *Almanaque – Design Gráfico Português em Revista*. Considerando que a publicação sobre história do design de comunicação em Portugal é ainda escassa, referimos a obra de Margarida Fragoso, *Design Gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX*, publicada pela Livros Horizonte em 2012.

Esta investigação procura ser um contributo para a divulgação do design de comunicação português, particularmente a relação entre a SR. e a *Almanaque*, fomentando uma análise que articule o projeto gráfico com os conteúdos editoriais e o contexto sociocultural das revistas.

Teal Triggs (2009) em *Designing Graphic Design History* faz referência a uma citação de Steven Heller da introdução de *Graphic design History* (2001) que afirma que enquanto o design gráfico ainda está à procura do seu passado, outras disciplinas já têm o hábito de documentar, criticar, publicar e criar arquivo, debruçando-se não somente nas suas personagens principais mas também sobre objetos, movimentos e sobre a própria profissão

tores e enfatiza o designer não como um comunicador, mas como uma personalidade associada a determinados projetos emblemáticos e, por outro lado, a abordagem “estilística e temática” como aquela que organiza e clarifica os exemplos de um modo linear e cronológico e, desse modo, encorajando-nos a classificar os projetos como se fossem universais. Ver Wilkins, B. (1992). Why is design history so obsessed by appearance? In Bondt, S. & Smet, C. (eds.) (2012). *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011) (pp. 68-71). London: Occasional Papers.

e a sua relação com o contexto.

A SR. e Almanaque detinham uma dinâmica de um colectivo que transbordava para o interior da revista, através de uma variedade de situações que vão desde as páginas de cultura vernacular e com um tom humorístico, até às da designada “alta” cultura. Produzidas por designers de referência, reuniram um conjunto de colaboradores de renome da arte, literatura, arquitetura e fotografia. Para além da sua forma pensada, demonstram nos seus conteúdos editoriais o seu foco literário, cultural e moderno, que comunicam um modo de vida esclarecido e descontraído que designámos por *joie de vivre*⁶. Os seus conteúdos editoriais, contribuem para a história de outras disciplinas. Por este motivo, as revistas não se tratam de meros objetos estéticos que servem somente para o estudo da história do design gráfico, são documentos sociais e culturais⁷.

É crucial dominar as questões sociais, estéticas e tecnológicas visto ser neste meio que a comunicação acontece. Segundo Walter Benjamin em *The Author as Producer* (1934) – assim como a versão mais recente e adaptada a profissionais do design de Ellen Lupton *The Designer as Producer* (1998)⁸ – não é necessário assumir o papel de autor ou escritor para conseguir-se trabalhar com o conteúdo. No entanto, é importante ser-se produtor na

⁶ Desde a antiguidade que a noção *joie de vivre* inspirou filósofos, escritores e artistas, mas é no século XIX que adquire relevância literária. Primeiro com o historiador francês Jules Michelet que publica *Insecte* (1857), e depois com o romance *La joie de vivre* (1884) de Émile Zola. Na literatura oitocentista a *joie de vivre* anunciava que a relação do ser humano com a vida, com os outros e com o mundo não devia ser vivida de um modo passivo, mas através do entusiasmo, do altruísmo e do optimismo. Ao longo do século XX, a noção estabelece-se passando a significar um modo de vida participativo, prazeroso e mobilizado socialmente. Tal como a noção alemã de *Weltanschauung* (que proclama a capacidade do ser humano para perceber o mundo de um modo amplo), a *joie de vivre* defende a nossa participação na vida de um modo crítico, alegre, colaborativo e integral.

⁷ Segundo Teal Triggs estas publicações escritas e produzidas por designers gráficos são excelentes exemplos de estudo, porque para além da forma pensada são objetos que documentam em si a história do design gráfico. Steven McCarthy que escreve ensaios sobre “histórias de designers-autores” e a predominância de “auto-autoria”, sugere que publicações como *Octavo*, *Emigre*, *Fuse*, *Zed* e *News of the Whirled*, por exemplo, com os seus artigos de cultura, novas tecnologias, e questões sociais e políticas informam sobre a história da disciplina. Identifica ainda publicações do início do século XX pertencentes a este grupo como a *PM*, *Portfolio*, *Push Pin Graphic* e *Dot Zero*, e ainda mais antigas os livros de tipografia de Eric Gill (1931) e Jan Tschichold (1928). Teal Triggs identifica designers e diretores de arte como Tibor Kalman (*Colours*), Neville Brody (*The Face*), Cipe Pineles (*Seventeen*) e Alexey Brodovitch (*Harper’s Bazaar*) como sendo claramente parte da história do design gráfico assim como da história da cultura visual mais generalizada. O que diferencia publicações ditas ‘mainstream’ de publicações que ficam na história associadas ao design gráfico depende sobretudo de quem gera e mantém controlo sobre o conteúdo. Ver Triggs, T. (1992). *Designing Graphic Design History* In Bondt, S. & Smet, C. (eds.) (2012). *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011) (pp. 256-271). London: Occasional Papers.

⁸ Ver Lupton, E. (1998). *The Designer as Producer* In Heller, S. (ed.) (1998). In *The Education of a Graphic Designer* (pp. 159-1962). New York: Allworth Press.

medida em que se detém conhecimento abrangente de várias áreas. Trata-se de um processo de parceria onde a autoria é partilhada⁹. A revista *Almanaque* vivia nesse sentido, envolta no projeto de design que engloba um processo de criação colectiva e de produção na oficina.

A História do Design não deve resumir-se unicamente a aspetos estéticos dos objetos, mas sim adquirir uma metodologia onde, para além da forma são tidas em conta questões socioculturais em que o objeto foi pensado e criado. No entanto, é necessário estabelecer um equilíbrio entre esta análise visual e contextual. Não podemos salientar o contexto prejudicando a análise visual, uma vez que em última instância trata-se de uma análise gráfica que envolve questões da forma.

A comparação das revistas é sustentada a partir do facto de Cardoso Pires e Armando Rosário terem colaborado em ambas as publicações. Analisamos a sua proximidade nos seus conteúdos editoriais e no projeto gráfico de Sebastião Rodrigues, Carlos Scliar, Glauco Rodrigues e de Jaguar através do confronto de duplas páginas dos números selecionados. Assim como, através da entrevista que realizamos a Eduardo Gageiro (um dos colaboradores da *Almanaque*).

A investigação divide-se em três capítulos, sendo os dois primeiros referentes a uma contextualização necessária para a compreensão dos objetos e perceção da forma como personificam o estilo de vida e o design da época nos seus conteúdos editoriais e no seu projeto gráfico, e o terceiro e último à sustentação da proximidade gráfica e editorial entre as duas revistas.

O primeiro capítulo intitulado por *La joie de vivre: O design e estilo de vida modernos* pertence demonstrar a atitude informal e alegre característica das revistas SR. e *Almanaque* que se manifestou nas propostas gráficas escandinavas e americanas com a utilização de elementos tradicionais e o recurso a jogos com um humor subtil. Portanto, introduz conceitos associados ao design realizado nos anos de 1950 e 1960, a nível internacional com particular foco na Europa, Estados Unidos da América e Escandinávia. Analisa a consolidação do Estilo Internacional explorando a presença dos jogos e humor na sua vertente mais racional associada ao design corporativo e ao design suíço e no design com herança dos países escandinavos, ligado ao vernacular e que lida com questões do ofício. Define ainda esta atitude descontraída refletida no modo de viver, que designámos por *joie de vivre*, através de uma contextualização sociocultural.

O segundo capítulo, *O moderno luso-brasileiro: O design no Brasil e em Portugal* clarifica conceitos associados ao design realizado no Brasil e em Portugal e contextualiza a nível político, económico, social e cultural para a compreensão da sua situação face ao estilo de vida vivenciado internacionalmente. Por fim, o último capítulo, *O Senhor e o Almanaque: A sua atitude e proximidade gráfica*, apresenta-se como grande parte da tese e como um contributo novo. Este sustenta a proximidade gráfica e editorial

⁹ Ver Benjamin, W. (1934). O autor como produtor In Barrento, J. (eds.) (2006). *A modernidade: Obras escolhidas de Walter Benjamin* (pp.271-293). Lisboa: Assírio & Alvim.

das duas revistas, através da análise do confronto de duplas páginas, onde demonstramos o seu foco literário, cultural e moderno nos seus conteúdos editoriais e gráficos.

No pós-guerra assistiu-se à transformação dos valores e das formas características do design modernista¹⁰ europeu, devido à consolidação do Estilo Internacional¹¹.

Nos anos 50 e 60, o desenvolvimento de uma nova dinâmica de produção, distribuição e consumo, solicitou ao designer a conceção de um estilo universal e adequado à imagem corporativa¹². A proposta estética característica do mundo empresarial foi construída com formas simples, alinhadas sobre a grelha, letra sem serifa e ausência de ornamento. No entanto, outras propostas mais ecléticas usavam gravuras ou ilustração antiga, tipos móveis de madeira, tipografia caligráfica e decorativa, letterforms com manipulação fotográfica, diversas layers de cor, formas biomórficas, ou a pincelada larga, cuja influência provinha da pintura abstrata. A sensibilidade para a ilustração e o humor subtil suscitaram composições mais individuais como as de Paul Rand, Bradbury Thompson, ou Alvin Lustig. Este renovado interesse pelo vernacular e por formas orgânicas que ocorreu no contexto do Estilo Internacional na América, transparece nas páginas da SR. com o trabalho de Carlos Scliar, Glauco Rodrigues e de Jaguar e da Almanaque com o trabalho de Sebastião Rodrigues – o próprio assume a influência de Alvin Lustig e Vic-

¹⁰ Segundo Paul Greenhalgh o design no contexto do Movimento Moderno engloba duas fases: a primeira constituída pelo Protomodernismo (1880-1914) e pelo Modernismo Pioneiro (1914-1933); e a segunda constituída pelo Estilo Internacional compreendido entre 1932 e o final da década de 1970. Entre os doze traços teóricos identificados por Greenhalgh como valores do Modernismo Pioneiro destacamos: a moralidade social, a obra de arte total, a função, o progresso, o anti-historicismo e a abstração. Ver Greenhalgh, P. (ed.) (1997). Introduction. In *Modernism in Design* (pp.1-24). London: Reaktion Books.

¹¹ A designação de Estilo Internacional foi inicialmente aplicada à arquitetura por Henry-Russell Hitchcock e Philip Johnson quando, em 1932, publicaram *The International Style: Architecture Since 1922*, no momento em que apresentavam no Museum of Modern Art (MoMA), em Nova Iorque, a exposição *Modern Architecture: International Exhibition*. O catálogo desta emblemática exposição de Hitchcock e de Johnson foi publicado pela Athena, em 2011, numa edição fac-similada que incluía um booklet com textos de Barry Bergdoll e de Delfim Sardo. As características estéticas e funcionais deste novo estilo afirmaram a importância dos volumes arquitetónicos, o valor da regularidade da obra na sua relação com a flexibilidade, o uso de novos materiais e tecnologias (dando preferência ao vidro, ao aço e ao betão armado) e a rejeição do ornamento. A alteração do título da obra para *The International Style*, na edição de 1966, reforçou a ênfase dada à designação enquanto estilo assim como à sua difusão para além da arquitetura. Ver Barr, A. H., Jr., Hitchcock, H.-R., Jr., Johnson, P. & Mumford, L. (2011). *Modern Architects*. Lisboa: Athena.

¹² Sobre o desenvolvimento do design corporativo entre as décadas de 1950 a 1970, Johanna Drucker e Emily McVarish referem: “A generation earlier, graphic designers’ roles had been limited to layout, composition, and style choices for print design. Now their work involved large-scale, coordinated communication campaigns that not only maintained the identity of a corporation but also added value to its products through symbolic investments in this identity.” (Drucker & McVarish, 2009, p. 261).

tor Palla no seu projeto gráfico¹³. Na *Senhor* e na *Almanaque* com o uso da grelha ou estrutura de composição que permite uma exploração de vazios através de jogos tipográficos, intervenções caligráficas. A miscelânea de textos exige invenções gráficas, onde se criam narrativas com as imagens, fotogramas de filmes, fotografias, publicidade e ilustrações, apelando assim à participação do leitor.

Inseridas neste contexto, as revistas assumiram uma *joie de vivre* que transparecia na cultura e no dia-a-dia da cidade caracterizada por uma vertente urbana, literária, atenta ao cinema e sobretudo ao jazz. No nº 3 da *Almanaque* aparece o artigo *Que é o «jazz»?*, e no nº 15 o artigo *Jazz in Lisbon*, que relata uma noite no *Hot Club*. É sobejamente conhecida a citação de Sebastião Rodrigues associando o seu processo de trabalho ao improvisado característico do cinema e do jazz¹⁴. *O Filme do Mês* e *Actualidades*, incluídos na *Almanaque*, informam sobre a música, o cinema e notícias internacionais. Já artigos mais pontuais destacam atrizes como Brigitte Bardot, Marilyn Monroe e Sophia Loren, ou os carismáticos Elvis Presley, Frank Sinatra, ou Miles Davis e a cultura portuguesa. Quanto à SR., as entradas Artiguetes e Reportagens informam sobre a cultura brasileira e internacional.

Esta dissertação está assim dividida em três capítulos. Os dois primeiros de contextualização sociocultural e do design, internacional e no Brasil e em Portugal para a compreensão dos objetos de estudo. O terceiro apresenta as revistas e analisa a sua proximidade.

A conclusão encerra a dissertação com a compreensão adquirida de cada capítulo, as possíveis contribuições para o design de comunicação em Portugal e uma apreciação sobre desenvolvimentos futuros do tema.

Em anexo, inserimos a entrevista a Eduardo Gageiro, um arquivo fotográfico da visita à Tipografia Popular para esclarecimentos sobre os processos de impressão e por fim, um arquivo com todas as capas das revistas analisadas e um destaque de algumas duplas páginas.

¹³ Numa entrevista, realizada em 1986, Sebastião Rodrigues assume a influência que Victor Palla e Alvin Lustig exerceram no seu trabalho: “O Victor Palla era do grupo neo-realista de raiz americana, e foi das pessoas que mais me influenciou, tanto no aspecto formal como na própria mensagem e grafismo. Depois houve um americano que também teve a sua influência sobre o meu trabalho, que era o Alvin Lustig, um gráfico norte-americano. Depois, foi um caldear de coisas até começar a fazer as minhas recolhas de raiz popular.” (Cabral, M. da C. & Silva, M. do C. M. da, 1995, p. 94).

¹⁴ Quando a Sociedade Tipográfica completou 50 anos, em 1986, realizou a exposição Ver Artes Gráficas e a série de palestras designadas Falando do Ofício. A referida passagem de Sebastião Rodrigues pertence ao texto posteriormente publicado em Falando do Ofício (1989): “O improvisado, e até o imprevisado, está sempre, creio eu, presente naquilo que faço. E isso deve-se, fundamentalmente, ao amor que tenho pelo cinema e pelo jazz.” Ver Mello, T. de, Azevedo, F. de, Palla, V., Freitas, L. de, Clérigo, O. & Rodrigues, S. (1989). Falando do Ofício (p. 64). Lisboa: Sociedade Tipográfica.





fig. 1 Aline Saarinen e Eero Saarinen na sua casa em Bloomfield Hills, em 1959, a desfrutar do jantar com o seu filho Eames nas suas icónicas cadeiras tulipa desenhadas em 1955-56 para a Knoll.

01

La Joie de Vivre:

O design e estilo de vida modernos

"Do ponto de vista gráfico, nós fizemos uma coisa que eu vinha observando em certas publicações culturais europeias: o texto é o mais importante, mas você tem que chamar a atenção do público, através de ilustrações, organizar o espaço de maneira que a planificação gráfica seja estimulante para o leitor, nunca uma coisa fria, mas o texto é o elemento principal. Quando a matéria era séria, por exemplo, a decorávamos o menos possível, para não estimular uma ideia que não correspondesse ao conteúdo principal. Tive a colaboração da equipe que foi peça fundamental de apoio integral de Nahum."

(Carlos Scliar, 2000).

“O ponto de partida do meu trabalho é sempre a comunicação. Por exemplo, para um cartaz ou exposição, dão-me determinados elementos e eu tenho que organizar esses elementos em determinado espaço e comunicar às pessoas as ideias que me foram transmitidas, da forma mais clara. E eu creio que, da forma mais simples, interpretando, à minha maneira, essas informações que me foram dadas, filtrando essas informações e transformando-as numa comunicação gráfica. Dentro disto há muita interpretação pessoal, sempre. Aí entra o que chamo o jogo, que é o hino às artes.”

(Sebastião Rodrigues, 1966).



fig. 2 Suite 606 projetada por Arne Jacobsen, em 1958, para o SAS Royal Hotel em Copenhaga (agora o Radisson Blu Royal Hotel). Na imagem vemos a cadeira no.3110, conhecida por *Drop Chair* lançada em 1958.

O presente capítulo, intitulado por *Joie de vivre: O design e estilo de vida modernos*, contextualiza a época a nível sociocultural e introduz uma perspetiva de conjunto sobre alguns conceitos associados ao design realizado nos anos de 1950 e 1960, a nível internacional, com particular foco na Europa, Estados Unidos da América e Escandinávia.

Considerando o núcleo temporal em investigação, aborda a consolidação do Estilo Internacional no Movimento Moderno introduzindo de forma breve os seus antecedentes.

Sublinhamos ao longo do capítulo o design e estilo de vida descontraídos, esclarecidos e modernos, marcados pela presença de um humor subtil, que designamos por *joie de vivre*.

O estilo de vida moderno transparece valores característicos do Estilo Internacional: um interesse pela atualidade internacional e do próprio país, pela literatura, arte, cinema, e pela música com incidência no jazz. Este 'moderno' caracteriza-se quer pelo rigor do design suíço e do design corporativo como por uma atitude informal, com a utilização de elementos tradicionais e o recurso a jogos com um humor subtil, que se manifestou nas propostas gráficas escandinavas e americanas. Sobre isso, Thomas Hine, clarifica que o termo 'moderno' se caracterizava quer por uma vertente mais 'contemporânea' como por uma atitude descontraída refletida no modo de viver¹⁵.

Esta atitude descontraída e positiva de viver transparece no design dos anos 1950 e 1960 com a presença de jogos e do humor, que não se resumiu somente a projetos com características humorísticas. Quando questionado se estes 'jogos' eram obrigatoriamente sinónimo de 'humor', Paul Rand clarificou que 'jogar' era uma forma de trabalhar o projeto gráfico¹⁶. O resultado pode até ser sério, isto é, sem existir traços humorísticos.

¹⁵ Nas palavras de Thomas Hine: "The word 'modern' was often used for furniture that was a bit more fashionable, than the furniture designated as 'contemporary'. Confusingly, the terms were often used in a different way, with 'modern' used as an antonym for 'formal', describing an attitude toward living and room arrangement that could embrace traditional pieces as well as those that were consciously contemporary. But both definitions of 'modern' implied an aspiration to lightness, both in color and in line." (Hine, 1987, p. 157) Ver Hine, T., (1987). *Populuxe, Design and Styling*. In Lees-Maffei, G. & Houze, R. (eds.) (2010). *The Design History Reader* (pp. 152-157). New York: Bloomsbury.

¹⁶ Numa entrevista em 1990 sobre uma das características mais marcantes do seu trabalho, o uso do humor, Paul Rand clarifica: "It is one way of working. Its product may be very serious even if its spirit is humorous. I think of Picasso. His famous Bull's Head, made up of a bicycle seat and handlebars transformed into the head of a bull, is certainly play and humor. It's curious, a visual pun. Picasso is almost always humorous—but this does not rule out seriousness when he creates images that are contrary to what one would expect. He might put a fish in a birdcage, or a Rower with little bulls climbing up the stem. The notion of taking things out of context and giving them new meanings is inherently funny. My friend Shigeo Fukuda, the Japanese designer, is a good candidate for one whose sense of play is pertinent. Almost all of his work is the product of playfulness." Ver Heller, S. (1998). Paul Rand on Play Instinct In *Design Dialogues*. New York: Allworth Press



fig. 3 Frank Lloyd Wright, *Fallingwater*, 1935. Um dos exemplos das concepções organicistas onde o edifício é perfeitamente integrado no meio envolvente. Nas imagens vemos um dos quartos e a sala de estar esteticamente caracterizados por linhas maioritariamente horizontais e os materiais evidenciados com a pedra que é usada quase em bruto e sem estar dissimulada.

Assim, estes jogos exploram o problema atribuindo-lhe um significado individual, crítico e pensado. No design gráfico através da criação de trocadilhos e personagens fazendo uso de cores vibrantes, padrões ou formas e linhas fluídas e expressivas. No caso do design corporativo através de anúncios que recorriam a jogos como forma de cativação e aproximação ao consumidor.

O Estilo Internacional foi adotado enquanto um estilo e difundiu-se entre os anos 1950 e 1970, associando-se, genericamente, ao design e à arquitetura europeus e americanos¹⁷.

As características estéticas e funcionais deste novo estilo evidenciavam a estrutura e a função dos edifícios, os volumes e a fluidez do espaço, a ausência de ornamento e o uso de novas tecnologias e materiais, privilegiando o vidro, o aço e o betão armado [fig. 5]. Paralelamente manifesta-se a arquitetura organicista, que se opunha ao que acreditavam ser um excesso de tecnologia, onde a habitação, e as próprias pessoas, eram vistas como máquinas. Enquanto projeto realçava a importância da funcionalidade e flexibilidade, o enquadramento ao meio envolvente e a relação próxima entre o artesanato e a indústria, com uma valorização dos materiais locais [fig. 3]. O mesmo se sucede no design, onde se assiste tanto a um reenquadramento da racionalidade e abstração da Bauhaus à funcionalidade e legibilidade do design gráfico suíço como, por outro lado, à herança escandinava que valorizava o ofício e um modo de vida confortável. O design e a arquitetura procuravam vias mais humanas e sensíveis que evidenciassem preocupações com o contexto, desde o ambiente circundante às tradições locais. No design de comunicação transparece em padrões coloridos e geometrizados, em formas sensíveis e fluídas, e num renovado interesse pelo vernacular.

O Movimento Moderno é muitas vezes erradamente interpretado pela sua descontextualização e assumido como um movimento isolado e fechado num determinado período temporal¹⁸. É importante salientar que ideias de arquitetos do século XIX passaram para os arquitetos e designers do século XX. Este reconhecimento por parte de arquitetos e designers de ideias do século passado reforça a importância do estudo da teoria na História do Design¹⁹. Não podemos considerar o Movimento

¹⁷ A alteração do título da obra para *The International Style*, na edição reimpressa de 1966, reforçou a ênfase dada à designação enquanto estilo assim como à sua difusão para além da arquitetura. Ver Barr, A. H., Jr., Hitchcock, H.-R., Jr., Johnson, P. & Mumford, L. (2011). *Modern Architects*. Lisboa: Athena. C

¹⁸ Nas palavras de Clive Wainwright: "So often it has been stated that the Modern Movement was for, and only of the twentieth century with no historical basis." (Wainwright, 1990, p.30). Sobre a herança do século XIX ver Wainwright, C. (1990). *The Legacy of the Nineteenth Century*. In Greenhalgh, P. (ed.) (1997). *Modernism in Design* (pp.25-39). London: Reaktion Books.

¹⁹ Destacamos Armstrong, H. (2009). *Graphic design theory: Readings from the field*. New York: Princeton Architectural Press, onde textos com cerca de 100 anos continuam a ser considerados. Reúne uma seleção de textos desde de 1909 a 2007 de designers que são reconhecidos pela sua obra visual e que produziram textos onde refletiram questões

Moderno como um movimento isolado do resto da História do Design, muito menos podemos assumir que os designers da época recusaram olhar para o passado.

O início do Movimento Moderno dá-se com o Protomodernismo (1880-1914) que se caracterizou essencialmente por discussões – que se prolongariam para o Movimento Moderno Pioneiro – entre engenheiros, arquitetos e artistas sobre a relação entre a arte e a técnica e entre a forma e a função.

No início do século XX surge o Movimento Moderno Pioneiro (1914-1933) inserido num contexto de extrema violência e instabilidade devido à Primeira Guerra Mundial (1914-1918), à revolução da Rússia (1917), ao rápido crescimento urbano, industrial e ao exponencial avanço tecnológico. Época controversa em todas as suas vertentes, foi um período de auto-reflexão e de crítica. Ao questionar a sociedade, o design questionou também o seu papel no contexto social. Existe o desejo de escapar aos tempos vividos através de uma transformação ideológica do mundo visível, nomeadamente no movimento Dadá e nos Surrealistas que se opunham ao que acreditavam ser um racionalismo opressivo do Movimento Moderno Pioneiro, ou os Futuristas que celebravam a força do movimento proporcionada pelo avanço da tecnologia e da máquina. Foi essencialmente ideológico, marcado por um pensamento moral, ético e espiritual. Uma visão de como poderia o design transformar a consciência humana e melhorar as suas condições materiais. O design deixa de se resumir a ‘estilos’, passando a assumir-se como uma forma de ver e estar no mundo. A verdade é assumida como “uma questão de moralidade; a falta de verdade é intolerável, perecemos na mentira” (Le Corbusier, 1927, p.17, tradução livre)²⁰. Um objeto que não falhasse à verdade teria de permanecer fiel aos materiais, sem os distorcer ou esconder, – esta verdade aos materiais advém do século XIX – logo teria de rejeitar ornamentos decorativos. Várias figuras da época retrataram esta questão da remoção de ornamento de objetos utilitários²¹. Pressupunha então a criação de objetos de qualidade estética e funcional acessíveis à maioria da população, remetendo-nos aos ideais da Deutsche Werkbund²².

filosóficas, estéticas e políticas sobre o design.

²⁰ Transcrevemos a citação original: A question of morality; a lack of truth is intolerable, we perish in untruth. (Le Corbusier, 1927, p.17).

²¹ Ver Loos, A. (2004). *Ornamento e Crime* (pp.223-234). Lisboa: Cotovia. Adolf Loos no seu texto *Ornamento e Crime* (1908) defende que o ornamento é algo prejudicial, tratando-se de um gasto desnecessário para a economia assim como algo desnecessário para as próprias pessoas. A obra nega o academismo, o ecletismo, a tradição e a Arte Nova propondo uma arquitetura lúcida, pragmática, racional e funcional que utilizasse os processos e os materiais do seu tempo e que vivesse sobretudo da pureza das suas formas arquiteturais sem a máscara de outros ornamentos. Defendia uma arquitetura urbana adaptada à sua época, económica e acessível às massas. Criticou o culto do individualismo tradicional, sobrepondo ao culto da originalidade a ética da descrição e da essencialidade. Nas suas palavras: Eu cheguei à seguinte conclusão, que quero partilhar com o mundo: a evolução cultural é proporcional ao afastamento do ornamento em relação ao utensílio doméstico. (Loos, 2004, p.224)

²² A Deutsche Werkbund foi fundada em 1907 para incentivar as relações entre os

BUILT TO LIVE

**There exists in many countries
new architecture. Because of its
character, few persons have
viewing the modern style
briefly the history and nature
explains the need for an
modern architecture.**

fig. 4 Museum of Modern Art, Nova Iorque, *Built to live in*, 1931. Folheto com dezasseis páginas criado por Philip Johnson com a intuito de esclarecer sobre o novo estilo. Na imagem, recorte da página 3 com a nota de abertura na íntegra, onde se justifica a necessidade de explicar a história e propósitos do movimento e de realizar uma exposição (no ano seguinte decorre a exposição *Modern Architecture*), uma vez que, devido ao seu carácter internacional poucas pessoas tiveram acesso a este.

VE IN

**tries of the world today a
use of its international
ve had the opportunity of
. This statement outlines
ture of the movement and
exhibition in America of**

fig. 5 Museum of Modern Art, Nova Iorque, *Modern Architecture*, 1932. A exposição englobou o trabalho de projetos modernos considerados exemplares realizados por arquitetos como Walter Gropius (1883-1963), J.J.P. Oud (1890-1963), Mies van der Rohe (1886-1969), ou Le Corbusier (1887-1965) autor do projeto *Villa Savoye* de 1929 representado na fotografia. Le Corbusier interpreta a habitação como uma máquina de viver.





219

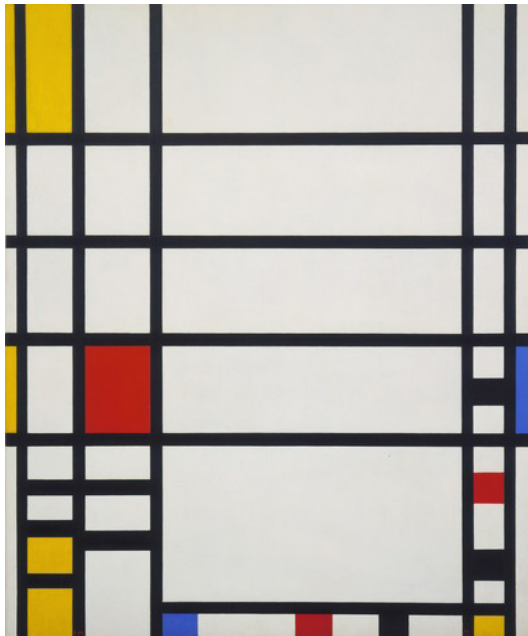


fig. 6 Piet Mondrian, *Trafalgar Square*, 1939-43.



fig. 7 Josef Müller-Brockmann, *Musica Viva*, 1959. As formas e as cores utilizadas remetem para as características estéticas do De Stijl.

O Estilo Internacional, inserido num contexto de pós-guerra, inicia-se em 1934 e vai até ao final dos anos 1970, marcado por um maior pragmatismo, segue algumas das ideologias do Movimento Moderno Pioneiro. Os anos 1950 são marcados pelo fim da Segunda Guerra Mundial em 1945 e a consequente reconstrução da Europa a partir da cooperação económica com os Estados Unidos da América, através do Plano Marshall. Graças à vitória dos aliados, a América e a União Soviética afirmavam-se como potências mundiais, vivenciando uma era de desenvolvimento económico nunca antes experienciado. A rivalidade que então se estabeleceu entre a América e a União Soviética espoletou a tensão vivida no contexto da Guerra Fria devido à incompatibilidade dos valores consumistas e os valores comunistas.

Este contexto de crescimento e recuperação pós-guerra proporcionou uma série de avanços tecnológicos que foram determinantes na produção de bens acessíveis com a qualidade estética e funcional a que o Movimento Moderno Pioneiro se propunha. A indústria, agora mais mecanizada, possibilitou a produção em massa reduzindo os custos e proporcionando o acesso a uma série de objetos que melhoraram a qualidade de vida da sociedade.

Pelos propósitos de uma estética universal defendidos pelo Movimento Moderno Pioneiro seria inevitável que no Estilo Internacional as diferenças nacionais seriam desvanecidas em prol do internacionalismo. No entanto, muitos se opuseram, defendendo a cultura regional como parte de uma expressão social essencial. Aqueles que não tinham possibilidade de se deslocar do seu país não podiam aceder nem perceber diretamente esta atividade cultural associada ao internacionalismo [fig. 4]. O acesso a esta atividade cultural era essencialmente feito através dos media que informavam sobre a atualidade internacional. As publicações assumiam-se como importantes difusores deste fervilhar cultural – no qual se inserem a SR. e a Almanaque. Os Modernistas acreditavam que o belo era intemporal e imutável e que, nesse sentido, seria possível criar uma estética considerada única e universal. A partir da Segunda Guerra Mundial, a linguagem abstrata foi adotada, tendo atingido o auge nas décadas de 50 e 60²³. O Abstracionismo Geométrico foi um dos principais movimentos artísticos influenciadores. Por se tratar de uma linguagem pura²⁴, enquadrava-se na universalidade es-

artistas, os artesãos e a indústria. A associação exerceu forte influência no ensino de uma estética mais funcional, racional e industrializada. Um dos seus fundadores foi Peter Behrens e teve como seus alunos Mies van der Rohe e Walter Gropius que também trabalharam no seu atelier. Le Corbusier também se iniciou juntamente com estes arquitetos no atelier de Peter Behrens.

²³ Desde do início dos anos 40 até ao fim dos anos 60, com bases no Abstracionismo, desenvolvem-se vários movimentos artísticos com o intuito de criar uma linguagem não figurativa que explorasse as cores, as formas, as técnicas e as composições. Na década de 40 com o Informalismo, o Expressionismo Abstrato e o grupo CoBrA. Os anos 50 com Un Art Autre, Daul Al Set e Op Art. E, os anos 60 com a Abstração Pós-Pictórica.

²⁴ A arte abstrata consistia na eliminação de todos os elementos figurativos ou sim-

tética a que se propunham. A adoção do Abstracionismo no Estilo Internacional, sucede-se nos anos 40 depois das associações com o realismo adotado por Estaline e Hitler terminarem. A Bauhaus fundada em 1919 por Walter Gropius – ex-aluno da Werkbund e do atelier de Peter Behrens – e posteriormente liderada por Hannes Meyer ao qual sucedeu Mies van der Rohe, foi fortemente influenciada pela linguagem abstrata através do movimento De Stijl²⁵ [fig. 6]. Mies van der Rohe e Gropius aplicaram na Bauhaus a aprendizagem recolhida da Werkbund e do trabalho no atelier de Peter Behrens lançando um projeto pedagógico inovador, que contribuiu para a disseminação dos valores que posteriormente definiriam o Estilo Internacional.

Com ideologias semelhantes ao Abstracionismo, surge em 1930, através de um manifesto de Theo van Doesburg, a Arte Concreta, que explorava somente os elementos puramente plásticos: as cores e planos na procura de uma clareza absoluta. Entre 1950 e 1970, influenciados pela arte concreta, alguns designers, artistas e arquitetos, como Richard Paul Lohse, Heiri Steiner, Hans Neuburg, Hans Coray, Hans Fischli, Herbert Matter, Ernst A. Heiniger, Verena Loewensberg ou Max Bill formam o círculo cultural *Allianz*, explorando nas suas obras os princípios da Arte Concreta. Contou com a colaboração momentânea de Carlo Vivsrelli, Siegfried Odermatt e Max Huber. A arte concreta teve uma forte influência na linguagem gráfica do Brasil, marcando a primeira geração de designers modernos²⁶. A ideologia Modernista da intemporalidade associada a uma estética universal, foi muitas vezes citada, por exemplo, o catálogo da exposição *Machine Art*, patente no Museum of Modern Art (MoMA) em Nova Iorque em 1934, começava com a seguinte citação de Plato:

Por beleza das formas, não associo como a maioria das pessoas suporia, a uma beleza de figuras reais ou fotografias mas, para deixar claro a minha compreensão, são linhas e círculos, e formas planas ou sólidas, feitas a partir do torno, régua e esquadro. Não são, como a maioria das coisas relativamente belas, mas sim eternamente e absolutamente belas²⁷.

bólicos a favor do uso de uma forma pura. Inicia-se oficialmente com uma experiência isolada de Kandinsky, ainda durante o período do *Cavaleiro Azul*, em 1910 com a obra intitulada *Primeira Aquarela Abstracta*. Consolida-se entre 1911 e 1912, com pintores cubistas que abandonaram a figuração, nomeadamente, Frantisek Kupka, o casal Sonia e Robert Delaunay com o movimento francês Orfismo e Kandinsky. O Abstracionismo teve duas vertentes, o Abstracionismo Lírico de origem expressiva e metafísica, baseado na intuição, no instinto e no inconsciente, e o Abstracionismo Geométrico oriundo da matemática, ligado à razão, lógica e geometria, que surge entre 1914 e 1919, com Piet Mondrian e Kazimir Malevich.

²⁵ A revista *De Stijl* foi publicada pela primeira vez em 1917, definindo os princípios do Neoplasmatismo, que foi um movimento artístico holandês inserido no Abstracionismo Geométrico e englobou as artes plásticas, a arquitetura, o design e a literatura.

²⁶ cf. Capítulo II pp. 123 - 125

²⁷ Na versão original: By beauty of shapes I do not mean, as most people would suppose, the beauty of living figures or pictures, but, to make my point clear, I mean straight



fig. 8 Josef Müller-Brockmann, *beethoven*, 1955. Cartaz que combina formas geométricas e tipografia sem serifa. Remete à música de Beethoven através das curvas originárias de um círculo perfeito que enquadram o bloco de texto. O texto e o título em caixa baixa são organizados de forma assimétrica criando um equilíbrio visual.



fig. 9 Josef Muller-Brockmann, *Musica Viva*, 1959. As formas abstratas são compostas de forma dinâmica remetendo ao ritmo das pautas musicais.



fig. 10 Josef Müller-Brockmann, *musica viva*, 1958.

Para além das composições assimétricas com formas abstratas e geométricas outro fator distintivo do trabalho de Josef Muller-Brockmann é o facto de utilizar unicamente caixa baixa. Levando a máxima de simplicidade ao seu auge.

A série de cartazes *musica viva*, trabalho de Josef Müller-Brockmann, exemplifica o uso da linguagem abstrata no Estilo Internacional [fig. 7, fig. 9 e fig. 10]. O Estilo Internacional no design de comunicação segue o princípio da arquitetura, onde a forma segue a função. O seu propósito passa pela clareza na mensagem, existindo, portanto, uma ausência de ornamento, de auto expressão – se bem que é facilmente distinguível alguns trabalhos de designers com uma linguagem mais singular – e uma neutralidade emocional. A assimetria do layout, o perfeito uso do espaço branco, da tipografia sem serifa, e a hierarquia da informação caracterizam os elementos base que são suportados por uma grelha matematicamente definida. Recorre também à imagem com fotografia, geralmente a preto e branco, e a formas simples, planas e geométricas combinadas com a tipografia sem serifa [fig. 8].

As origens do Estilo Internacional na Suíça – muitas vezes referido como o *Estilo Suíço*, a *Escola Suíça* ou o *Estilo Internacional de Tipografia* – surgem na década de 20 com as bases da Bauhaus e da *Nova Tipografia*²⁸ de Jan Tschichold, e foram exportadas como o Estilo Internacional. Vários fatores influenciaram a sua consolidação: a localização geográfica no centro da Europa e a posição neutra da Suíça relativamente à guerra; a língua alemã que permitiu trocas, não só na Suíça, como na Alemanha; fatores culturais como o interesse na precisão e no artesanato; o sistema de educação e o seu rigor técnico; e por fim, o interesse pela cultura gráfica facilmente identificável, por exemplo, pela preocupação existente na identificação de cada um dos vinte e dois cantões com bandeiras gráficas cuidadosamente realizadas.

Em 1913, na Suíça, surge a Seiss Werkbund (SWB), uma associação de arquitetos e designers que assentava nos mesmos propósitos que a Deutscher Werkbund, fundada em 1907, onde um objeto teria de ser funcional, respondendo às suas necessidades de uso com os materiais e a técnica adequados. A Seiss Werkbund viria a protagonizar, nos anos de 1950 e 1960, uma das campanhas e exposições, mais significativas a nível internacional, a *Die Gute form* sob direção de Max Bill.

Caracterizou-se por dois estilos, o de Basel, com a escola *Allgemeine Gewerbeschule* (Escola de Design), e o de Zurique, com a escola *Kunstgewerbeschule* (Arts and Crafts).

lines and circles, and shapes, plane or solid, made from them by lathe, ruler and square. There are not, like many things, beautiful relatively, but always and absolutely. (Machine Art, Museum of Modern Art, p.10)

²⁸ *Nova Tipografia* (1920-1930) de Jan Tschichold foi uma revolução no design de impressão, primeiramente pela publicação do artigo *Elementare Typographie* em 1925 na revista *Typografische Mitteilungen* com os dez mandamentos tipográficos. Posteriormente, em 1928 com o livro *Die Neue Typographie* que viria a tornar-se a obra exemplar entre aprendizes e profissionais. Contudo, Jan Tschichold mais tarde viria a retomar uma abordagem mais tradicional, pelo recurso a composições renascentistas na editora *Penguin Books* e pelas tipografias como a fonte *Sabon*.



fig. 11 Armin Hofmann, *Stadt Theater Basel*, 1962.

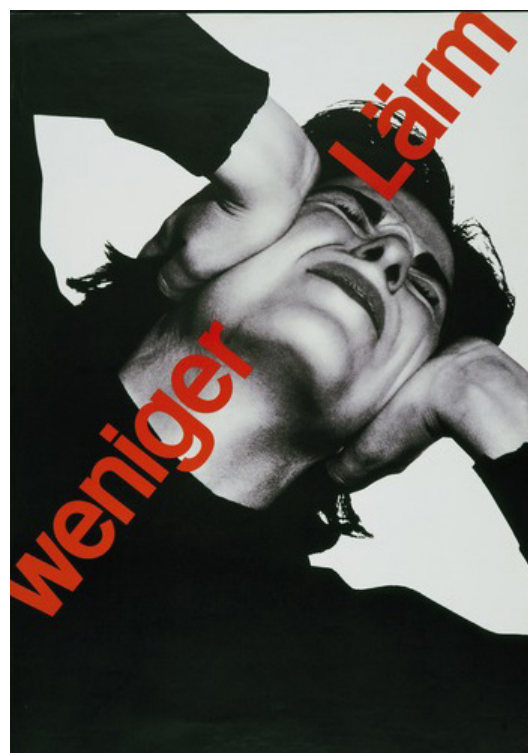


fig. 12 Josef Müller-Brockmann, *Less Noise*, 1960. O enquadramento da fotografia a preto e branco com a tipografia a vermelho num eixo diagonal reforça a mensagem de barulho excessivo.

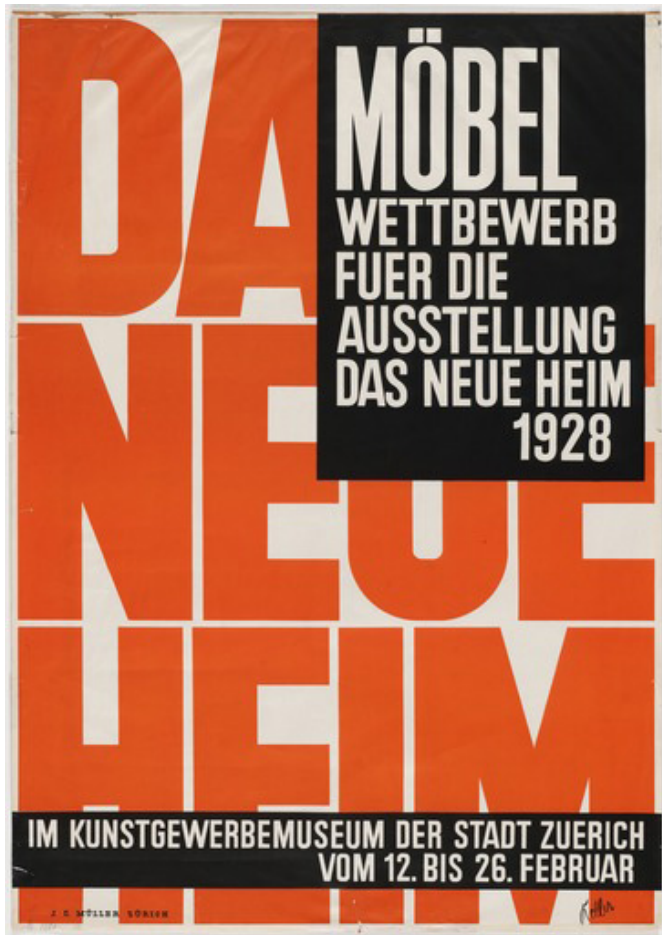


fig. 13 Ernst Keller, *Das Neue Heim*, 1928.

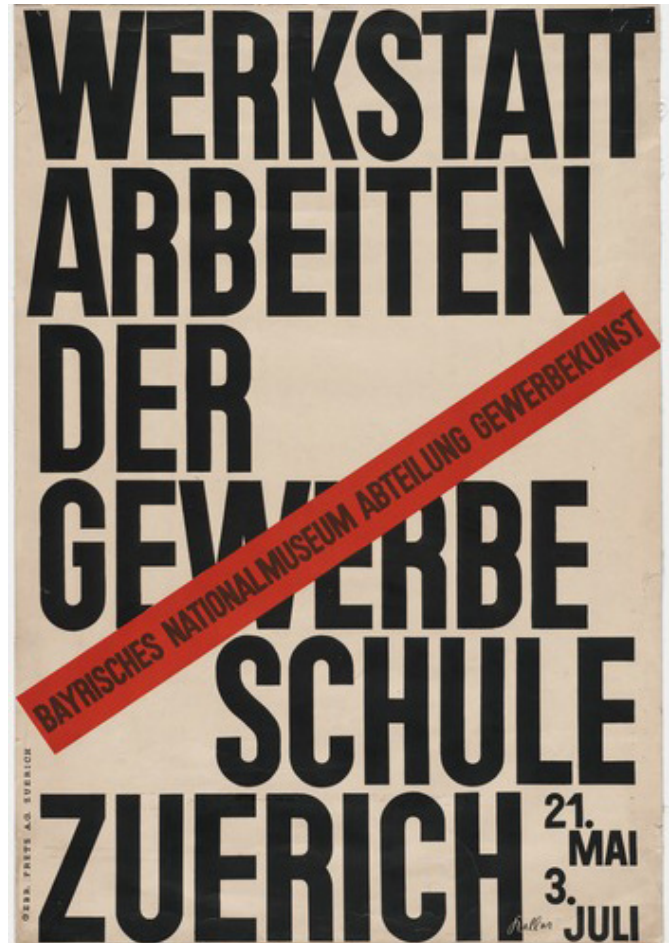


fig. 14 Ernst Keller, *Werkstatt Arbeiten der Gewerbeschule Zürich*, 1927.

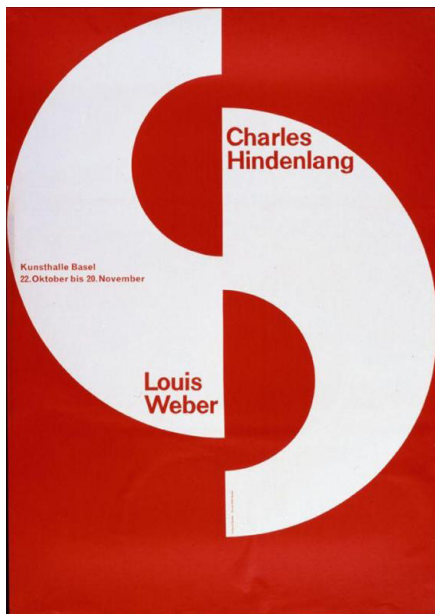


fig. 15 Emil Ruder, *Charles Hindenlang - Louis Weber*, 1955.



fig. 16 Emil Ruder, *Lucien Clergue: Photos 1954 bis 1964*, 1964.



fig. 17 Armin Hofmann, *Form & Farbe*, 1951.

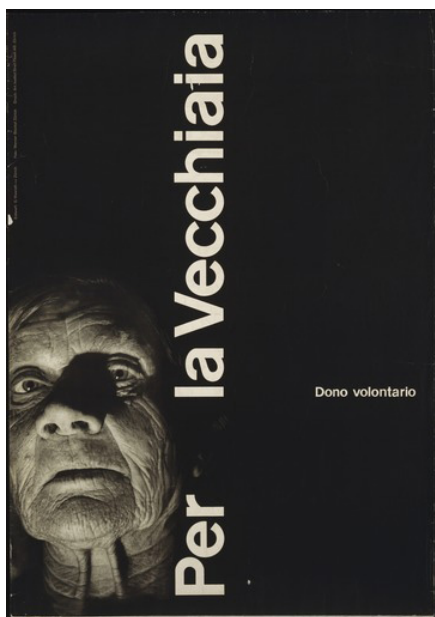


fig. 18 Carlo L. Vivarelli, *Werner Bischof Pour la Vieillesse / Don Volontaire*, 1949.



fig. 19 Josef Müller-Brockmann, *Mind the Child!*, 1953.



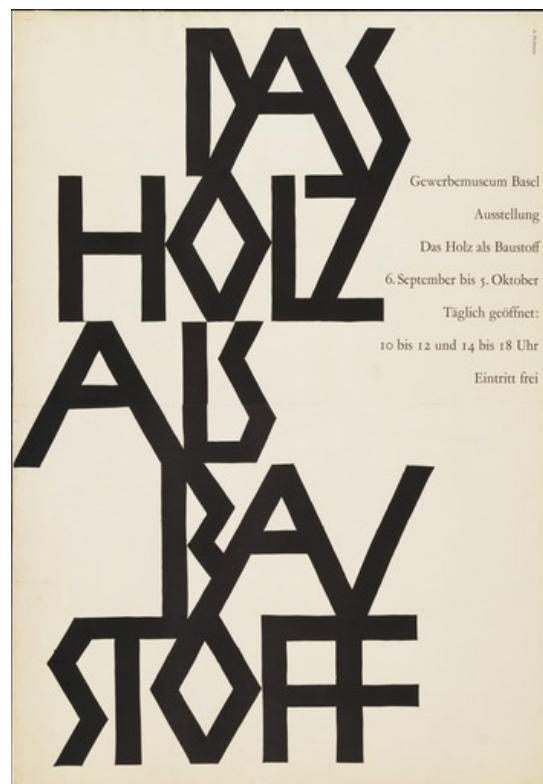
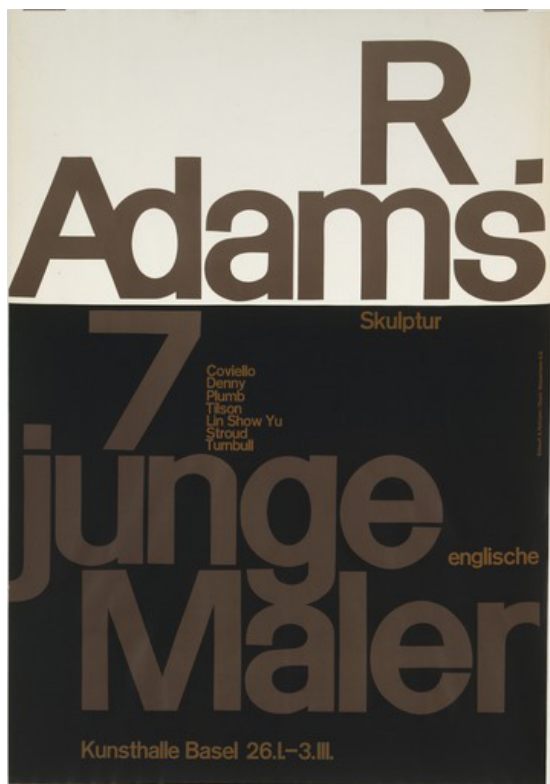
fig. 20 Josef Müller-Brockmann, *Der Film*, 1960.



fig. 21 Armin Hofmann, *Stadt Theater Basel*, 1961.



fig. 22 Armin Hofmann, *Stadt Theater Basel*, 1963.



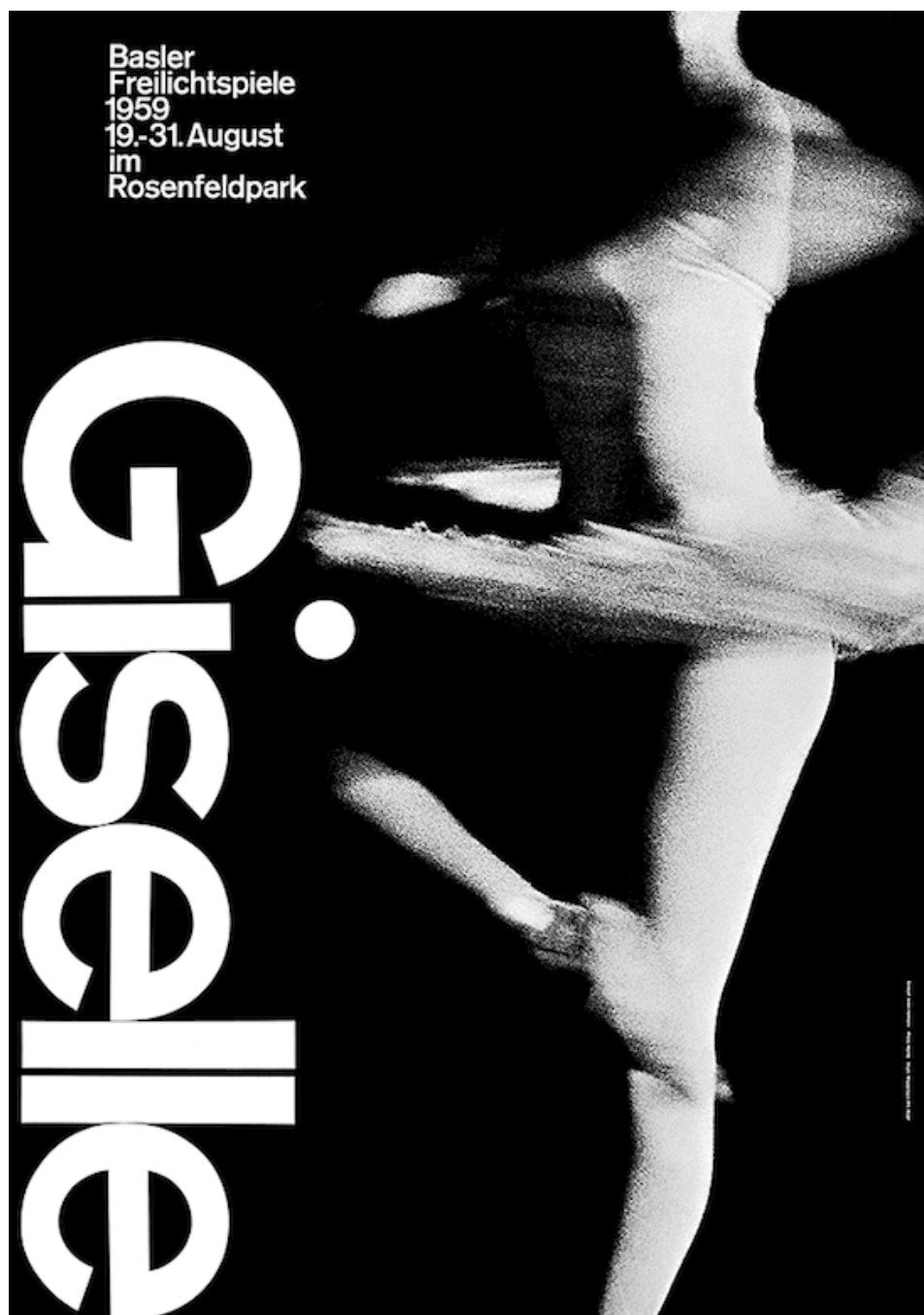


fig. 27 Armin Hoffmann, *Giselle*, 1959. Poster realizado para uma peça de ballet. A tipografia é a Neue Haas Grotesk que posteriormente alteraria o nome para Helvetica. A palavra *Giselle* ganha tanta força quanto uma imagem pela sua posição vertical e pela substituição do ponto da letra 'i' com um círculo, uma vez que na tipografia original é um quadrado (conferir 'i' original na imagem ao lado). A fotografia captura o movimento da bailarina conferindo dinamismo e delicadeza à composição, enquanto que, o título mais condensado destaca-se sob o fundo negro.

Entre estas duas escolas destaca-se o nome Ernst Keller que exerceu uma forte influência enquanto professor na escola de Zurique, de 1918 a 1956, pelo uso inovador da tipografia e da grelha [fig. 13 e fig. 14]. E Alfred Willimann que leccionou tipografia nas aulas de fotografia de Hans Finsler em 1932. Keller, Willimann e Finsler tiveram uma notável influência no design gráfico suíço. Foram seus alunos designers como Armin Hofmann e Emil Ruder, que desenvolveram os cursos de design gráfico e tipografia enquanto diretores da escola de Basel, e ainda Josef Müller-Brockmann pertencente à escola de Zurique. Este último deu continuidade ao trabalho iniciado pelo seu professor Ernst Keller no uso de um layout estruturado e rigoroso, com o recurso a grelhas como forma de hierarquizar e organizar a informação, com a publicação do livro *Grid Systems in Graphic Design* em 1981. As duas escolas leccionam os pressupostos teóricos e gráficos do Estilo Internacional, assumindo um papel determinante na sua disseminação.

Os designers de Basel eram menos doutrinários do que os seus contemporâneos de Zurique, apresentando uma maior diversidade estilística. Variando entre formas mais retangulares e formas mais biomórficas e fotografia a preto e branco enquadradas com a tipografia sem serifa [fig. 15 a fig. 17]. Já os designers de Zurique, do qual destacamos o trabalho do então já mencionado Josef Müller-Brockmann, Richard Paul Lohse, Hans Neuburg e Carlo L. Vivarelli aplicam as normas de uma forma rigorosa e disciplinada [fig. 18 a fig. 20]. Esta racionalidade é facilmente demonstrada no trabalho de Josef Müller-Brockmann, quer através das formas abstratas geométricas e da fotografia como pela clareza e objetividade na mensagem. No cartaz *Mind the Child!* a fotografia da moto é propositivamente desproporcional em relação à criança com o intuito de realçar a ideia do perigo iminente [fig. 19]. Autor do livro *Grid Systems in Graphic Design*, seria inevitável que o trabalho de Müller-Brockmann demonstrasse composições assimétricas onde a tipografia sem serifa, as formas geométricas e o espaço branco são totalmente equilibrados na grelha.

Por sua vez, Armin Hofmann, formado pela escola de Basel, apresenta um trabalho distinto. No seu cartaz *Giselle* demonstra uma elegância e uma maior sensibilidade em combinação com a racionalidade característica do Estilo Internacional [fig. 27], assim como os cartazes desenvolvidos para o *Stadt Theater Basel* [fig. 11, fig. 21 e fig. 22]. Os seus cartazes apresentam a diversidade existente nos designers de Basel, onde tanto se vê somente o uso da tipografia [fig. 17, fig. 23 e fig. 24], como a combinação da tipografia com fotografia ou com formas biomórficas [fig. 25, fig. 26 e fig. 28].

A tipografia, elemento indissociável na definição da expressão gráfica do Estilo Internacional, – aliás é muitas vezes referido como *Estilo Internacional de Tipografia* – serviu os propósitos de funcionalidade e racionalidade, que se traduziu na letra sem serifa. As mais recorrentes foram a *Akzidenz Grotesk*, – que inclu-



fig. 28 Armin Hofmann, *Kunsterziehung in USA*, 1961.



fig. 29 Josef Müller-Brockmann, *Die Neue Haas Grotesk*, 1962.



fig. 30 *Neue Grafik*, nº1, 1958. Publicação dos designers Richard P. Lohse, Josef Müller-Brockmann, Hans Neuburg, e Carlo Vivarelli que utiliza a *Helvética*.



fig. 31 Emil Ruder, *Typografische Monatsblätter*, nº 8 e 9, 1961. Capa onde se observa o uso da tipografia *Univers*.



fig. 32 Emil Ruder, *Typographie*, Capa composta por uma composição gráfica com a tipografia *Univers*.

sive foi utilizada na Almanaque, – a *Neue Haas Grotesk* [fig. 29], – que viria a ser vendida em 1957 à Stempel na Alemanha e o nome alterado para *Helvetica* – a *Univers* e a *Optima*. A *Akzidenz Grotesk*, criada pela *German Foundry Berthold* em 1896, seria inicialmente a tipografia mais utilizada pelos designers suíços pela sua convenção funcional sem ser demasiadamente estilizada. A *Helvética* (antiga *Neue Haas Grotesk*) viria a tirar o lugar de prestígio da *Akzidenz Grotesk*, tornando-se a tipografia mais utilizada até aos dias de hoje. Exceção à regra foi o designer Emil Ruder que utilizava regularmente a *Univers*, ao invés da *Helvética* como os seus contemporâneos [fig. 30 a fig. 32].

As publicações produzidas na Suíça foram um veículo de disseminação importante no Estilo Internacional. A revista *Graphis* fundada em 1946 por Walter Herdeg e publicada mensalmente a partir de Zurique, lançava as influências para o Estilo Internacional até ao fim dos dias de guerra na Europa. A revista equilibrava artigos variados desde a discussão de arte comercial, artigos críticos de arte, edições limitadas de livros e artigos sobre a história do design.

Outra referência foi a publicação alemã *Neue Grafik*, que foi traduzida em francês (*Graphisme Actuel*) e inglês (*New Graphic Design*), lançada em 1958 pelos designers Richard P. Lohse, Josef Müller-Brockmann, Hans Neuburg, e Carlo Vivarelli que trabalhou para Boggeri em Milão. Inicialmente Armin Hoffmann e Emil Ruder iriam fazer parte destes nomes, no entanto "o projeto gráfico de Hoffmann era demasiado artístico e a tipografia de Ruder demasiado esquemático para a atitude rígida dos designers de Zurique" (Müller, J., 2001, p.34, tradução livre)²⁹. A publicação tinha como objetivo criar uma plataforma internacional de discussão sobre o design gráfico moderno e sobre as artes aplicadas. Contrariamente às publicações existentes, era caracterizada por uma atitude de exclusividade, consistência e descompromisso. Publicou poucos exemplares de trabalhos exteriores à Suíça, e teve artigos regulares sobre o trabalho de Max Bill, Max Huber, Ernst Keller e Anton Stankowski. Apesar do seu sucesso excepcional, a *Neue Grafik* foi alvo de inúmeras críticas, que viam o Estilo Suíço – especialmente o estilo de Zurique – como inflexível e rígido nas suas soluções gráficas.

O rigor e a racionalidade no uso do Estilo Internacional demandou publicação teórica sobre o movimento. A primeira publicação na Suíça sobre design gráfico com reflexões teóricas ligadas ao Estilo Internacional foi *Die neue Graphik* (1959), publicada por Karl Gestner, um pintor suíço de arte concreta, e Markus Kutter. Seguiram-se outras publicações teóricas, como *Programme Entwerfen* (*Designing Programmes*, 1963) e *Compendium fur Alphabeten* (*Compendium for Literates*, 1971). Todas estas

²⁹ Transcrevemos a versão original em inglês: "Originally Armin Hoffmann and Emil Ruder were to have been members of the editorial board, but Hofmann's graphis approach was too artistic and Ruder's typography too shematic for the rigid attitude of the Zurich designers." (Müller, J., 2001, p.34).

publicações apresentavam em comum a ideia de um sistema onde as escolhas gráficas seriam racionais e limitadas.

De forma geral os designers americanos não foram doutrinados na adoção do Estilo Internacional, como na Suíça. Na década de 1930 assiste-se a um movimento migratório de artistas, arquitetos e designers para os EUA, constituindo um extraordinário veículo de disseminação do modernismo europeu, na arquitetura, na arte e no design de comunicação. Pertencente a este grupo migratório estavam os arquitetos Mies Van der Rohe e Gropius e os designers Herbert Bayer e Ladislav Sutnar.

As tendências estilísticas fundamentais do design norte-americano do pós-guerra manifestaram-se, quer na ortodoxia da ética das corporações, como na preferência pelo orgânico, pelo literal e pelo figurativo.

O Estilo Internacional apresenta-se como a solução para uma linguagem gráfica dita universal e acompanha o crescimento da cultura corporativa. Com a sociedade de consumo o design procura satisfazer o mercado de massas, sem grandes custos, e com a sapiência de produzir objetos com um carácter efêmero, de modo a promover a compra consecutiva. Em reação ao boom de objetos, assiste-se um pouco por toda a Europa e na Escandinávia à discussão sobre *good design*, que originou uma série de concursos, exposições, manifestos e livros. A conceção de *good design* propunha objetos estéticos e funcionais, considerando o utilizador, a ergonomia e a técnica.

O desenvolvimento tecnológico e económico exigiu por parte dos designers uma adaptação às mudanças que se viviam. O surgimento das multinacionais demanda um novo método de promoção dos seus produtos, exigindo pensar a identidade de uma forma mais consistente e global, uma vez que a maioria das companhias estendiam as suas filiais a muitos países estrangeiros. Possivelmente, a primeira demonstração de preocupação com a identidade visual tanto da parte das corporações como do designer remete-nos ao trabalho do arquiteto Peter Behrens com a AEG, onde projetou desde fábricas, escritórios e grafismos. No entanto, durante os anos 1950, as companhias, para além de reconhecerem o valor da sua identidade visual, sentem a necessidade de se destacar da crescente concorrência, permitindo que a '*ID bussiness*'³⁰ se traduzisse na área em maior expansão no design gráfico.

O humor apresenta-se como uma das ferramentas recorrentes nas propostas gráficas corporativas atraindo a atenção do consumidor³¹ e construindo uma identidade mais individualizada.

³⁰ Termo retirado da monografia Pettit, E., Ballance, G. (1999). *Paul Rand* (p.147). Londres: Phaidon Press Limited.

³¹ Sobre a questão do humor associado ao design corporativo Paul Rand refere: "This misconception has been discredited by those advertisers and publishers who have successfully exploited humor as a means of creating an atmosphere of confidence, goodwill, good fellowship, and the right frame of mind toward an idea or product. Radio and TV commercials have made tremendous strides in the use of humor as a potent sales devi-



fig. 33 Paul Rand, *American Broadcasting Corporation (ABC)*, 1962.



fig. 34 Paul Rand, *Consolidated Cigar Corporation*, 1959.



fig. 35 Paul Rand, *Westinghouse*, 1960.



fig. 36 Paul Rand, *IBM*, 1956. A fonte serifada baseada na City Medium atribui uma imagem sólida e confiante.

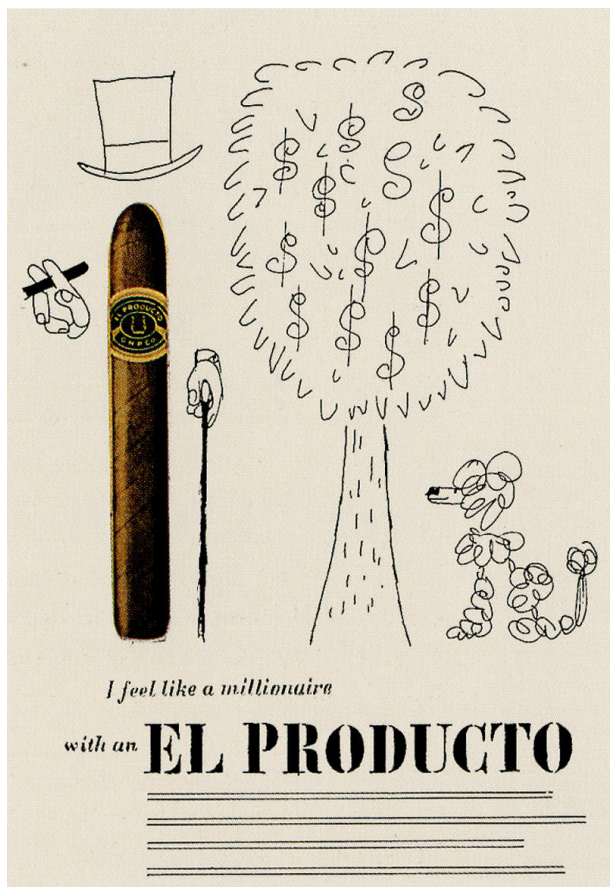


fig. 37

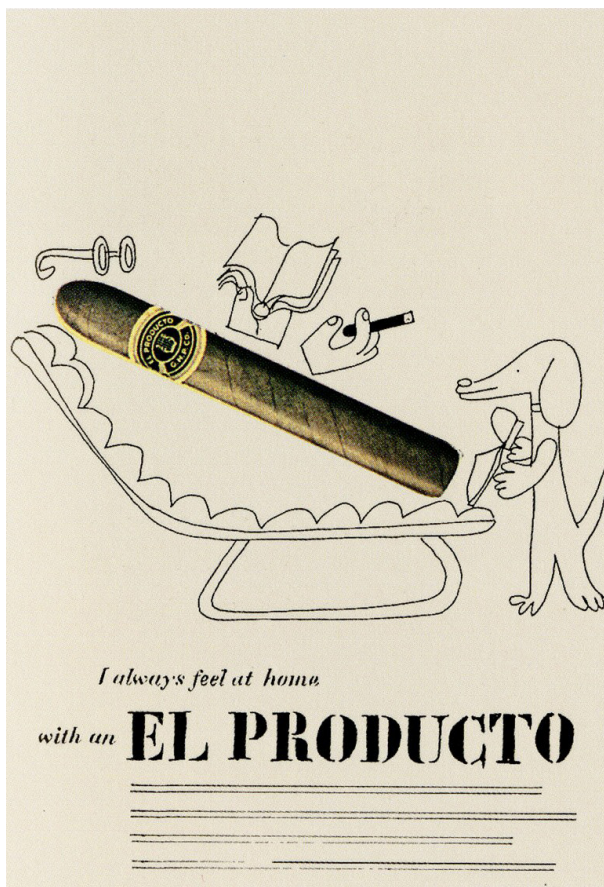


fig. 38

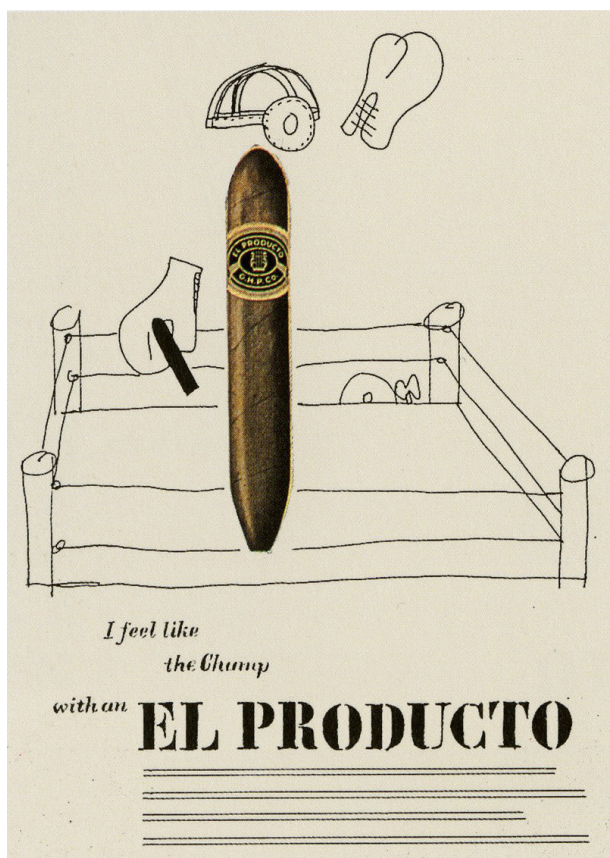


fig. 39



fig. 40



fig. 41

fig. 37 a 41 Paul Rand, *El Producto*, c. 1953- c. 1957.



fig. 42 Ben Shahn, *Great Ideas of Western Man*, n° 5, John Locke, 1950.

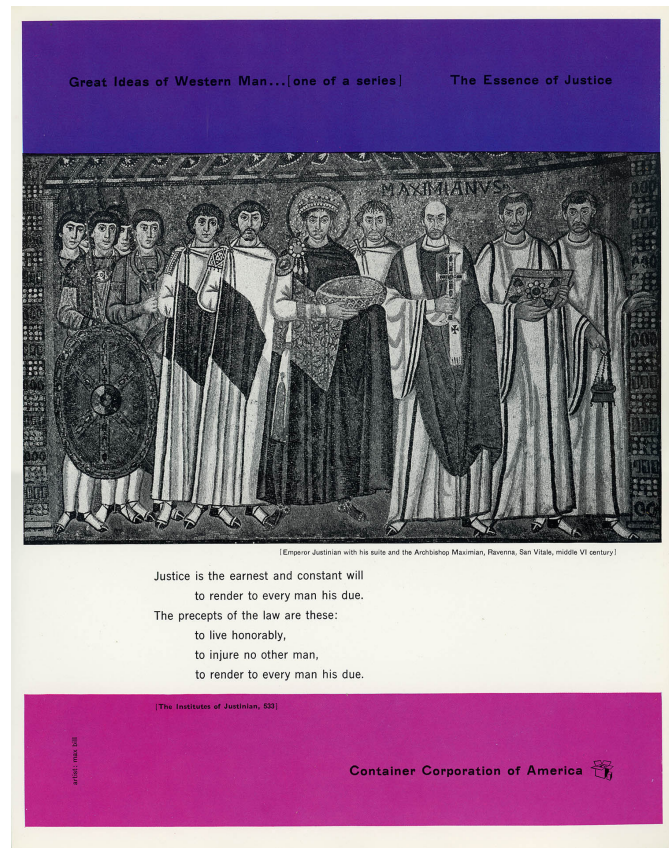


fig. 43 Max Bill, *Great Ideas of Western Man*, n° 37, Justinian.



fig. 44 Alvin Lustig, *Great Ideas of Western Man*, n° 40, John Ruskin.



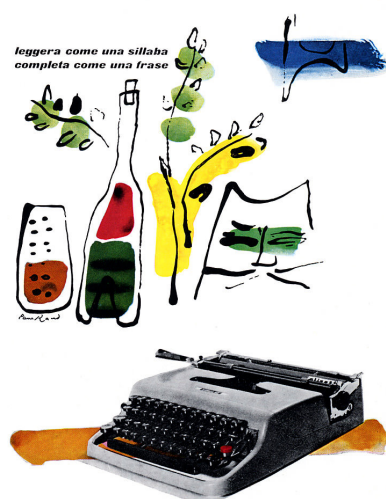
fig. 45 Alexey Brodovitch, *Great Ideas of Western Man*, n° 143, Rousseau.



fig. 46 Herbert Bayer, *Great Ideas of Western Man*, n° 131, Theodore Roosevelt. Bayer ilustra a citação "The things that will destroy America are... The love of soft living and the get-rich-quick theory of life." recorrendo a colagens com fragmentos de consumismo e luxo.



fig. 47 Paul Rand, *Olivetti*, 1953.



Olivetti Lettera 22

fig. 48 Paul Rand, *Olivetti*, 1953.

O uso do humor pelas empresas, para além de permitir destacar-se da concorrência possibilitava uma aproximação ao consumidor por este se rever nos valores da marca³².

Memorável pelo seu carácter divertido é a identidade desenvolvida por Paul Rand para a *El Producto*, uma empresa de cigarros. O logo apresenta um cigarro que Paul Rand dá vida nas mais inusitadas situações. O recurso a este tipo de personagens com um tom humorístico é identificável tanto na S.R. como na Almanaque.

Já a série de cartazes desenvolvida para campanha da Container Corporation of America (CCA), empresa de caixas de papel e cartão, *Great Ideas of Western Man* desafia o mercado ao promoverem a companhia sem fazerem uma conexão com os seus produtos, em vez disso, transmitem a ideia de uma empresa responsável que veicula mensagens culturais. Lançada em 1950 por Walter Paepcke, diretor da companhia, juntamente com a direção de design de Herbert Bayer, a campanha foi publicada em várias revistas de referência como *Life* e *Fortune*. Consistia na ilustração de diversas citações de escritores, políticos e filósofos, por designers e artistas convidados, nomeadamente, Adolphe Mouron Cassandre, Ben Shahn, Réne Magritte, Jan Tschichold, Saul Bass, Milton Glaser, Alvin Lustig, Lester Beall e Alexey Brodovitch [fig. 42 a fig. 46].

Uma das identidades que mais corporifica a estética e o advento da cultura das corporações internacionais foi projetada por Paul Rand para a IBM em 1956, a convite de Eliot Noyes, que trabalhou anteriormente para o Museum of Modern Art (MoMA). Para além de Paul Rand, Eliot Noyes contou com designers como Charles e Ray Eames e Eero Saarinen enquanto suporte ao design industrial da IBM. Mais tarde, Eliot Noyes viria a colaborar com a Westinghouse onde sugeria mais uma vez o nome de Paul Rand para o desenho da identidade [fig. 35]. A identidade desenvolvida por Paul Rand para a IBM resume a ideologia do Estilo Internacional ao serviço das corporações internacionais. A predominância de jogos com cores vibrantes e padrões que se replicam em diversos suportes, transparecendo uma imagem unificada e atribuindo uma atitude alegre e positiva à marca [fig. 36, fig. 49, fig. 50, fig. 51 e fig. 52].

A reformulação da identidade da IBM surge por inspiração de Thomas J. Watson, o seu diretor, na empresa italiana Olivetti, fundada em 1908, que era uma das mais bem sucedidas e reconhecidas internacionalmente. Giovanni Pintori, diretor de design, prestava atenção a cada detalhe, desde anúncios – com dois realizados por Paul Rand [fig. 47 e fig. 48] – a lojas e produtos concebidos por designers conceituados. Um dos designers brasileiros viria a ser responsável pela realização dos cartazes.

ce." (Rand, 1947, p. 22).

³² Sobre esta nova estratégia das empresas Stephen J. Eskilson refere: "(...)In the post-war era, corporations soon recognized the value of creating an "individual" personality for their company, one that consumers could relate to on a more personal level." (Eskilson, 2007, p. 322)

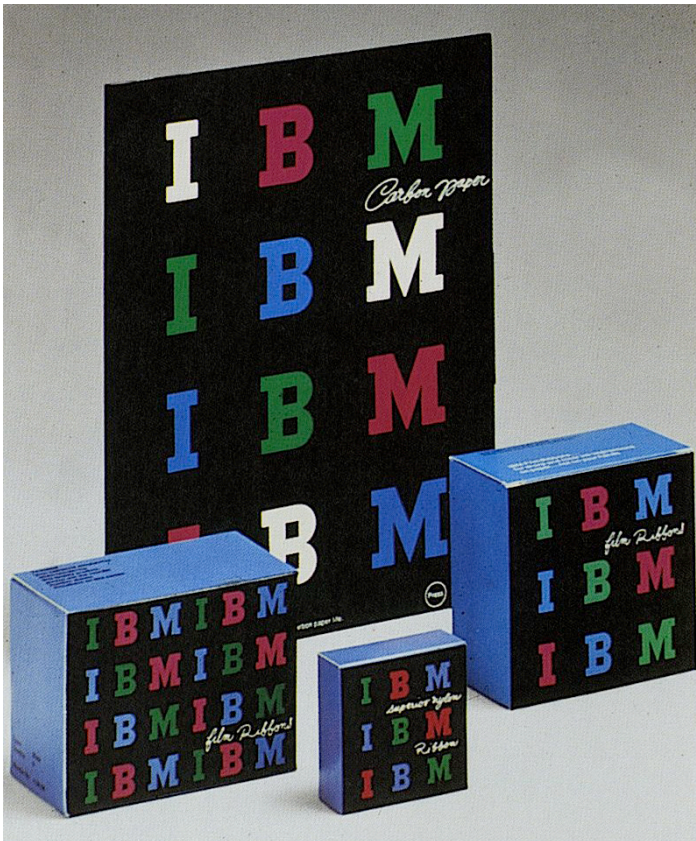


fig. 49 Paul Rand, IBM, 1959.



fig. 50 Paul Rand, IBM, 1959.



fig. 51 Paul Rand, IBM, 1959.



fig. 52 Paul Rand, IBM, 1959.



fig. 53 Herbert Matter, Knoll Associates, 1956. As campanhas de Herbert Matter para a Knoll durante os anos de 1950 são marcadas por um humor que aproximam o consumidor aos seus produtos. Na imagem é publicitada a cadeira tulipa de Eero Saarinen, os seus produtos tornaram-se ícones dos anos 1950. As campanhas desenvolvidas pela Knoll corporificam a nova dinâmica de promoção que as empresas assumiram na época.



fig. 54 Herbert Matter, Knoll, 1950. Anúncio para a cadeira Hardoy desenhada por Antonio Bonet, Juan Kurchan and Jorge Ferrari Hardoy.

zes publicitários da Olivetti no Brasil³³.

Na indústria da rádio e da televisão, destacamos a identidade desenvolvida por William Golden para a Broadcasting System, dirigida por Frank Station, em 1951. O logo representa simultaneamente o olho do telespectador e o olho da câmara e, apresenta-se como um símbolo marcante na época, e reconhecido até aos dias de hoje [fig. 55] – a capa do primeiro número da *Almanaque* de outubro de 1959 remete-nos graficamente a este símbolo [fig. 56].

Outra identidade de destaque pela presença do humor nas suas campanhas é a Knoll³⁴, uma empresa de interiores, que reuniu um conjunto de designers conceituados, nomeadamente Mies van der Rohe e Eero Saarinen. As campanhas, realizadas por designers de comunicação como Alvin Lustig e Herbert Matter [fig. 57] e, mais tarde, no fim dos anos 60 Massimo Vignelli, recorrem a jogos que contam com a sofisticação do leitor para a sua interpretação aproximando-se assim dos consumidores. Surgem anúncios da Knoll na SR. (e um artigo sobre a sua primeira loja no Brasil³⁵), na *The New Yorker* e na *Fortune* [fig. 53 e fig. 54]. Ilustram o estilo de vida da época, respondendo às necessidades e vontades que se faziam sentir quanto aos interiores e ao ambiente doméstico.

Este aliar do design à indústria, que transparece numa estética racional e funcional, remete-nos aos ideais defendidos pela Werkbund e, posteriormente, em 1953 à nova escola internacional de design, a Ulm, fundada por Inge Scholl que fazia parte de um compromisso moral e social na reconstrução dos primeiros anos pós-guerra. A Ulm teve como professores que também passaram pela Bauhaus, Johannes Itten, Josef Albers e Mies Van Der Rohe. Contrariamente à Bauhaus, inseriu no seu programa de ensino disciplinas associadas a um pensamento mais racional ligado às ciências e à matemática – à semelhança da Werkbund. A criatividade é associada a áreas imprevisíveis, dando lugar a uma nova definição do projeto de design que se começa a afastar da visão mais artística da Bauhaus.

A Escola de Ulm viria a ser uma grande influência na afirmação do design no Brasil através do mediador Max Bill. Max Bill ao realizar uma exposição no Brasil sobre o seu trabalho, viria a recrutar alunos brasileiros para a Ulm, que posteriormente viriam a formar uma escola no Brasil baseada nos pressupostos da Ulm³⁶.

Apesar do Estilo Internacional evocar à substituição do individualismo pelo universalismo e pela produção estandardizada e em massa, a Escandinávia não recusava a tradição e o artesanato na sua produção moderna.



fig. 55 William Golden, CBS, 1950.



fig. 56 Sebastião Rodrigues, *Almanaque n°1*, 1959. Portomenor da primeira capa da *Almanaque*.

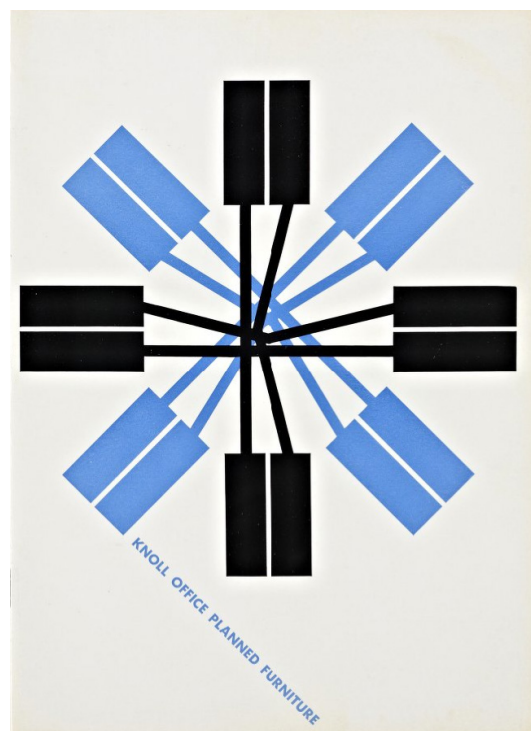


fig. 57 Herbert Matter, *Knoll Office/Planned Furniture*, 1954.



fig. 58 Herbert Matter, *Knoll Textile*, 1955.

³³ cf. Capítulo II p. 101

³⁴ Ver Laurrabee, E., Vignelli, M. (1990). *Knoll Design* Nova Iorque: Harry N. Abrams

³⁵ cf. Capítulo III pp. 160 - 161

³⁶ cf. Capítulo II p. 102



fig. 59 Stockholm Exhibition, 1930.

Os países escandinavos são tidos como exemplos quanto à prática do design sendo necessário salientar os fatores que proporcionaram este reconhecimento. Primeiramente, a sua cultura vinculada para o design, e a nível político, a socio-democracia que é um denominador comum dos quatro principais países – surgiram governos sociais-democratas na Dinamarca (1929), na Suécia (1932), na Noruega (1935) e na Finlândia (1937) e o pós-guerra viria a incluir neste grupo a Islândia, que se tornou uma república em 1944. Assim, os feitos atingidos na relação harmoniosa entre a indústria, artes decorativas e o design, foram parte de um processo histórico e cultural próprio.

É reconhecido por todos que os países escandinavos investem no bem comum. A sua riqueza é transformada em bem-estar, investindo sobretudo na qualidade de vida da população. Esse investimento passa obrigatoriamente pela cultura. O design não é visto somente pela sua potencialidade económica mas também, enquanto ferramenta que proporciona qualidade de vida. Isto é facilmente demonstrado em 1845, com a fundação da *Sociedade Sueca do Design Industrial - Svenska Slodforeningen* – ainda no ativo, mas reconhecida como *Svenk Form* – que promoveu desde esta época o design com o objetivo de preservar os valores estéticos e as qualidades criativas do artesanato associadas à indústria. Estes esforços permitiram a estabilização do design enquanto profissão ainda no século XIX, mais rapidamente que os restantes países. A vontade e preocupação em preservar as características artesanais próprias do país é perceptível quando da criação do primeiro museu ao ar livre *Skansen* em 1891, por parte do *Nordiska Museum* (1873), totalmente devotado ao design nacional e à sua cultura.

Em 1941, a *Sociedade Sueca do Design Industrial* cria uma agência para estabelecer a ligação necessária entre artistas e artesãos com a indústria. Sendo que, em 1917, passado dois anos, reforça esta intenção, ao criar uma reforma no design com o slogan *beautiful goods for everyday use* com a realização de vários concursos onde teria de se equipar totalmente algumas divisões de um apartamento, desde o mobiliário, papel de parede, têxteis, cerâmicas e vidro. Todo o design teria de ser possível de reprodução e economicamente acessível. Os resultados foram expostos, no mesmo ano, na exposição *Home Exhibition* na *Liljevalah Gallery* em Estocolmo. Estes concursos possibilitaram a cooperação e participação dos artistas e artesãos na indústria que trabalharam juntamente com marcas na criação de novos produtos. Para além disso, ofereceram estúdios aos artistas e artesãos onde podiam experimentar e desenvolver novas ideias. Como podemos constatar, a Suécia sempre investiu e incentivou ao desenvolvimento do design, oferecendo todas as condições necessárias para que este se diferenciasse das outras produções da época conferindo-lhe uma atitude singular.

Contrariamente ao que se verificava um pouco por toda a Europa e nos EUA, não foram deixados manifestos ou publicações onde os pressupostos teóricos fossem explicados, exceto



fig. 60 Maiija Isola, *Marimekko-Unikko*, 1965. Um dos padrões mais populares da Marimekko.

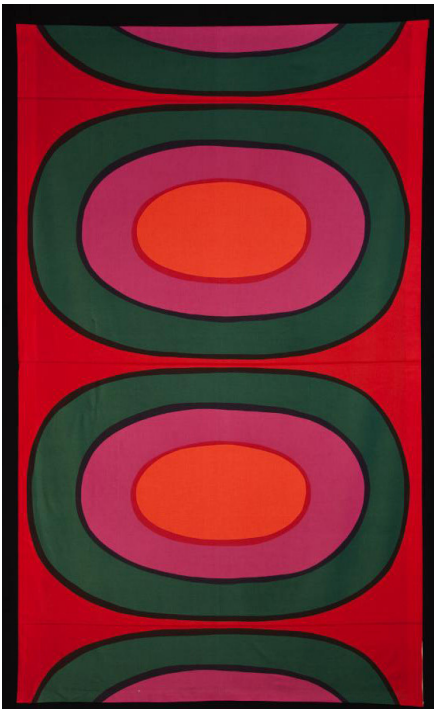


fig. 61 Maija Isola, *Melooni*, Marimekko, 1963.



fig. 62 Sven Markelius, *Nordiska Kompaniet*, 1958.

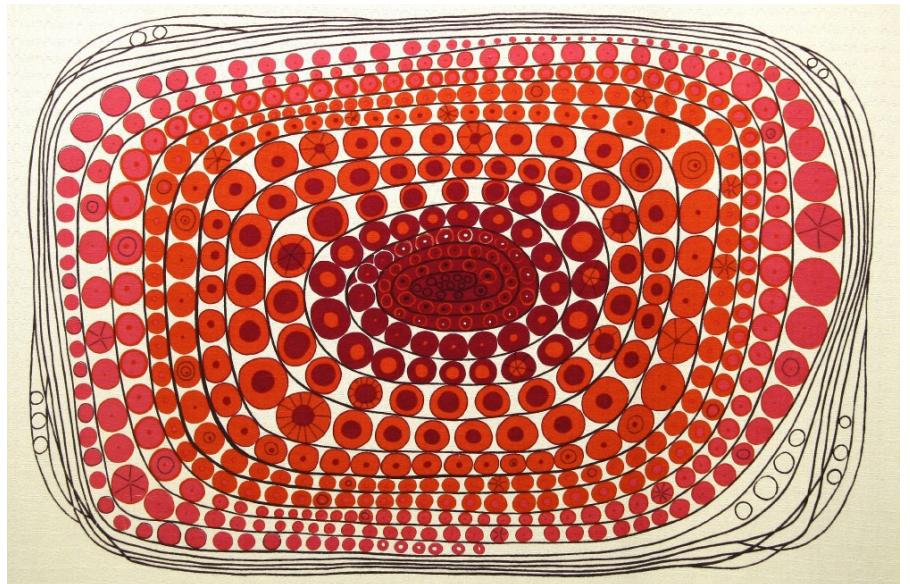


fig. 63 Maud Fredin, *Festivitas*, 1954.

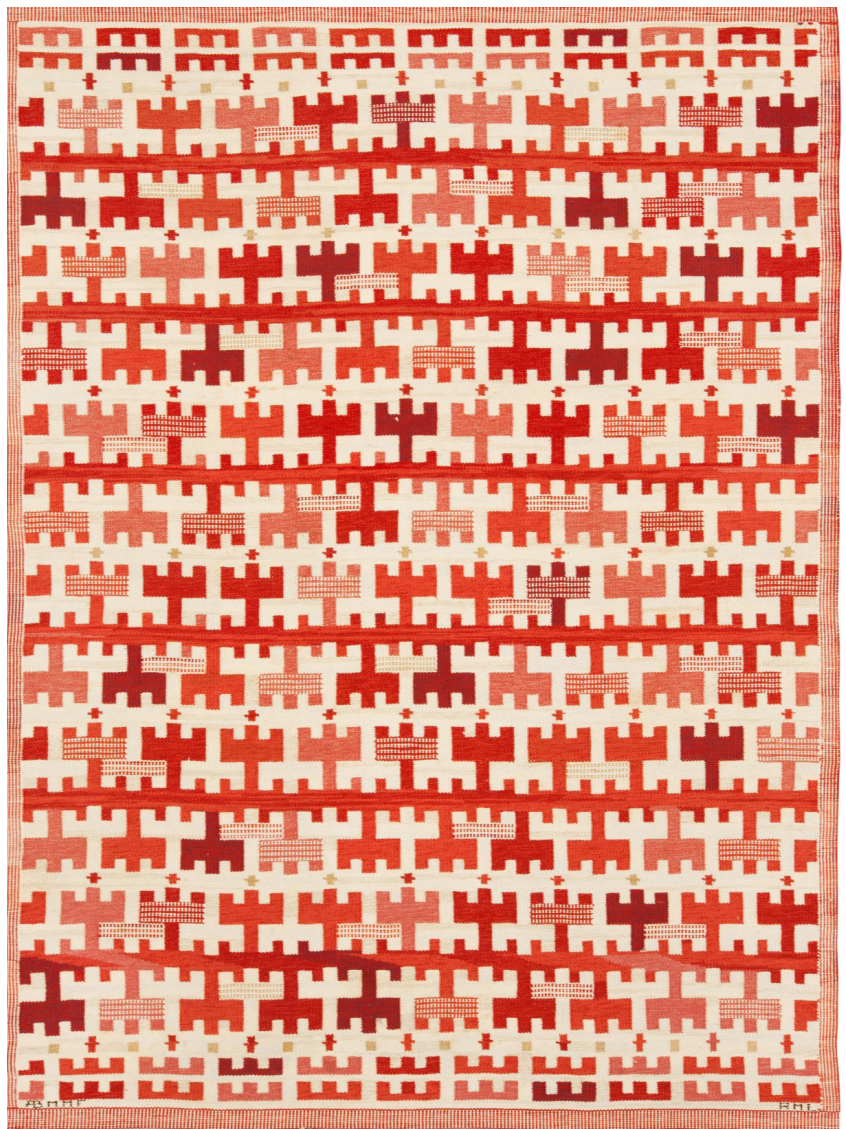


fig. 64 Märta Måås-Fjetterström e Ann-Mari Forsberg, *Rödbroka*, 1944.



fig. 65 Paul Rand, *Abacus*, 1946.

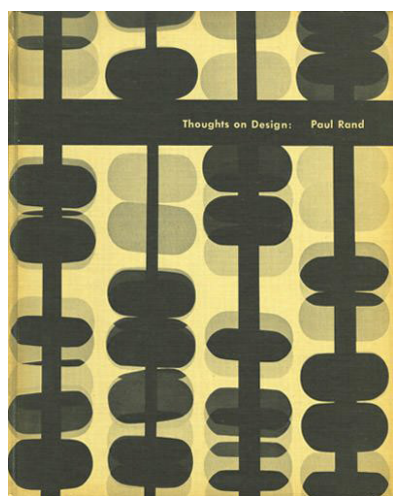


fig. 66 Paul Rand, *Thoughts on Design*, 1947.



fig. 67 Museum of Modern Art (MoMA), *Good Design*, 1955. Na fotografia vemos o têxtil *Abacus* design da autoria de Paul Rand.

algumas publicações por parte da *Sociedade Sueca do Design Industrial*. Por exemplo, em 1919, Gregor Paulsson secretário da *Sociedade Sueca do Design Industrial* publica *Vackrare Vardagsvara* – traduzido como *More Beautiful Everyday Goods* e que segue a lógica associada à reforma no design de 1917 intitulada *beautiful goods for everyday use* – onde defende que era preciso “uma mudança definitiva da produção isolada de indivíduos para um trabalho consciente de uma geração inteira numa cultura de forma com uma base social ampla.” (Paulsson, 1919, tradução livre)³⁷.

Os esforços em incutir esta cultura da forma mantiveram-se, uma vez que ainda não eram totalmente aceites pelos artesãos. Em 1930 uma exposição em Estocolmo evidenciou uma ética do design que aliava atitudes tradicionais, do artesanato e dos materiais, a princípios do Movimento Moderno [fig. 59]. O slogan para a exposição era *Acceptera*, um apelo para a aceitação do funcionalismo, da standardização e da produção em massa³⁸.

Durante a década de 20 e 30, os EUA absorvem do design escandinavo, transparecendo as formas protetoras e aconche-gantes escandinavas que eram base tanto do design como da política social da Escandinávia [fig. 65 a fig. 69]. No entanto, os países escandinavos diferenciavam-se dos EUA pelas preocupações humanísticas que detinham.

O mobiliário moderno nos EUA era raro e muito dispendioso³⁹, e a maioria era originário da Escandinávia. Este cenário alterar-se-ia em 1941 quando o departamento de design industrial do MoMA organiza a competição *Organic design in home furnishings*⁴⁰, onde venceram Charles Eames e Eero Saarinen [fig. 71], que trabalharam juntos como equipa e eram influenciados por Alvar Aalto, na categoria do design de cadeiras com a icónica *organic chair* e nas categorias das salas de estar.

Nos anos 50 esta influência refletia-se nos objetos de uso quotidiano, quer na Europa como nos EUA.

³⁷ Na sua versão em inglês: “a definite change from the isolated production of individuals to the conscious work of a whole generation for a culture of form on a broad social basis.” (Paulsson, 1919, p.170). Ver Naylor, G. (1990). *Swedish Grace... or the Acceptable Face of Modernism?* In Greenhalgh, P. (ed.) (1997). *Modernism in Design* (pp. 164-183). London: Reaktion Books.

³⁸ No catálogo pode ler-se: “To accept the present reality - only thus we can master it, in order to change it and create a culture which is a flexible tool for life. We do not need the out-grown forms of an old culture in order to maintain our self-esteem. We cannot creep backwards out of our own age. Neither can we jump over something which is troublesome and obscure into a Utopian future. We can but look reality in the eyes and accept it in order to master it.” (Gunnar Asplund e. a., *Acceptera*, Stockholm, 1931, p.198).

³⁹ Nas palavras de Vignelli: “Modern furniture in the United States at that time was rare and expensive, and mostly Scandinavian in origin (bentwood designs by the Finnish architects Harmon Goldstone and Wallace K.Harrison).” (Laurabee, E., Vignelli, M. 1990, p.15).

⁴⁰ Como complemento da exposição existe um catálogo de Eliot F. Noyes que pode ser consultado no site do MoMA através do seguinte link: https://www.moma.org/documents/moma_catalogue_1803_300190105.pdf



fig. 68 Sven Markelius, *Pythagoras*, NKs Textilkammare, 1953.



fig. 69 Museum of Modern Art (MoMA), *Good Design*, 1955.

fig. 70 Museum of Modern Art (MoMA), *Organic Design in Home Furnishings*, 1941. Fotografia de uma das instalações

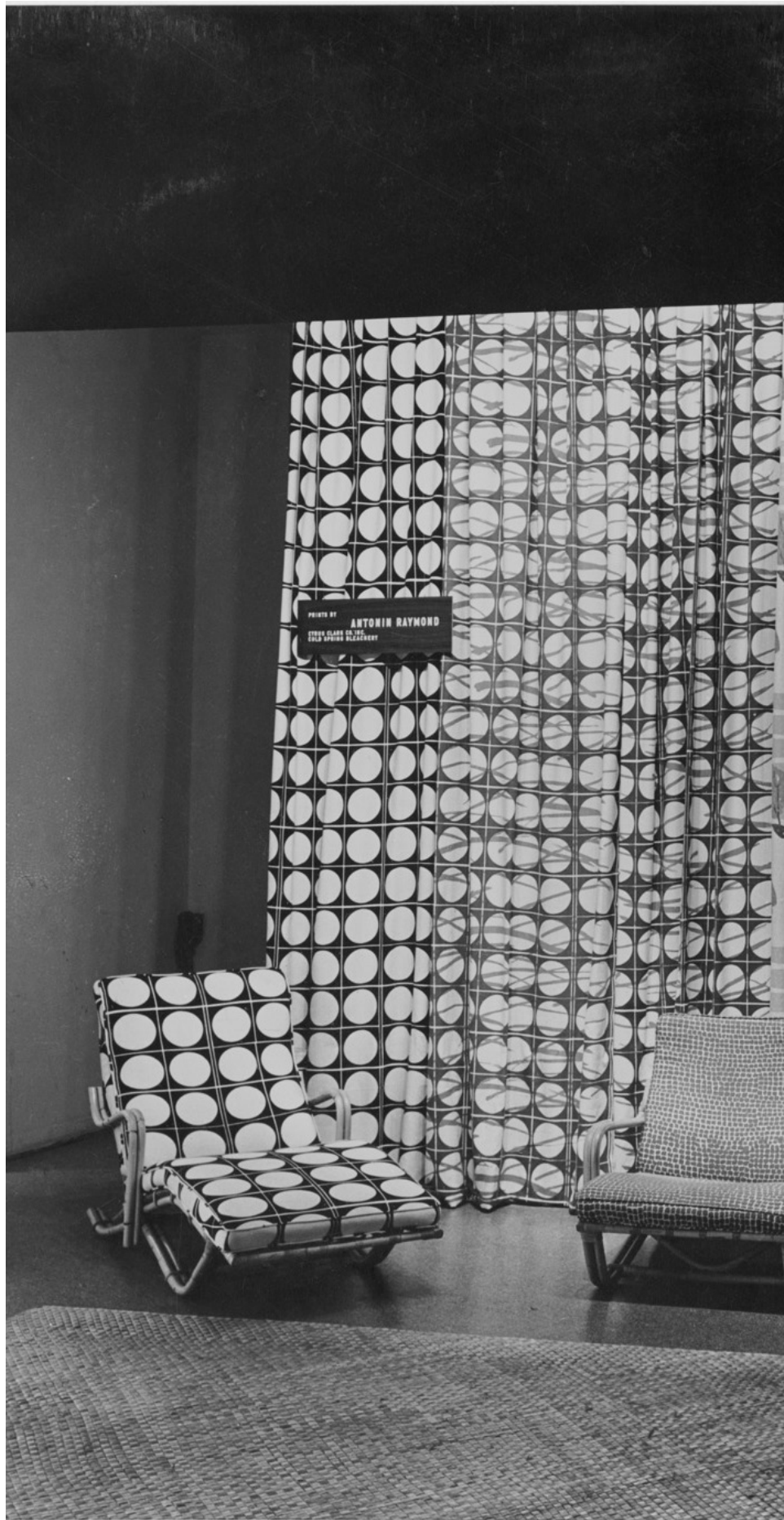




fig. 71 Museum of Modern Art (MoMA), *Organic Design in Home Furnishings*, 1941. Fotografia de uma das instalações com a cadeira vencedora, a icônica *organic chair* de Charles Eames e Eero Saarinen com uma forma aconchegante em contraste com a mesa triangular.







fig. 72 Max Bill, *Die gute Form*, Basel 1949. Na fotografia vê-se Max Bill a entregar os folhetos aos visitantes da exposição, e ainda a instalação da forma que aparece representada no cartaz.

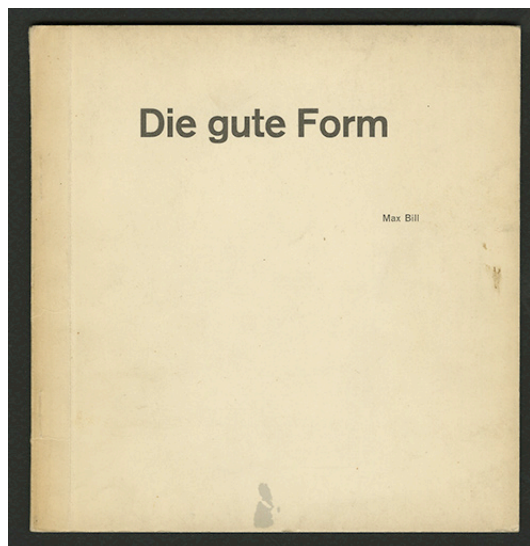


fig. 73 Max Bill, *Die gute Form*. Catálogo da exposição.

Sendo que, em 1958, decorre a *Exposição das Artes Decorativas* de Paris, onde se destacaram a Finlândia e a Dinamarca pela abundância, qualidade e distinção dos objetos expostos. No início de 1950, com a consolidação e disseminação do Estilo Internacional, assiste-se a uma série de iniciativas que pretendia promover a máxima de *good design*. Por influência da cultura escandinava, organizam-se em vários pontos da Europa e nos EUA, exposições, campanhas e prémios que homenageavam e promovem produtos para casa, considerados *good design*. Entre as publicações, a revista britânica *Design* lançada em 1949, pelo Council of Industrial Design, tinha por objetivo promover o *good design*. Nas exposições e campanhas destacamos a *Die gute Form*, iniciativa da Swiss Werkbund, de 1952 a 1968, para a Mustermesse Basel (Muba), dirigida por Max Bill em 1949 [fig. 72 a fig. 74]. Max Bill escolheu produtos de todo o mundo que considerava representar o que era *good design*. Em seguimento a esta exposição é criado o prémio *Die gute Form* com jurados de renome⁴¹ que atribuía uma espécie de visto de qualidade, ajudando as empresas a destacar-se com os seus produtos. No ano seguinte, Edgar Kaufmann diretor do Museum of Modern Art (MoMA), organiza uma série de exposições onde selecionavam produtos, tendo em conta a sua estética, função, construção e preço. Entre publicações destacamos Paul Rand que também aborda esta questão do *good design* no seu primeiro livro enquanto autor, *Thoughts on Design* em 1947 [fig. 66], onde recorre aos seus próprios trabalhos como exemplos das premissas que explica. E ainda, Eliot Noyes, fundador e diretor do departamento de design industrial do MoMA, em 1940 com a publicação sobre a exposição *Useful Objects of American Design Under \$10*, onde destaca objetos anónimos e de uso diário que considera representar o termo *good design*.

O design escandinavo nos EUA acaba por transparecer quer a nível de questões estéticas pelo recurso a formas orgânicas, figuras primitivas e expressivas e cores vibrantes, quer através de técnicas como a colagem e a montagem que transparecem um humor subtil⁴².

Destacámos nomes como László Moholy-Nagy, Ladislav, Alexey Brodovitch, Herbert Bayer e Herbert Matter que enquadraram a racionalidade e a abstração bauhausianas ao funcionalismo e organicismo escandinavo. Por exemplo, ligado maioritariamente ao cinema o trabalho de Saul Bass transparece essa influência pelo recurso a figuras humanas estilizadas e primitivas.

⁴¹ O anuário de 1954 da Swiss Werkbund assinala nomes como Morton Shand de Londres, Richard Paul Lohse e Altherr jun. de Zurique, Max Bill de Zurique e Ulm, Elsi Giauque de Ligerz e Zurique, Alfred Roth de Zurique e Otto Senn de Basel.

⁴² Sobre a presença do humor nas propostas gráficas da época Paul Rand refere: "Readership surveys demonstrate the magnetic force of humor in the field of visual communication, in advertising, editing, and in a multitude of miscellaneous design problems. The reference is not principally to cartoon strip advertisements, nor to out-and-out gags, but to a more subtle variety, one indigenous to the design itself and achieved by means of juxtaposition, association, size, relationship, proportion, space, or special handling." (Rand, 1947, p. 22)

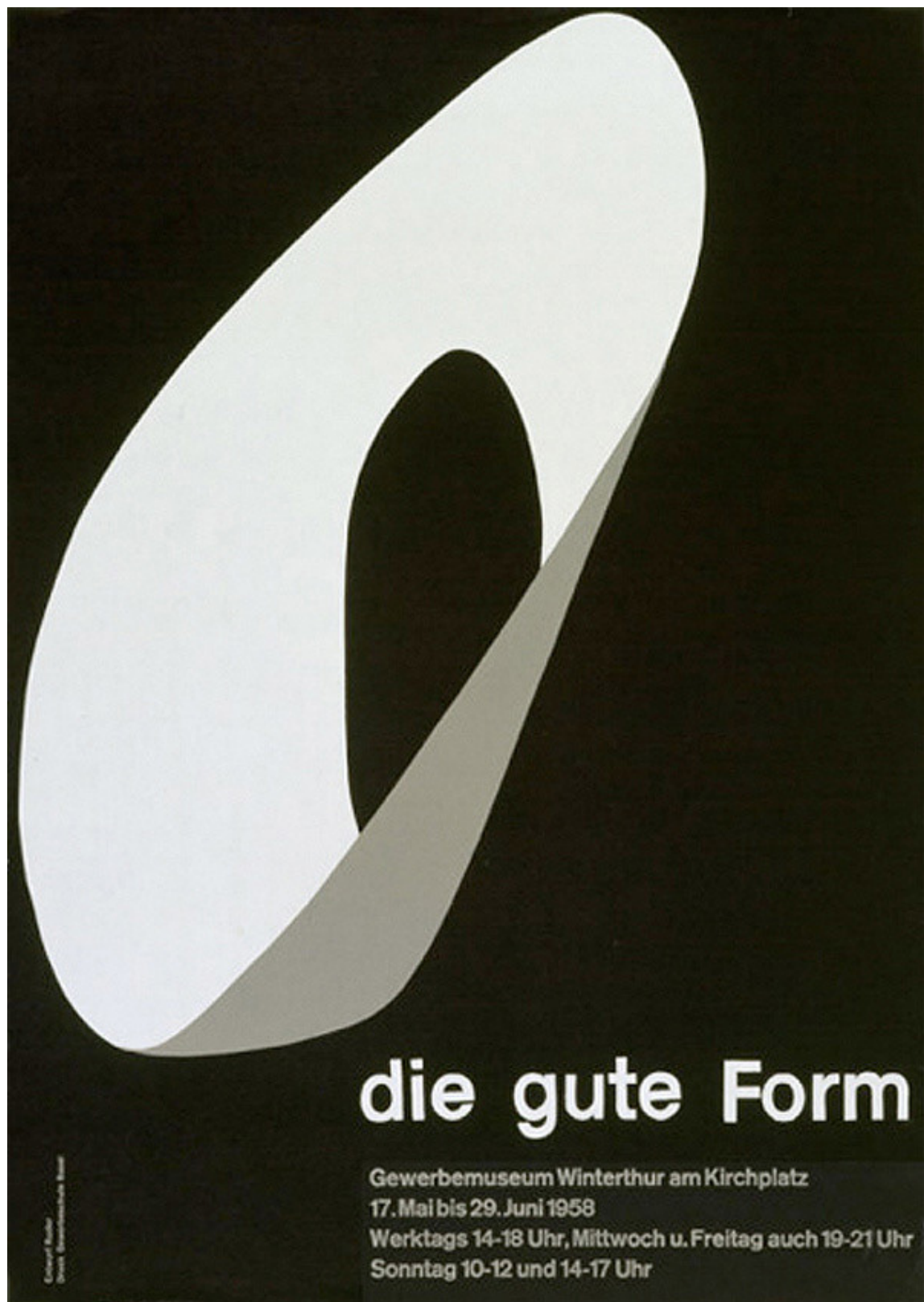


fig. 74 Max Bill, *Die gute Form*. Cartaz da exposição.

Alvin Lustig demonstrava um interesse pelas colagens nos seus trabalhos de capas de livros com figuras expressivas e símbolos vernaculares [fig. 75 a fig. 77]. Pelas palavras de Steven Heller e Georgette Ballance: “Na verdade, Lustig era uma esponja que absorvia livremente influência dos pintores que admirava.” (Heller & Ballance, 2001, p. 148, tradução livre)⁴³, nomeadamente Paul Klee e Joan Miró.

Outro nome de referência no design de capas de livros onde é facilmente identificado o orgânico e vernacular do design escandinavo é Paul Rand [fig. 78 a fig. 83], sendo que, podemos afirmar que Sebastião Rodrigues foi para Portugal o nosso Paul Rand. As semelhanças são evidentes, quer nas questões estéticas e técnicas do trabalho, assim como, na transdisciplinaridade dos projetos executados. Para além disso, assemelham-se no próprio pensamento do projeto onde o humor surge como um elemento essencial.

Os traços e formas orgânicas características da estética escandinava são facilmente percebidos na *Almanaque*, devido à influência de Alvin Lustig no trabalho de Sebastião Rodrigues e, pela sua aproximação à cultura escandinava depois de realizar uma viagem à Finlândia em 1959, à terra natal da sua mulher Elia Maria Rautakorpi.

O Estilo Internacional é um reflexo da era que se vivia de uma crescente recuperação pós-guerra e, de um otimismo exponencial. Assiste-se a uma *joie de vivre* que se manifesta sobretudo na arte, na literatura, no cinema e na música, sobretudo o jazz, que marcaram o contexto do Estilo Internacional e foram temas recorrentes, tanto na *Almanaque* como na *SR.*, demonstrando o seu carácter moderno e atualizado.

Até aos anos 80, vive-se um clima de guerra fria marcado pela exploração do espaço e com uma crescente tensão diplomática e militar entre as duas grandes potências mundiais, os EUA com o capitalismo liberal, e a URSS com o capitalismo socialista. Tanto o n.º 1 da *Senhor* em março de 1959, como o n.º 1 da revista *Almanaque* de outubro de 1959, mencionam a exploração espacial⁴⁴.

A nível económico, o capitalismo promoveu o estímulo ao consumo através da obsolescência, a fim de garantir o escoamento da produção e uma constante venda. A sociedade passa a estar equipada com um conjunto de objetos que facilitam a sua vida quotidiana. Existe um crescimento exponencial na produção de bens de consumo duradouros desde automóveis, eletrodomésticos e televisões. A publicidade explora os sonhos e os desejos das pessoas, tentando-lhes criar, por vezes, artificialmente, novas necessidades que são suportadas pelo aparecimento de sistemas de crédito e prestações facilitando a aquisição de bens. O objeto que talvez tenha sofrido o maior número de alterações

⁴³ No texto original pode ler-se: “Indeed, Lustig was a sponge who borrowed liberally from painters he admired.” (Heller & Ballance, 2001, p. 148)

⁴⁴ cf. Capítulo III p. 172

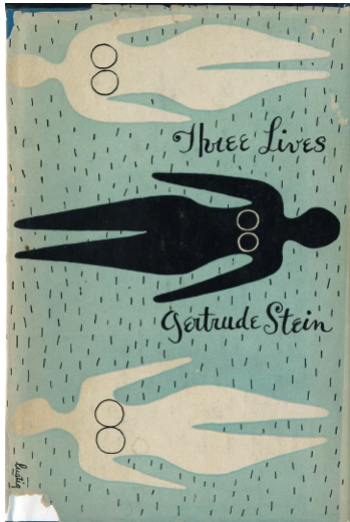


fig. 75

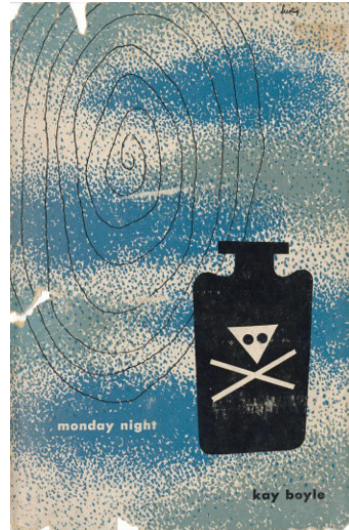


fig. 76

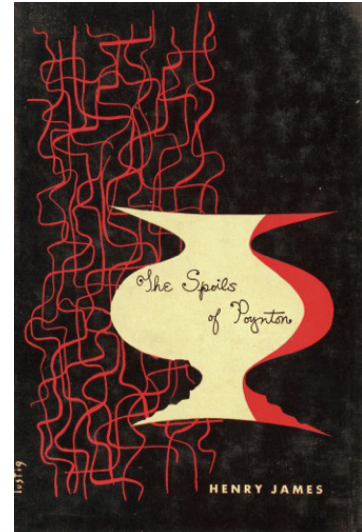


fig. 77

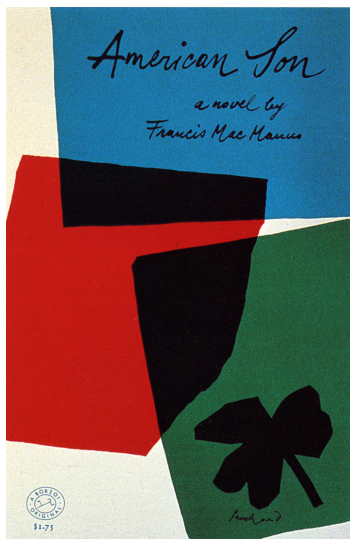


fig. 78

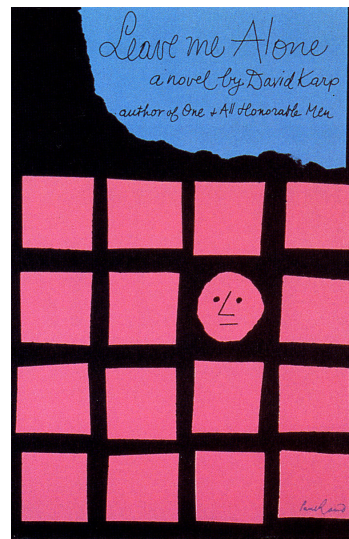


fig. 79

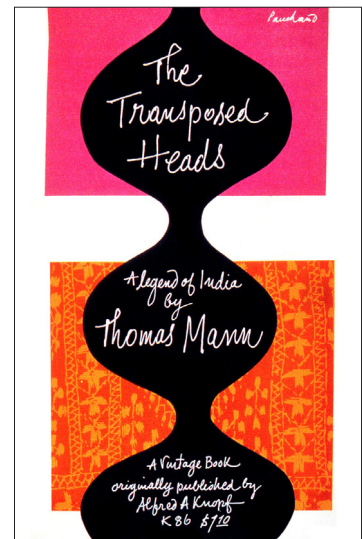


fig. 80

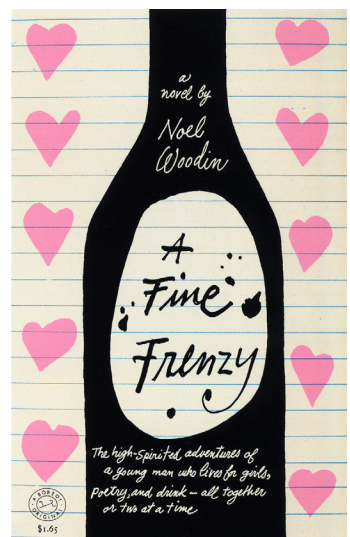


fig. 81

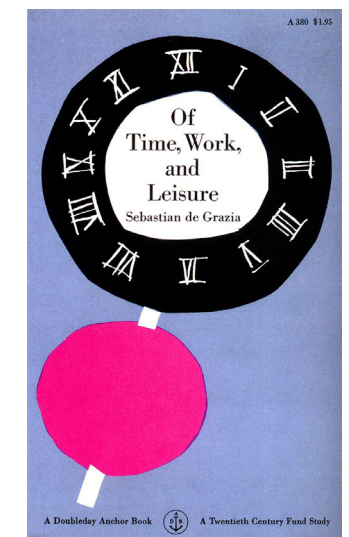


fig. 82

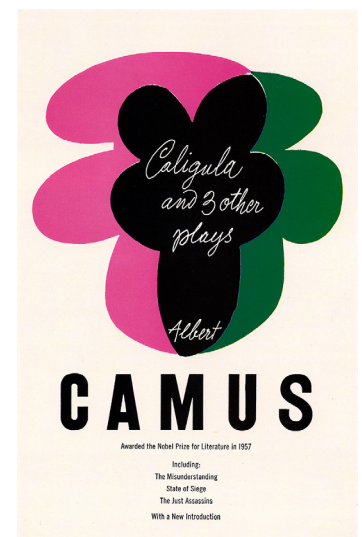


fig. 83

fig. 75 a 77 Alvin Lustig, Capas de livros, c. 1945- c. 1947.

fig. 78 a 83 Paul Rand, Capas de livros, c. 1958- c. 1968.



fig. 84 Salão de automóveis, Paris, 1955. Fotografia das instalações onde é possível identificar em primeiro plano o modelo Citroën DS 19.

foi o automóvel. Após a crise económica de 1929, as companhias que sobreviveram ao crash apostam no design como forma de assegurar as suas vendas.

O automóvel torna-se um objeto de desejo com alterações constantes à sua estética, como modo de garantir uma venda constante. Seguem o estilo *streamline* característico pelo uso de cromados, com formas que, claramente, sugerem velocidade, com um simbolismo associado ao dinamismo da sociedade moderna. Destacam-se os designers Raymond Loewy, Henry Dreyfuss e Norman Bel Geddes. Em 1951, o MoMa realiza a exposição *8 Automobiles*, dedicada ao design de automóveis. A vulgarização do automóvel enquanto meio de transporte levou a alterações no espaço urbano, nomeadamente, a criação das auto-estradas equipadas com estações de serviço, o surgimento de novos sistemas de comercialização desde os cinemas ao ar livre, os self-service, os drive-ins, os supermercados e os centros comerciais, e ainda, os hotéis e os restaurantes, onde se destaca o aparecimento dos milk bars nos anos 50 e a fast-food.

A família, as habitações e o seu interior, passam a ser objeto de interesse por parte da indústria. O aparecimento cada vez maior de bens dá lugar ao domínio da estética industrial e à consequente valorização da profissão do designer.

Se por um lado os anos 50 são associados ao sentido pejorativo da sociedade de consumo, por outro, assiste-se a uma crescente *joie de vivre*. Em parte, a guerra fez com que as pessoas tomassem consciência do que é realmente essencial para a sua sobrevivência, desse modo, em oposição ao consumismo verifica-se uma posição crítica por parte de vários designers e artistas, e pessoas que preferiram essa *joie de vivre*. O estilo de vida que a Almanaque e a SR. representam não se reflete na sociedade de consumo e luxos onde existia uma certa obsessão pela moderno enquanto aparência. Nem numa atitude egoísta e passiva com a vida, com os outros e com o mundo. Mas sim, na nossa participação na vida de um modo crítico, alegre, colaborativo e integral.

A obra de Richard Hamilton, considerada a primeira do movimento artístico da Pop Art, representa a sociedade de consumo, no entanto, assume uma posição de crítica e desaprovação [fig. 85]. O filme *Mon Oncle* de Jacques Tati [fig. 86], surge num artigo da SR.⁴⁵, e apresenta-se como uma crítica à crescente tecnologia e às repercussões na vida das pessoas através da representação do oposto ao estilo de vida associado à *joie de vivre*. O ambiente assumido no filme passa por uma família supostamente feliz que se prende à ideia do moderno onde a habitação é quase uma máquina. A maquinização e automatização da habitação mostra consequências na família que vive presa na rotina e numa organização excessiva e se limita àquela casa e àquele jardim sem socializar com os seus vizinhos.

O jazz que se popularizou na década de 20 durante os ‘anos loucos’, com o aparecimento dos *night-clubs*, como o célebre

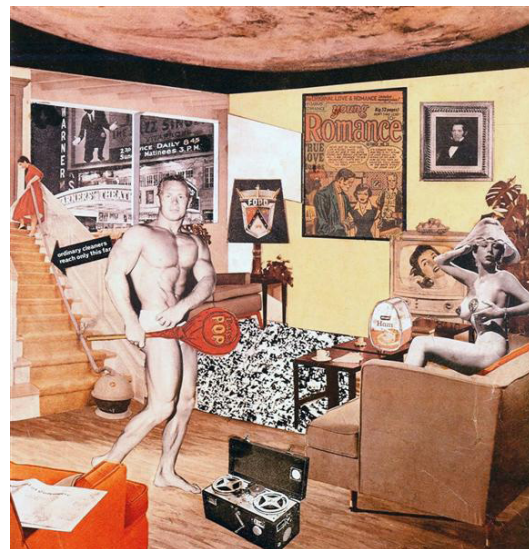


fig. 85 Richard Hamilton, *Just what is it that makes today's homes so different, so appealing?*, 1956.



fig. 86 Jacques Tati, *Mon Oncle*, 1958.



fig. 87 Max Huber, *jazztime*, n° 4.

⁴⁵ cf. Capítulo III p. 168



fig. 88 Christian Dior, *Corolle*, 1947.

Cotton Club de Nova Iorque, assume-se como o estilo musical de eleição. Inserido no contexto do Estilo Internacional, Sebastião Rodrigues assume a influência que o jazz e o cinema tiveram no seu trabalho. A semelhança no design gráfico parece evidente. Segundo José Duarte, a imagem gráfica dos álbuns de jazz da Blue Note, com fotografias da autoria de Francis Wolff [fig. 91 a fig. 106], correspondeu à “mais prestigiada das marcas norte-americanas foi fundada em 1939 por Alfred Lion e o seu catálogo é hoje uma história do melhor jazz, desde pianistas de boogie-woogie até aos dos bem produtivos dos anos 60” (Duarte, J., 2000, p.46). Existe coerência gráfica no uso de *layers de cor* sobre as fotografias a preto e branco e o grafismo da *Almanaque* e da *SR.*: “A definição de marca era alcançada com design coerente. David Stone Martin com um traço lindo definiu um estilo, tal como as capas dos Blue Note, nos anos 50 e 60, uma época” (Duarte, J., 2000, p.46).

Os anos 1950 e 1960 são marcados por uma crescente sociabilidade. O hábito dos aperitivos e *cocktails* originário da cultura francesa e americana é adotado e recorrente na época. A mulher organiza aperitivos e festas em nome da promoção social do seu marido, sendo possível identificar isso na *SR.* e na *Almanaque* através dos seus artigos que dão dicas e receitas. Estas festas e jantares recorrentes por parte de uma classe mais provinciana é rotulada com o termo *snobismo*, muito presente tanto na gramática da *SR.* como na *Almanaque*. Surge ainda o costume das férias de verão onde as famílias se ausentam por uns dias em programas familiares.

Surgem os *beat generation* no final dos anos 1950 e início dos anos 1960, que não defendiam o consumismo nem a cultura de massas, mas sim a simplicidade do dia-a-dia. E ainda, os *teddy boys*, durante a década de 1950, associados ao *rock and roll*. A *Almanaque* retratou estes movimentos culturais nos seus números.

O conceito de família encontra-se bem presente, sendo explorada pelos anúncios publicitários. São famílias de classe média onde somente o homem trabalha e a mulher assume os afazeres domésticos e trata dos filhos. A publicidade, anúncios e marcas focam-se na figura individual, explorando o novo mercado de compra que surgia ligado à habitação familiar. Os anúncios transparecem uma proximidade com o consumidor através dos seus produtos, apelando à sua compra. Alegam que os consumidores se identificam com os seus produtos.

A moda regressa a um luxo e elegância, então perdida pela guerra, com estilos mais arrojados onde se denota uma maior liberdade da mulher com o uso das saias. O *New Look* da Dior marca a época entre o público feminino, salientando e até exagerando, as curvas femininas, relembrando um *hourglass*, que durante a guerra eram desvalorizadas e escondidas.

Os conteúdos editoriais da revista *SR.* e *Almanaque* atualizaram o seu público sobre este modo de vida descontraído e esclareci-

do, que transpareceu também nos seus grafismos, em coerência com o que se desenvolvia com o Estilo Internacional. O capítulo seguinte continua a análise da manifestação do Modernismo, especificando no Brasil e em Portugal.

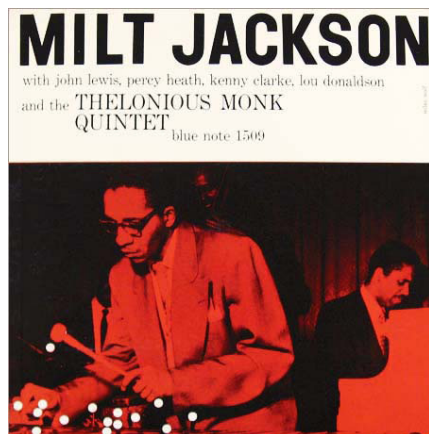


fig. 89 Blue Note, *Milt Jackson e Thelonious Monk Quintet*, 1955. Design: Reid Miles.

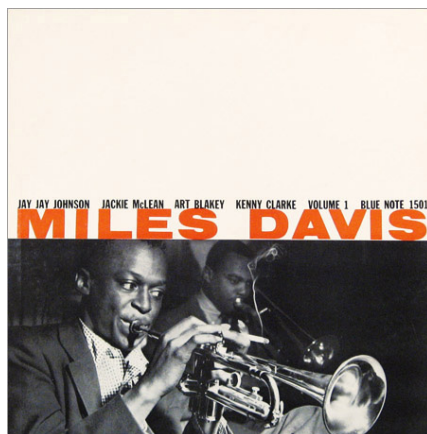


fig. 90 Blue Note, *Miles Davis*, 1955. Design: John Hermansader.

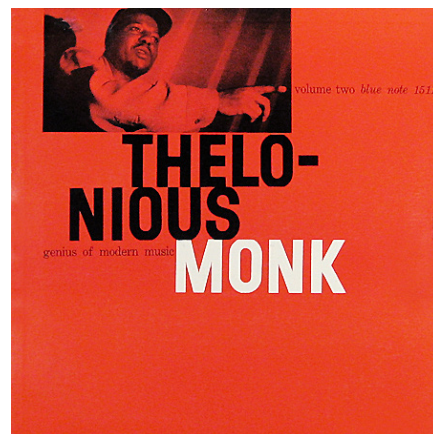


fig. 91 Blue Note, *Thelonious Monk: Genius of Modern Music*, 1956. Design: Reid Miles.

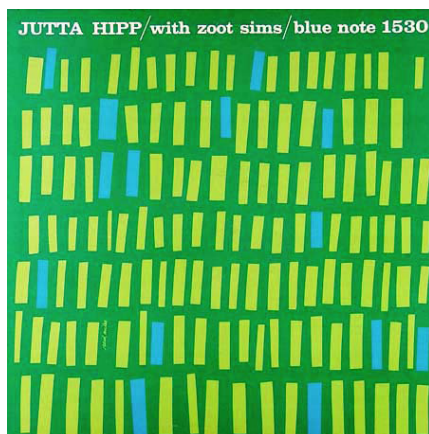


fig. 92 Blue Note, *Jutta Hipp e Zoot Sims*, 1956. Design: Reid Miles.

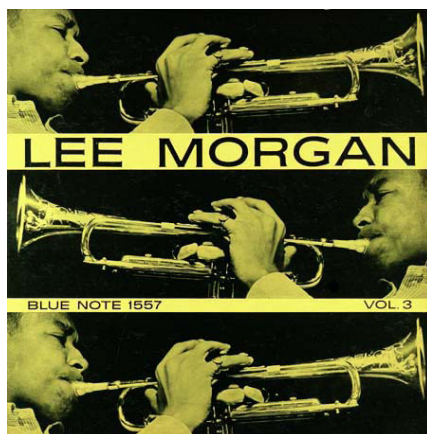


fig. 93 Blue Note, *Lee Morgan*, 1956. Design: Harold Feinstein.

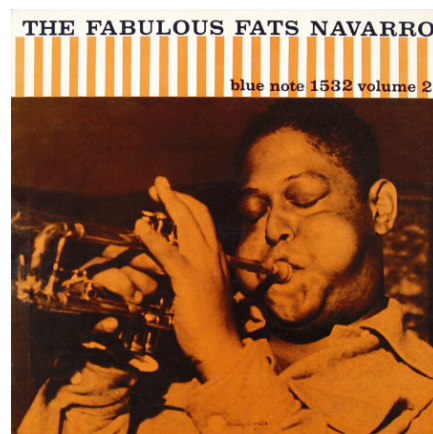


fig. 94 Blue Note, *The Fabulous Fats Navarro*, 1956. Design: Reid Miles.

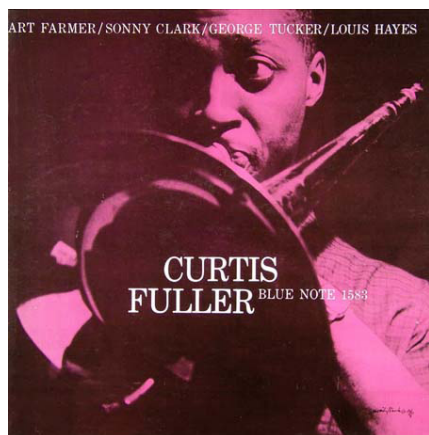


fig. 95 Blue Note, *Curtis Fuller*, 1958. Design: Reid Miles.



fig. 96 Blue Note, *Jackie McLean: New Soil*, 1959. Design: Reid Miles.

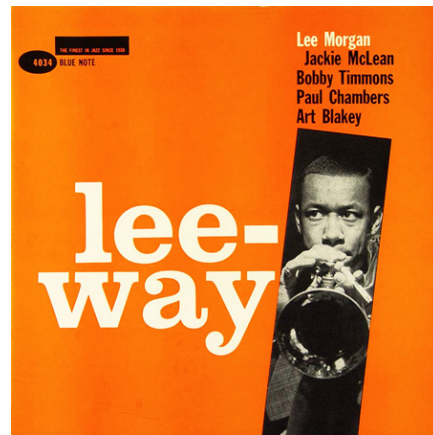


fig. 97 Blue Note, *Lee Morgan: Lee-Way*, 1960. Design: Reid Miles.



fig. 98 Blue Note, *Sidney Bechet: Giant of Jazz*, 1955. Design: John Hermansader.



fig. 99 Blue Note, *The Jazz Messengers at Cafe Bohemia*, 1955. Design: John Hermansader.



fig. 100 Blue Note, *Introducing Johnny Griffin*, 1956. Design: Reid Miles.



fig. 101 Blue Note, *Lou Donaldson: Swing and Soul*, 1957. Design: David Lunn.

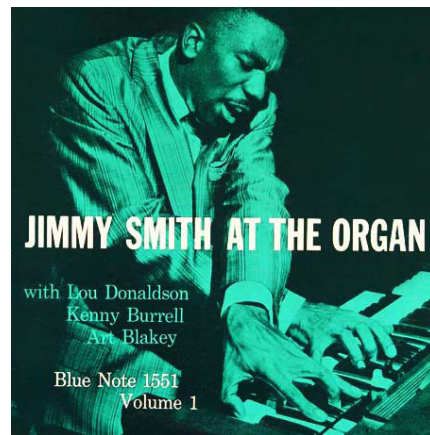


fig. 102 Blue Note, *Jimmy Smith at the Organ*, 1957. Design: Reid Miles.

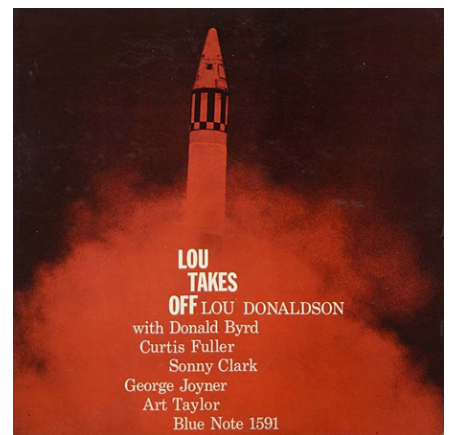


fig. 103 Blue Note, *Lou Donaldson: Lou Takes Off*, 1958. Design: Reid Miles.



fig. 104 Blue Note, *Horace Parlan: Speakin' My Piece*, 1960. Design: Reid Miles.



fig. 105 Blue Note, *Freddie Hubbard: Hub Cap*, 1961. Design: Reid Miles.



fig. 106 Blue Note, *The Three Sounds: Feelin' Good*, 1961. Design: Reid Miles.

FOTO DE E. GAGEIRO







fig. 107 René Burri, *Brasília*, 1960. Operário na construção de Brasília mostra à sua família a cidade na inauguração. Atrás o Congresso Nacional obra de Oscar Niemeyer.

O moderno luso-brasileiro:
O design no Brasil e em Portugal

"Pelo menos no visual, o país estava ficando moderno; era só observar a primeira página do Jornal do Brasil depois da sua reforma gráfica, os anúncios da Volkswagen e do Banco Nacional, (limpos, concisos, elegantes), o futebol em câmara lenta no canal 100 e as capas dos primeiros LPs de bossa nova pela Philips. E principalmente, Senhor."

(Ruy Castro, 1999)

"Os 18 números da Almanaque, no seu conjunto, formam um dos mais sedutores projetos editoriais portugueses, o último a nascer no contexto constrangedor do Estado Novo, o primeiro a anunciar, numa força talvez irrepetível, o novo design português."

(José Bártolo, 2017)



fig. 108 Rene Burri, *São Paulo*, 1960.

Considerando as revistas em análise, a SR. brasileira e a Almanaque portuguesa, este capítulo contribui na clarificação do design realizado em Portugal e no Brasil, entre os anos 1950 e 1960. A análise tem em consideração os seus contextos socio-culturais, e na consequente compreensão da sua situação face ao estilo de vida vivenciado internacionalmente.

O período temporal abordado mantém-se, mas foca-se no Brasil e em Portugal, o que torna este capítulo uma realidade distinta mas ideologicamente não muito distante do primeiro capítulo. Diferentes culturalmente e geograficamente, Brasil e Portugal, ao longo do século XX, apresentavam características que os aproximava. Devido às suas conjunturas políticas semelhantes, ambos se mantiveram distantes do capitalismo que se manifestava de uma forma global, afastando-se das discussões relativas à área do design, da arquitetura e das artes da época. No entanto, assiste-se em ambos os países a uma vontade de aproximação internacional, refletida nas iniciativas e obras de "designers"⁴⁶ que realizavam projeto como artistas gráficos, artistas decoradores ou arquitetos de exposições. Designers brasileiros e portugueses mantinham-se atualizados ao que se passava na Europa e nos EUA através de publicações periódicas, no caso português a *Graphis*, a *Form*, a *Design* ou a *Gebrauchsgraphik*, e através de viagens ocasionais ao estrangeiro.

A cultura no nosso país era sobretudo francófona⁴⁷, ao qual se juntava um gosto pelo jazz vindo da América, a sua proximidade às colónias, o Brasil e a África, e um interesse pela tradição popular portuguesa. No final de 1950 e durante a década de 1960, existe uma procura do pensamento das escolas escandinavas e assiste-se a um crescente interesse pela literatura inglesa, abandonando assim as publicações de arte associadas à língua francesa que nos eram de mais fácil entendimento. O mesmo interesse se sucedeu no Brasil, onde no final dos anos 1950, com influências do jazz norte-americano e da cultura popular brasileira do samba, surge a bossa nova com João Gilberto, Vinícius de Moraes e Tom Jobim. Enquanto que Portugal timidamente explora as influências exteriores, o Brasil assume a metodologia da escola de Ulm e a influência da Arte Concreta europeia.

A disciplina do design, no Brasil e em Portugal, assume um carácter interdisciplinar, ligando-se essencialmente à arquitetura, como acontecia na Europa e EUA com o Estilo Internacional. O início da institucionalização do design acontece somente durante os anos de 1960, com iniciativas vindas principalmente de designers.

⁴⁶ No catálogo da 1.ª Exposição de Design Português, realizada pelo Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII), no texto de Introdução, escrito por Frederico George, bem como no do miolo, são utilizadas aspas nas designações "designer" ou "designers", o que revela o quanto a actividade ainda se encontrava num processo de afirmação profissional. Ver AAVV (1971), 1.ª *Exposição de Design Português*, Lisboa, INII.

⁴⁷ Brandão, José "Design é um Só", In João Paulo Martins (org.), *Daciano da Costa Designer*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, p.32.



fig. 109 Rene Burri, *Brasília*, 1960. O fotógrafo suíço capta um menino a carregar uma caixa com pano de fundo do Congresso Nacional de Oscar Niemeyer.



fig. 110 Rene Burri, *Brasília*, 1960. Com o mesmo pano de fundo da imagem anterior mas uma realidade totalmente distinta: um elegante momento de convívio.

Entretanto, vai-se afirmando gradualmente durante os anos de 1950 através do contributo de designers – entre os quais os portugueses Maria Keil, José Espinho, Victor Palla, António Garcia, António Sena da Silva, Sebastião Rodrigues ou Daciano da Costa e os brasileiros Aloísio Magalhães, Alexandre Wollner, Ruben Martins, Geraldo de Barros, Maurício Nogueira Lima e a dupla João Carlos Cauduro e Ludovico Martino – que exerciam projeto quer na arquitetura, nas artes gráficas, na fotografia ou no mobiliário. No caso do design gráfico refere-se o importante contributo, anterior ao período abordado, de Fred Kradolfer, que vindo da Suíça nos anos 20, com formação em artes gráficas, consolidou a proposta moderna num país ainda provinciano, juntamente com Almada Negreiros, António Soares, Bernardo Marques, e Paulo Ferreira.

O início da atividade gráfica no Brasil encontra-se ligado a Portugal. Remontando na história até um passado bem distante do estudado, a atividade gráfica no Brasil foi proibida até à corte portuguesa em 1808 levar equipamento de impressão. Durante o século XIX, a linguagem gráfica foi definida pelas características possibilitadas pela tipografia de chumbo, com as coleções de tipos e ornamentos provenientes dos portugueses. A partir de meados do século, o surgimento da litografia em combinação com a tipografia, permite a criação de novas possibilidades. Como não havia existido atividade gráfica anteriormente a 1808, o Brasil durante o século XIX encontrava-se dependente de técnicos oriundos da Europa.

Assim neste período, o Brasil para além de estar condicionado pela tecnologia, refletiu os padrões visuais da Europa. A cultura visual brasileira dos anos 1950 e 1960 continua entrelaçada com os estilos internacionais do final do século XIX e início do século XX, como a Arte Nova e a Arte Déco, e também com um modernismo inicial e tardio mesclado ao ecletismo norte-americano.

No caso português, o período em questão retrata o *design português novo*⁴⁸, que se situa no espaço de duas décadas, entre o 1º Salão Nacional de Artes Decorativas (Palácio Foz, 1949) e a 1ª Exposição de Design Português (1971). Este design novo afirma-se, no final dos anos 50, com a Almanaque ou a exposição e livro, *Lisboa, cidade triste e alegre* (1958-1959) de Victor Palla e Costa Martins, e no início da década de 60, com o *cinema novo*, em obras como *Dom Roberto* (Ernesto de Sousa, 1962), *Os Verdes Anos* (Paulo Rocha, 1963) ou *Belarmino* (Fernando Lopes, 1964).

O *cinema novo* surge também no Brasil, que apesar do seu contexto similar apresenta premissas distintas. No Brasil, dividiu-se em três fases: a primeira fase vai de 1960 a 1964, e abordava o quotidiano e a mitologia do nordeste brasileiro, destacamos

48 A designação *design novo português* é aplicada por José Bártolo para referir a "geração "intercalar" entre os modernistas e os contemporâneos, que podemos, de forma alargada, situar nascida entre o início dos anos 20 e o final dos anos 30, designá-la-emos, doravante, por *design novo português*." (Bártolo, 2016, p. 18)



fig. 111 *A Brasileira*, Chiado, Lisboa. Fotografia sem data. Produzida durante a atividade do Estúdio Mário Novais: 1933-1983. Na Brasileira juntavam-se todos os intelectuais, incluindo os colaboradores da *Almanaque*.



fig. 112 Carlos Scliar, *Rio Zona Norte*, 1957. Cartaz do filme de Nelson Pereira dos Santos.

Cinco Vezes Favela (Marcos Farias, Miguel Borges, Cacá Diegues, Joaquim Pedro de Andrade, Leon Hirszman, 1962), *Os Cafajestes* (Ruy Guerra, 1962), *Vidas Secas* (Nelson Pereira dos Santos, 1963) ou *Deus e o Diabo na Terra do Sol* (Glauber Rocha, 1964); a segunda fase de 1964 a 1968, aborda a ditadura militar e a política com filmes como *O Desafio* (Gustavo Dahl, 1968) ou *Terra em Transe* (Glauber Rocha, 1967) e a terceira fase, de 1968 a 1972, tem como maior influência o *tropicalismo*, onde retratam o exotismo brasileiro com as suas plantas, animais e índios, como no filme *Macunaíma* (João Pedro de Andrade, 1969), sendo interrompida pela repressão política e levando a que alguns dos cineastas se exilassem, extinguindo assim o cinema novo.

Apesar de surgir ainda antes da consolidação do cinema novo, no final da década de 1950, destacamos o filme *Rio Zona Norte* (Nelson Pereira dos Santos, 1957), que retrata o ambiente popular, através de um enredo em torno das favelas do Brasil e cujo cartaz foi realizado por Carlos Scliar, diretor de arte da revista SR. [fig. 112]. A proposta gráfica do cartaz mostra a linguagem visual que viria a estar presente no projeto da SR. e na Almanaque, nomeadamente pelo uso da fotografia a preto e branco com uma *layer de cor* sobreposta.

A década de 1930 trouxe para Portugal e Brasil um novo regime de governo, com origens ideológicas muito idênticas, embora surgidos de contextos distintos. Inaugurou-se o Estado Novo, nome adotado por ambos os países. Caracterizava-se por um governo com ambições nacionalistas, integralistas e referenciado pelos parceiros fascistas.

Em Portugal, associava-se ao nacionalismo uma nostalgia histórica com Salazar e Marcelo Caetano estendendo-se por quarenta anos e, no Brasil, com Getúlio Vargas por dez anos. Este último viria a suicidar-se em 1954 sucedendo-se Juscelino Kubitschek, o protagonista do mote "cinquenta anos em cinco" que marca a situação do Brasil na década de 1950 caracterizada por uma crescente vontade de modernizar o país que culminou na construção da nova capital Brasília em menos de cinco anos. Sobre este sonho de Brasília a própria Almanaque publicou um artigo no seu número de julho de 1960. Oscar Niemeyer, Lúcio Costa – que colaboraram com Le Corbusier em 1937 para a construção do edifício do Ministério da Educação no Rio de Janeiro – e os restantes arquitetos ligados à construção da cidade Brasília marcam a rutura com o passado assumindo a sua presença no futuro.

O Brasil viria ainda a atravessar uma longa e dura ditadura militar de vinte e um anos, iniciada em 1964, pondo fim ao governo democrático de João Goulart eleito em 1961 – o início desta ditadura militar coincidiu com o fim da revista SR..

Apesar das suas conjunturas políticas de ditadura, o governo investe no design como forma de potencializar as indústrias. Portugal, que assumiu uma posição neutra relativamente à Segunda Guerra Mundial ao contrário do Brasil, vê-se obrigado



fig. 113 Rogério Duarte, *Deus e o Diabo na Terra do Sol*, 1964. Cartaz do filme de Glauber Rocha.



fig. 114 Sebastião Rodrigues, *Anos Internacionais do Sol Calmo*, 1964-1965. Selos realizados por Sebastião Rodrigues com o sol como elemento gráfico recorrente e, com o uso da tipografia *Univers*.



fig. 115 *Casa Portuguesa*, 1950. Fotografia de Mário Novais do stand da Casa Portuguesa, onde era impressa a *Almanaque*, durante a Feira das Indústrias Portuguesas. Ao centro da segunda fotografia pode ver-se António de Oliveira Salazar (1889-1970).

a participar no esforço de reconstituição da Europa. Colabora na elaboração do Plano Marshall, uma vez que todos os estados apoiados economicamente pelos EUA teriam de apresentar e cumprir um plano de requalificação económica e industrial.

Para isso, a economia portuguesa investiu na indústria através do Plano de Fomento⁴⁹, entre os anos 1950 e 1960, e foi desenvolvendo a cooperação entre o design, o mundo empresarial e a economia. A década de 1960 trouxe alterações significativas à política económica portuguesa, com a adesão à EFTA (*European Free Trade Association*)⁵⁰ em 1960. Ainda no mesmo ano, assinam-se dois decretos-lei que aprovam o acordo do BIRD e do FMI e em 1962 assina-se, em Genebra, o protocolo do GATT. O governo demonstra uma abertura económica e política, no entanto, com um desejo persistente de aumentar o mercado português para uma preservação e divulgação de um nacionalismo e tradicionalismo.

Esta política de industrialização, marca uma realidade económica e social bem distinta da que se manifestava no início dos anos 40, e que proporcionou a afirmação da disciplina do design. Assiste-se a uma rutura do design com a obra dos artistas-decoradores modernos, que construíram e comunicaram as exposições do Estado Novo ao serviço do SPN, dirigido por António Ferro (1895-1956). Progressivamente, a disciplina do design vai ganhando autonomia e reconhecimento, passando a ser entendido como um elemento de qualidade de vida.

Entre os esforços para acentuar a ligação de designers com a indústria destacamos o Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII), criado em 1957 pelo Estado Novo para promover e valorizar os produtos portugueses a nível nacional e nas suas exportações, e o seu respetivo núcleo que até 1971 era denominado como Núcleo de Arte e Arquitectura liderado por Maria Helena Matos, e ainda outras organizações como a Sociedade Nacional de Belas Artes (SNBA). Em 1965, o INII organiza a 1ª Exposição Internacional de Design Industrial. E ainda, a Feira das Indústrias Portuguesa, um acontecimento regular que se repetiu durante os anos de 1950, promove artistas na realização dos seus stands e também os objetos expostos. A Casa Portuguesa, oficina de impressão onde a *Almanaque* era impressa, esteve presente na Feira das Indústrias Portuguesas de 1950 e contou com a visita de Salazar [fig. 115].

Em Portugal, denota-se uma maior falta de reconhecimento das potencialidades que o design oferece na afirmação do país

⁴⁹ O Plano de Fomento consistiu numa intervenção do Estado na planificação da economia global. Existiram quatro planos de Fomento: o primeiro de 1953 a 1958, o segundo de 1959 a 1964, o terceiro de 1968 a 1973 e o quarto que não chegou a ser implementando devido ao 25 de Abril de 1974.

⁵⁰ A Associação Europeia de Comércio Livre (EFTA) foi fundada em 1960 ao abrigo da Convenção de Estocolmo. Foi inicialmente composta por seis países: Austria, Dinamarca, Noruega, Portugal, Reino Unido e Suíça; mais tarde, entraram a Finlândia e a Islândia.



fig. 116 Roberto Sambonet, *Visite o Museu de Arte de São Paulo*, 1951.

por parte de quem governa gerando um afastamento do contexto internacional. Para colmatar esta situação de estagnação da profissão, surgem iniciativas por parte de entidades como a Fundação Calouste Gulbenkian, que nos anos de 1960, atribuiu bolsas a vários designers, nomeadamente, Alda Rosa, Cristina Reis, João George (sobrinho de Frederico George), José Brandão, João Segurado, Jorge Pacheco e Vitor da Silva, para realizarem estudos no Reino Unido. Assiste-se a um ambiente de abertura e curiosidade à situação internacional em estado efervescente, por parte de uma elite cultural, que confronta as dificuldades impostas pela situação política.

No entanto, em Portugal, o ensino continuava virado para o passado:

Na escola a aproximação à arquitetura estava limitada a exercícios de desenho aguarelado feitos a partir das estampas de um “livro único” (as cinco ordens da Arquitetura de Vignola). A História da Arte que nos era ensinada não contemplava Arts & Crafts nem Bauhaus, nem Modern Style nem Arts Deco. Picasso e Corbusier eram referências quase blasfemas. Alvar Aalto e Frank Lloyd Wright eram ignorados. Futurismo, Expressionismo ou Surrealismo eram também práticas condenadas pelo “Santo Ofício” da impoluta escola “napoleónica” (Silva, 2001, p.15)⁵¹.

Em 1947, o descontentamento gerado pelos métodos de ensinamento da Escola de Belas Artes de Lisboa, levou um grupo de alunos, António Sena da Silva, Rolando Sá Nogueira, Jorge Viera e os seus irmãos Aníbal e Carlos, Tomás de Figueiredo, a instalar-se no atelier de Frederico George, onde estava o pintor António Tomás da Conceição Silva (sogro de Frederico George, titular do atelier e sócio fundador da Sociedade Nacional de Belas-Artes) e o pintor Le Matter de Carvalho. António Sena da Silva afirma que o grupo tinha como principais referências a pintura *fauve* e *cubista* destacando nomes como Klee, Chagall, Giotto, Leonardo, Greco e Ticiano.

A realidade portuguesa mantinha-se distante das discussões internacionais na arte, design e arquitetura. A formação e a aquisição de aptidões e competências formais dava-se sobretudo à experiência em ateliers e a viagens esporádicas.

Gradualmente desperta-se a consciência para a importância e abrangência do design graças a contributos como Frederico George. Este após ter contato com a metodologia de ensino da arquitetura de Walter Gropius e Mies van der Rohe em 1945, numa visita de estudo aos Estados Unidos, patrocinada por uma bolsa da Embaixada da América, e ainda em 1952, quando realiza uma nova viagem aos Estados Unidos, adota uma forma aprimorada de ensino da disciplina, incutindo nos seus alunos e colaboradores a consciência do design. Este conhecimento da disciplina, posta em prática na sua atividade profissional, possi-

⁵¹ Silva, António Sena da (2001) "Modos de Aprender", In João Paulo Martins (org.), *Daciano da Costa Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, p.15.

bilitou a formação da primeira geração de designers.

Frederico George leccionou na Escola António Arroio as disciplinas de Arquitetura de Interiores, Desenho de Mobiliário e Tecnologias de Pintura Decorativa através de novas metodologias e critérios, que havia apreendido sobre o design na sua viagem aos Estados Unidos. Este período entre 1952-1954, marca a primeira experiência com o design, do qual pertenceram os seus discípulos, e posteriormente, designers profissionais, Daciano da Costa, Sena da Silva e António Garcia. Daciano da Costa em 1956 realiza uma visita à HfG Ulm, reforçando o interesse que se fazia sentir entre os designers com o panorama internacional.

Na impossibilidade de lecionar, devido ao bloqueio político na Escola Superior de Belas Artes de Lisboa (ESBAL), entre 1962 e 1964, e de forma a colmatar o atraso que se fazia sentir no ensino, em 1962, Daciano da Costa decide por iniciativa própria, iniciar um curso em Design no seu atelier. O curso apelidado por Design Básico, contou com Frederico Geogre, António Lagoa Henriques e Roberto Araújo, e com o apoio financeiro de Fernando Seixas, proprietário da Metalúrgica da Longra.

O descontentamento que se fazia sentir em relação às condições do ensino em Portugal, geram vários protestos, em 1969, as manifestações estudantis, o "Luto Académico" em Lisboa e a "Crise Académica" em Coimbra.

A preocupação pela situação do ensino levou ainda à criação, em 1965, do CFA (Curso de Formação Artística), promovido pela Sociedade Nacional de Belas-Artes, onde entre os vários docentes estavam Daciano da Costa e Sena da Silva.

A consolidação do ensino do Design em Portugal dá-se somente na década de 1970, através do surgimento de diversos cursos de design em escolas de iniciativa pública e privada, e da Associação Portuguesa de Designers em 1974.

No Brasil, a afirmação do design passa também por um investimento no reforço das ligações, dos até então artistas, à indústria. Destaca-se a criação do Instituto de Arte Contemporânea (IAC), pelo Museu de Arte de São Paulo (Masp), em 1950 [fig. 116]. Dirigido por Lina Bo e Pietro Maria Bardi, contou com uma série de colaboradores vindos da Europa, entre os quais, Roberto Sambonet, Leopold Haar e Max Bill, diretor da Escola de Ulm, que protagonizou uma das exposições em 1950. Roberto Sambonet, foi um artista e designer, tendo vivido no Brasil durante os anos de 1940 até 1950, época em que esteve a lecionar no IAC.

Leopold Haar, formado na Polónia, trabalhou alguns anos em Itália e em 1946 muda-se para o Brasil. Paralelamente à sua profissão enquanto professor no IAC, projetou cartazes publicitários para a Olivetti [fig. 117] e fundou um estúdio, o Haar Studios, com o seu irmão fotógrafo Zigmund. Estes cartazes desenvolvidos por Leopold Haar para a Olivetti foram expostos no 1º Salão de Propaganda, realizado no Masp em 1951.

O IAC surge dentro das ideologias apresentadas pela Ulm, e tinha por objetivo formar profissionais capazes de projetar ob-

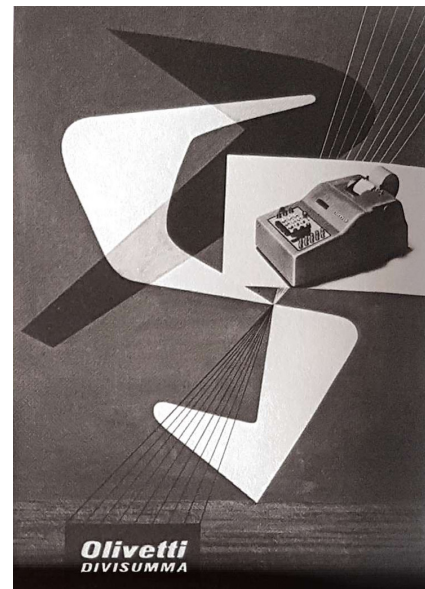


fig. 117 Leopold Haar, Olivetti, 1950.



fig. 118 Alexandre Wollner, *IV Centenário de São Paulo*, 1954.



fig. 119 Alexandre Wollner, *Festival Internacional de Cinema do Brasil*, 1954.

jetos aliados à indústria. A sua curta duração de três anos, de 1951 a 1953, não impossibilitou a forte contribuição na formação da primeira geração de designers.

Os projetos gráficos brasileiros assumem com maior força as propostas estéticas internacionais. Max Bill foi uma das figuras que se cruzou com o design português e com o design brasileiro, exercendo sobretudo uma forte influência no Brasil.

Em 1959, Tomás Maldonado e Otl Aicher, professores da Escola de Ulm, realizam uma conferência no Museu de Arte Moderna (MAM) do Rio de Janeiro, que viria a impulsionar a criação da Escola Superior de Desenho Industrial (Esdi) em 1963. Max Bill, passa ainda por São Paulo, por iniciativa do Masp.

Vários designers brasileiros estudaram na Ulm, nomeadamente Alexandre Wollner, Mary Vieira e Almir Mavingnier, denotando-se nos seus trabalhos a influência gráfica do pensamento da Ulm e do trabalho de Max Bill [fig. 118 a fig. 127 e fig. 129 a fig. 131]. Os cartazes, sempre com letra sem serifa, a preto e branco, ou reduzidos a duas ou três cores complementares, mostram formas geométricas enquadradas com rigor numa grelha. Almir Mavignier, afasta-se da influência do Concretismo, mas aproxima-se das propostas do Estilo Internacional. A sua série de posters a preto e branco, introduz fotografias ou texturas em conjugação com a letra sem serifa [fig. 124 a fig. 127].

No contexto português, em 1962, António Teixeira Guerra (1929-2012), convida Max Bill a projetar o stand na FIL para o Núcleo de Arte e Arquitectura Industrial do Instituto Nacional de Investigação Industrial (INII), demonstrando estar a par da racionalidade da Escola de Design de Ulm. No entanto, Max Bill acabou por recusar a proposta, tendo sido António Sena da Silva a avançar com o projeto⁵². No trabalho de António Sena da Silva, António Garcia, que assume a influência que Max Bill teve no seu trabalho⁵³, e Daciano da Costa denota-se uma expressão da racionalidade característica do Estilo Internacional, nas suas propostas gráficas ou em projetos mais interdisciplinares pelo modo de projetar.

Destacamos a parceria de alguns designers portugueses com designers brasileiros, por exemplo, Eduardo Anahory, em 1952, colabora no Brasil com Oscar Niemeyer no projeto da Exposição Comemorativa do IV Centenário de São Paulo e ainda, em 1954, Vasco Lapa e Sebastião Rodrigues projetam o Pavilhão Português no IV Centenário da Fundação da Cidade de São Paulo.

52 Silva, António Sena da (2001) "Modos de Aprender", in João Paulo Martins (org.), *Daciano da Costa Designer*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, p. 17.

53 Na tabela de análise das "figuras de influência" realizada por Margarida Fragoso aos designers entrevistados é identificado por António Garcia a influência que Max Bill teve no seu trabalho. Ver Fragoso, M. (2012). Capítulo 10. Análise das Entrevistas. In *Design Gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX* (pp. 277-290). Lisboa: Livros Horizonte.



fig. 120 Almir Mavignier, *Cândido Portinari*, 1957. Cartaz para a exposição do pintor brasileiro Portinari em Munique, Alemanha.



fig. 121 Mary Vieira, *Panair do Brasil*, 1957.



fig. 122 Almir Mavignier, *Brasilia Burle Marx*, 1958.
Cartaz para a exposição de Burle Marx, arquiteto paisagista brasileiro.

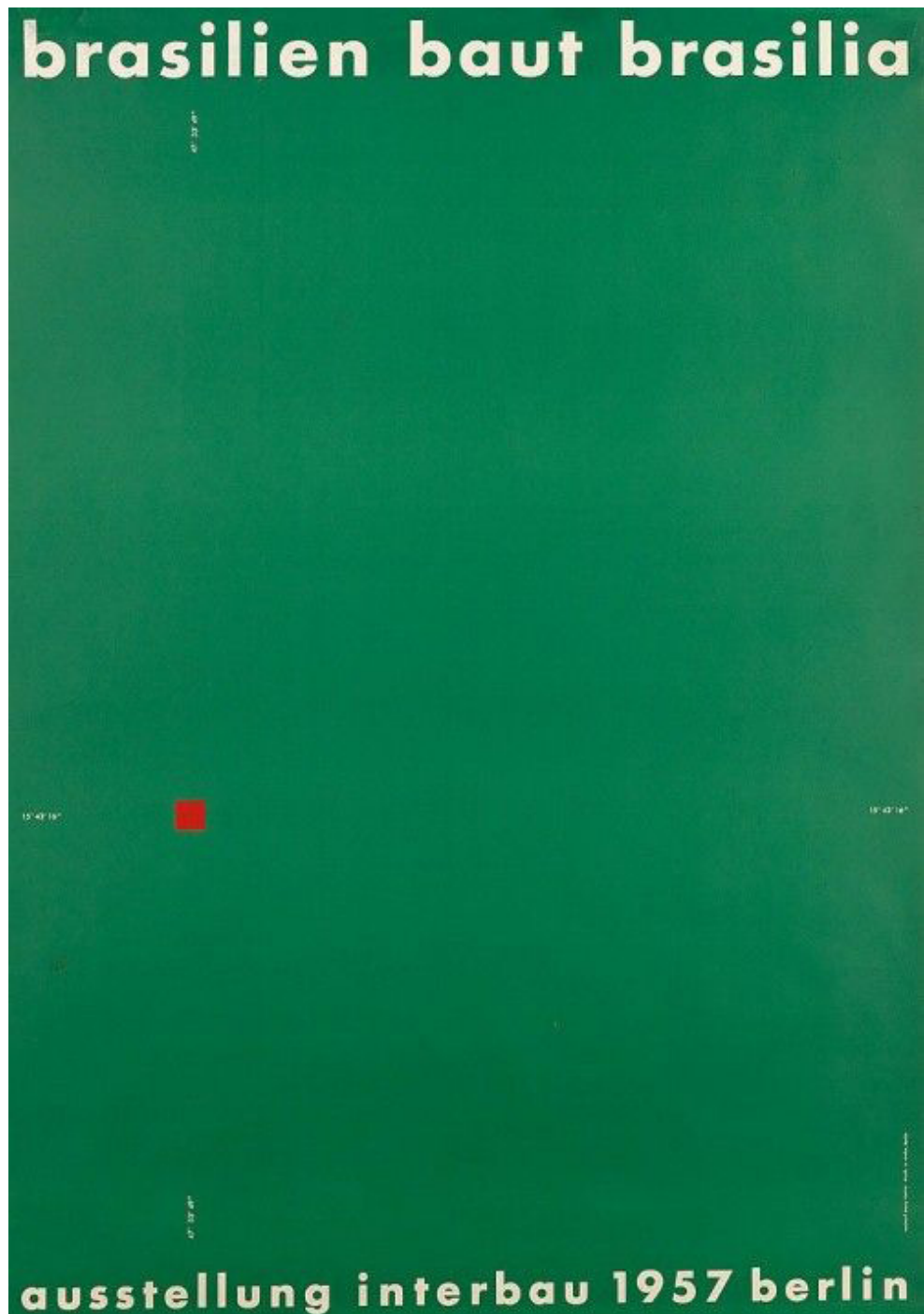


fig. 123 Mary Vieira, *Brasilien baut Brasília* (Brasil constrói Brasília), 1957.

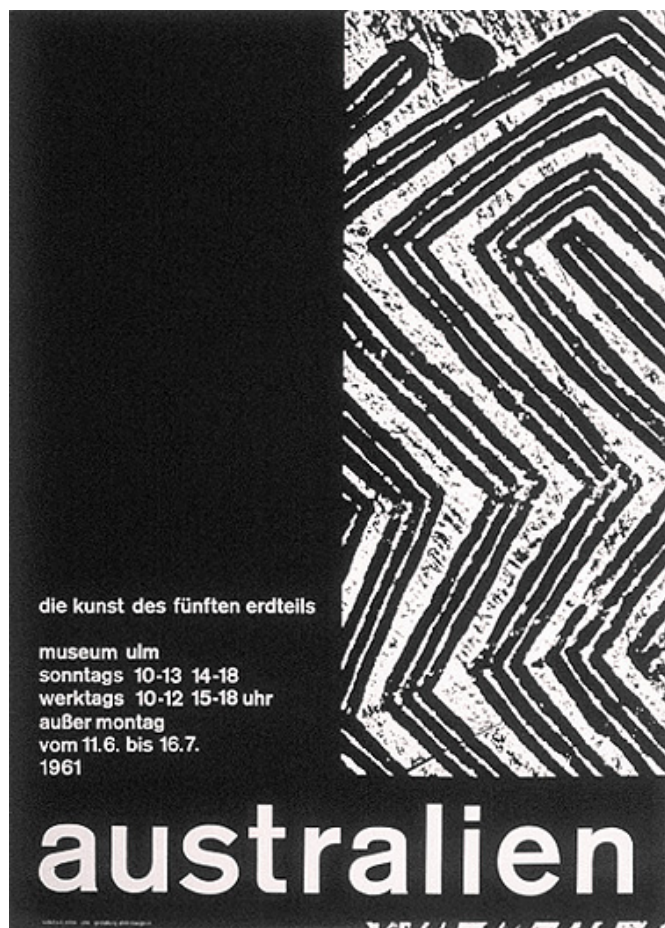


fig. 124 Almir Mavignier, *Australien*, 1961.



fig. 125 Almir Mavignier, *Lonetal*, 1962.

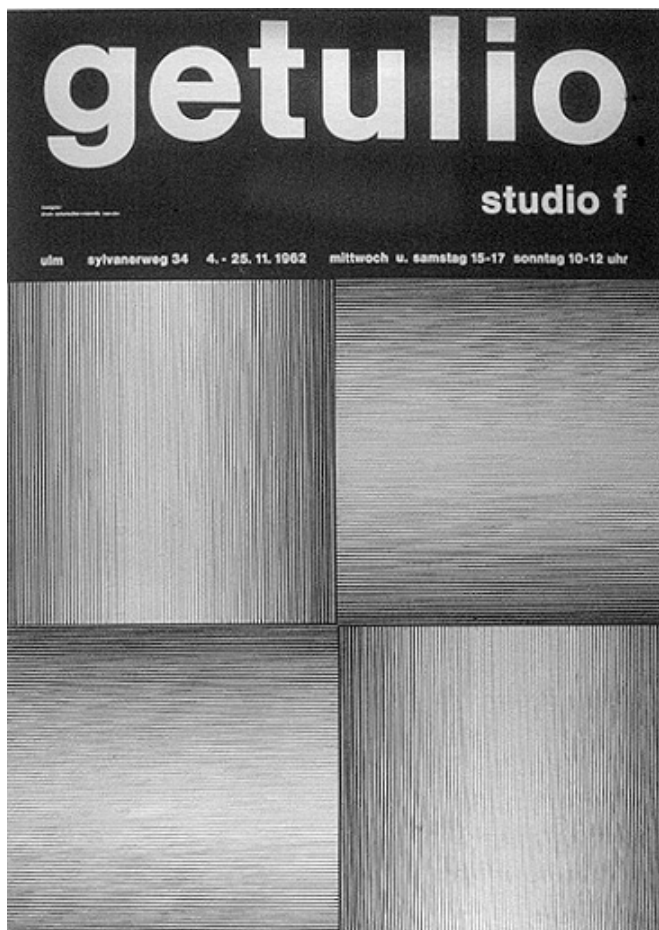


fig. 126 Almir Mavignier, *Getulio*, 1962.

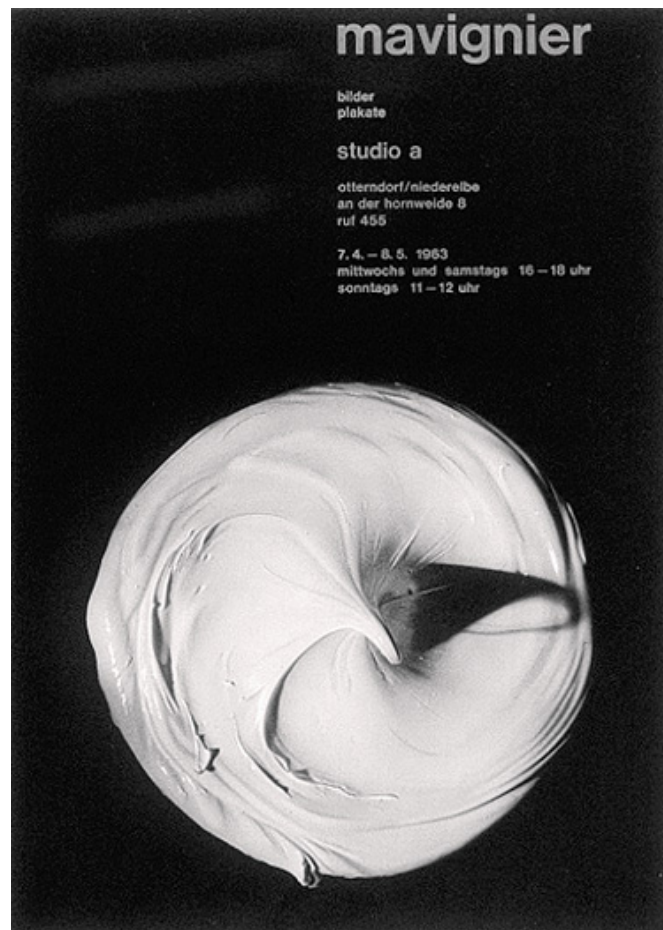


fig. 127 Almir Mavignier, *Mavignier*, 1963. Cartaz realizado para uma exposição do próprio.

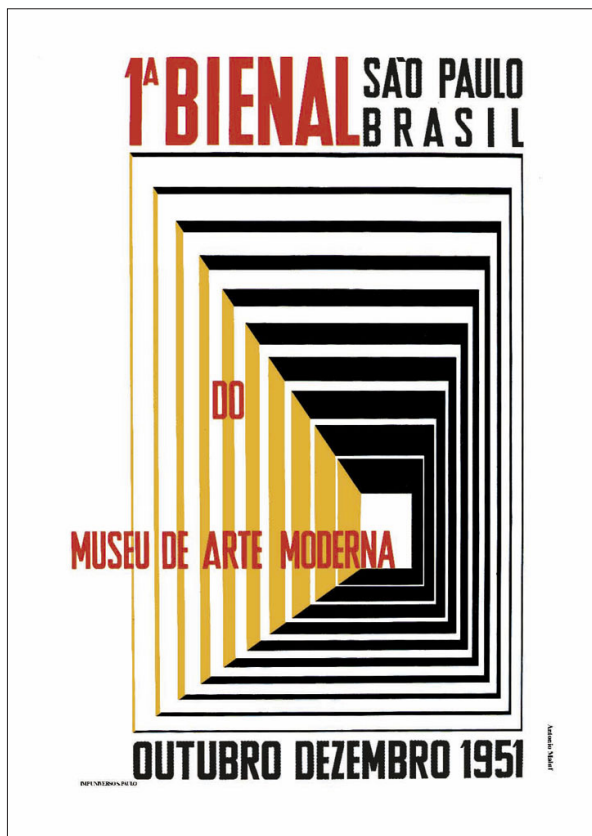


fig. 128 Antonio Maluf, 1ª Bienal do Museu de Arte Moderna, São Paulo, Brasil, 1951.

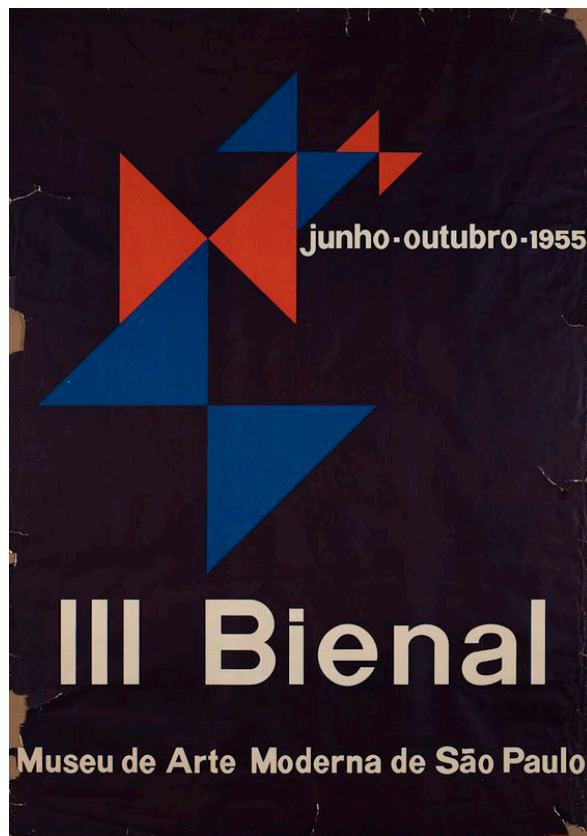


fig. 129 Alexandre Wollner, III Bienal Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1955.



fig. 130 Alexandre Wollner, IV Bienal Museu de Arte Moderna de São Paulo, 1957.

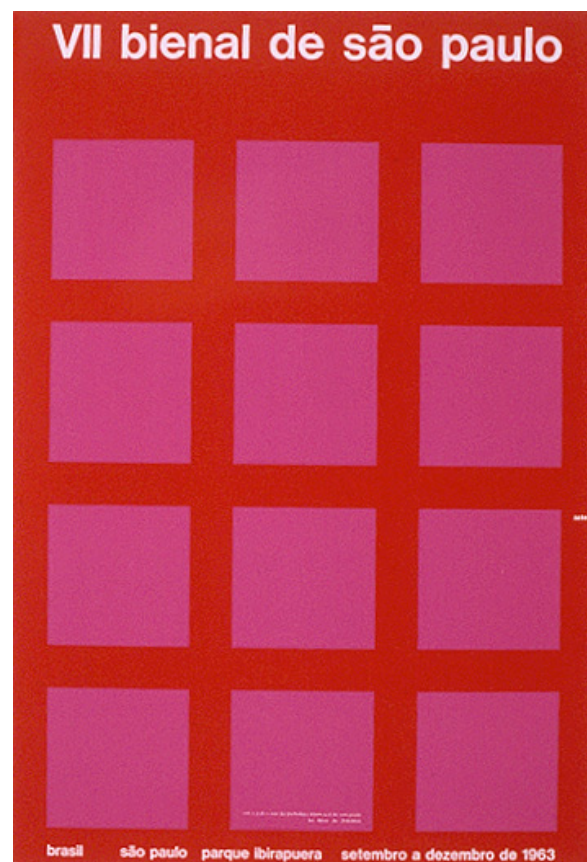


fig. 131 Almir Mavignier, VII Bienal de São Paulo, 1963.

Dentro do panorama do design industrial, destaca-se ainda a criação da Associação Brasileira de Desenho Industrial (ABDI) em 1963 e a realização da 1ª Bienal Internacional do Desenho Industrial, no Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro em 1968. No entanto, o governo brasileiro não investiu somente no design industrial e na arquitetura, mas também no design editorial, como comprova a série de livros sobre a cultura brasileira publicada pelo Ministério da Educação e Cultura (MEC), com o intuito de resgatar a cultura brasileira e atribuir-lhe simultaneamente uma imagem contemporânea. As capas realizadas por Ivan Serpa, corporificam a transposição da arte construtiva para o contexto do design gráfico através de composições gráficas planas onde o espaço branco é valorizado.

Apesar de toda a criação modernista na arquitetura e no design industrial e de produto, o destaque vai para o design gráfico, com os cartazes da Bienal de Arte de São Paulo [fig. 128 a fig. 131]. A importância da Bienal de São Paulo não se limita ao campo da arte, mas estende-se ao design tendo alcançado um lugar de prestígio na cultura brasileira. Estes cartazes foram uma oportunidade de explorar e mostrar as novas linguagens visuais influenciadas pelo Estilo Internacional.

A 1ª Bienal de Arte acontece em 1951, e é representada com a obra do artista construtivo Antonio Maluf. O primeiro cartaz, apresenta-se ainda com uma certa complexidade na sua composição em comparação à simplificação de elementos gráficos dos anos seguintes. A 3ª Bienal e 4ª Bienal são de Alexandre Wollner, as composições elementares assemelham-se às propostas do Estilo Internacional. Aliás, em 1957, Alexandre Wollner abre juntamente com Geraldo de Barros, Rúben Martins e Walter Macedo, o primeiro estúdio de design com propósitos assentes no Estilo Internacional.

Em Portugal, durante os anos de 1950, o design enquanto profissão encontrava-se ainda num processo de afirmação, sendo na década de 1960 que o consegue de forma significativa.

Entretanto, realizam-se os primeiros projetos de raiz e de um modo interdisciplinar. Os designers desta altura projetaram tanto cartazes, ilustração e capas de livro como *stands* para exposições, arquitetura e mobiliário⁵⁴.

Denota-se um amadurecimento no tratamento do espaço, dos materiais e da decoração, não existindo representações historicistas e estilizações folclóricas. Por exemplo, a obra de Conceição Silva, *Casa Jalco* (1951), que inaugurou a Exposição de Decoração Moderna, apresenta uma combinação entre o espaço e as peças expostas.

⁵⁴ Como descreve Ana Tostões: De um modo sistemático, os arquitectos para além de desenharem o edifício apostam na criação de um "ambiente global". Como o mercado não tinha resposta adequada, passa a ser frequente desenho de mobiliário ou de candeeiros, incluídos numa pormenorização que usava o milímetro e o tamanho natural. Ver Tostões, A. (2000) Anos 50. Desenho contemporâneo e obra global: arquitectura e design nos anos 50, In *O tempo do Design, Anuário do Centro Português de Design*, ano 8, nº 21-22.

fig. 132 José Espinho, *Olaio*, Sala de estar. Fotografia sem data. Produzida durante a atividade do Estúdio Horácio Novais, 1930-1980.







fig. 133 Olaio, Lundia, FIL, 1950.



fig. 134 SECLA, Serviço de café, 1950.



fig. 135 Hansi Staël, SECLA, 1950.

O mesmo se observa nas suas restantes obras, como a *loja da Dior* (1954) e a *loja Rampa* (1959) e ainda, no projeto de Victor Palla e Bento de Almeida, o *Snack-Bar Pique-Nique* (1954), com atenção aos detalhes desde mesas, candeeiros metálicos, balcões, jogos de iluminação e espelhos.

Exemplo de um grande carácter de modernidade, tanto gráfico como a nível interdisciplinar, mas de falta de coordenação da equipa, foi a Exposição Internacional de Bruxelas, em 1958, desenhada por Pedro Cid, com decoração de Araújo, Kradolfer, Tomás de Mello, Eduardo Anahory, Chaves, Manuel Rodrigues e Frederico George.

Assiste-se a uma consciencialização gradual do design enquanto ferramenta de desenvolvimento industrial e de soluções para o dia-a-dia. Essa consciencialização, é refletida nas ideologias das empresas portuguesas, que procuram cada vez mais apelar para o consumo de produtos funcionais associados a uma imagem de marca. Para isso, recorrem a designers de forma a assegurar a sua identidade e os seus produtos, desde o projeto ao consumidor. Empresas como a OLAIO, com colaboração de José Espinho e logotipo de Bernardo Marques, a Altamira, a Interforma, com logotipo de Cruz de Carvalho, a FOC, a Sousa Braga, com logotipo de Sena da Silva e António Garcia, a Metalúrgica da Longra de Fernando Seixas com logotipo de José Rocha e colaboração de Daciano da Costa nos anos 60 [fig. 136], a SECLA ou a STROL, Saprel, Ecomar, Estana e Messa com logotipos de António Garcia, contribuíram para introduzir o design nas casas dos portugueses.

O ambiente doméstico português é marcado por uma influência escandinava, mesclada com um certo ecletismo do modernismo tardio, com a presença da marca OLAIO. Os móveis construídos pela OLAIO estavam, não só nas casas dos portugueses, como também, nos correios, nos hospitais, nas escolas, nos hotéis, nos teatros, nos cafés, nos filmes portugueses e até no Parlamento. Da colaboração entre Herbert Brem e o designer José Espinho resultaram móveis de influência nórdica que marcaram o design de interiores português [fig. 132]. A OLAIO, durante a década de 1950, realiza contratos exclusivos de produção e comercialização em Portugal, com a empresa de mobiliário sueca Lundia, das estantes de arrumação Lundia [fig. 133] e Lizzy, e com a empresa dinamarques Lifa, do sofá Lico.

Apesar da nossa aproximação à cultura francesa, no final dos anos 1950 e durante os anos de 1960, assiste-se a um abandono das leituras francesas, graças à crescente familiarização com a língua inglesa. Adquirem-se publicações periódicas britânicas, como a *Design*, a *Form*, as italianas *Domus*, *Casabella* ou *L'Architettura*, a suíça *Graphis* e a alemã *Gebrauchsgraphik*. Admira-se o trabalho de designers americanos, como Charles Eames, denotando-se um interesse pelo pensamento escandinavo.

Seguindo as propostas estéticas escandinavas, em 1944, nas Caldas da Rainha, é fundada a Sociedade de Exportação e Ce-

cortez[®]



METALÚRGICA DA LONGRA, LDA.

Administração:
LISBOA - R. Filipe Folque, 2-7.º e 8.º
Telef. 53 58 77

Fábrica:
LONGRA - DOURO

Exposição e Vendas:
PORTO - Rua Gonçalo Cristóvão, 86
Telef. 3 44 93

LISBOA - Av. da República, 42
Telef. 76 38 76

**NOVA LINHA DE MOBILIÁRIO PARA ESCRITÓRIO
MODERNO E FUNCIONAL PARA PROPORCIONAR UM AMBIENTE DE TRABALHO HARMONIOSO E CONFORTÁVEL.**



Ref.º 1. 4. 300

Ref.º 1. 4. 310

Ref.º 1. 4. 320

C-11

fig. 136 Daciano da Costa, *Cortez*, 1964. Publicidade à linha Cortez da Metalúrgica da Longra na revista *Arquitectura*, nº 82.

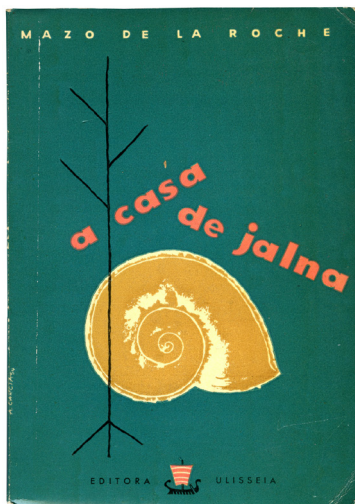


fig. 137 António Garcia, *A Casa de Jalna*, Coleção Autores Modernos, Editora Ulisseia, 1954.

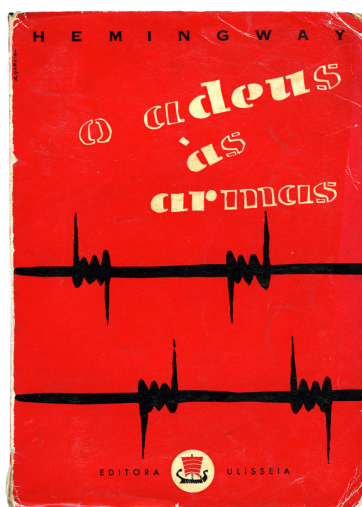


fig. 138 António Garcia, *O Adeus às Armas*, Coleção Autores Modernos, Editora Ulisseia, 1954.

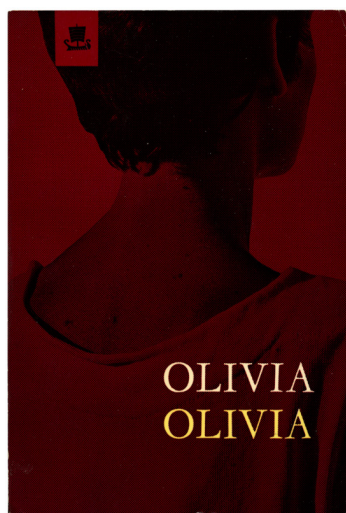


fig. 139 Sebastião Rodrigues, *Olivia, Olivia*, Coleção Clássicos, Editora Ulisseia, 1959. Fotografia de Sena da Silva.

râmica Lda. (SECLA), que renova o segmento da cerâmica utilitária através de influências vindas dos países escandinavos. Exportava essencialmente para os EUA, Grã-Bretanha e Escandinávia. Em 1950 é fundado o Estúdio SECLA, sob direção da artista húngara Hansi Staël até 1959, que proporcionou uma linguagem formal de acordo com as recentes tendências internacionais. Surgem peças com formas livres, abstratas e orgânicas, marcando uma identidade moderna [fig. 134 e fig. 135]. Entre os colaboradores estão Victor Palla, Thomaz de Mello ou Júlio Pomar. No entanto, não colaboraram somente portugueses, demonstrando o seu carácter atualizado com as propostas estéticas internacionais, destacamos a designer finlandesa Miria Toivola Câmara Leme, a inglesa Margaretha Jess, a americana Lenore Davis e o dinamarquês Knud Michelsen.

A prática do design de comunicação, em Portugal, continuava uma disciplina anónima e sem o devido reconhecimento, encontrando-se ainda ligada às artes. Para além disso, inseria-se num regime opressor e controlador como o Estado Novo. Apesar da condição da disciplina do design de comunicação não ser favorável, revelou-se no contexto editorial, um período de intensa produção gráfica de qualidade. Se no Brasil o design gráfico se manifesta com maior presença um pouco por todas as áreas, em Portugal, destaca-se a importância das capas de livros como objeto de intervenção gráfica, como o suporte mais frequente na época. Estes objetos gráficos, para além de divulgarem autores internacionais, permitiram a difusão de linguagens gráficas com tendências que se praticavam nos EUA e na Europa, quer o renovado interesse pelo vernacular como a racionalidade do Estilo Internacional.

As capas desenvolvidas na época, apresentam uma expressividade gráfica obtida pelo crescente recurso à colagem, com a presença recorrente de elementos geométricos e de pormenores fotográficos e a utilização de experimentações tipográficas apelativas. Em 1954, a editora Ulisseia, inicia a publicação da coleção *Autores Modernos*, cujas capas para os 59 títulos foram realizadas por António Garcia [fig. 137 e fig. 138]. Passado quatro anos, na mesma editora, António Garcia colabora na coleção *Clássicos*, que contou com capas de Sebastião Rodrigues e fotografias de Sena da Silva [fig. 139 a fig. 143]. Se em *Autores Modernos* vemos propostas gráficas que nos relembram do ecletismo americano de Alvin Lustig ou Vitor Palla, em *Clássicos*, denotamos uma aproximação às propostas do Estilo Internacional pelo uso da fotografia a preto e branco e a *layer de cor*. António Garcia e Sebastião Rodrigues colaboraram com Victor Palla na editora Ulisseia, convivendo com estas linguagens gráficas oriundas do renovado interesse pelo vernacular ocorrido na América. Assiste-se a uma diversidade de identidades gráficas que oscilam entre propostas mais ecléticas e expressivas e outras mais depuradas e geometrizadas.

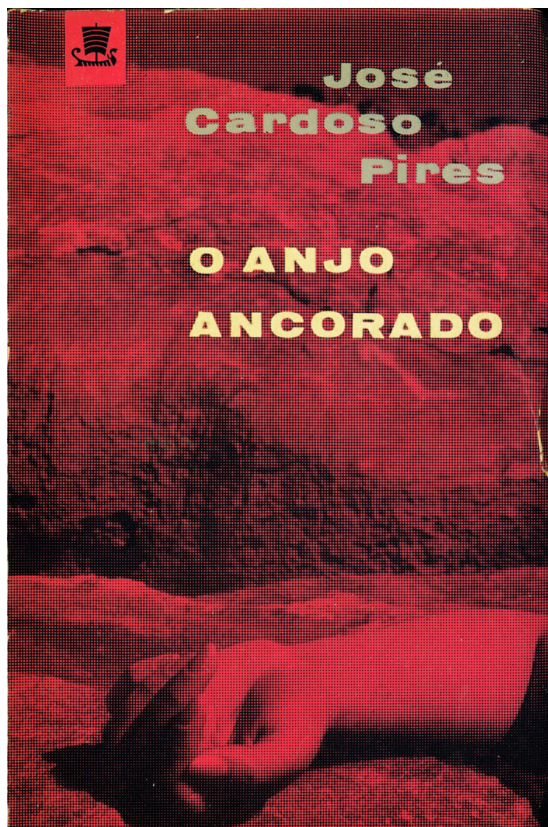


fig. 140

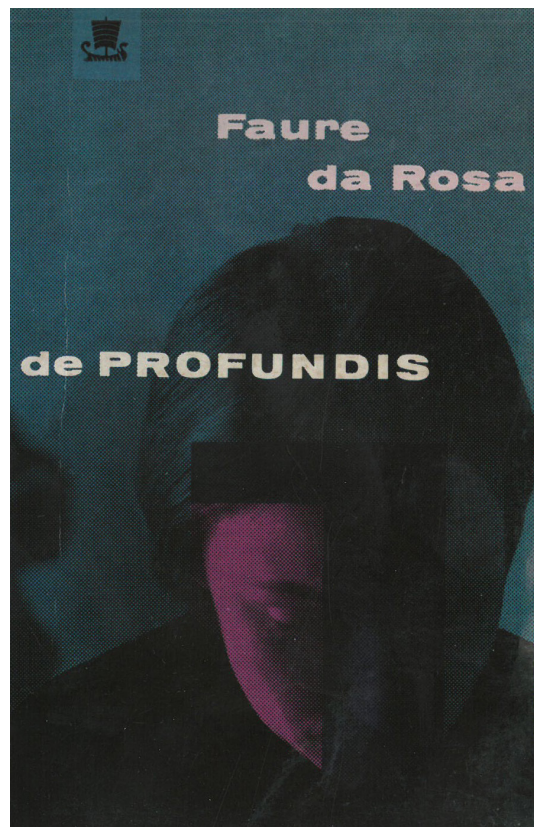


fig. 141

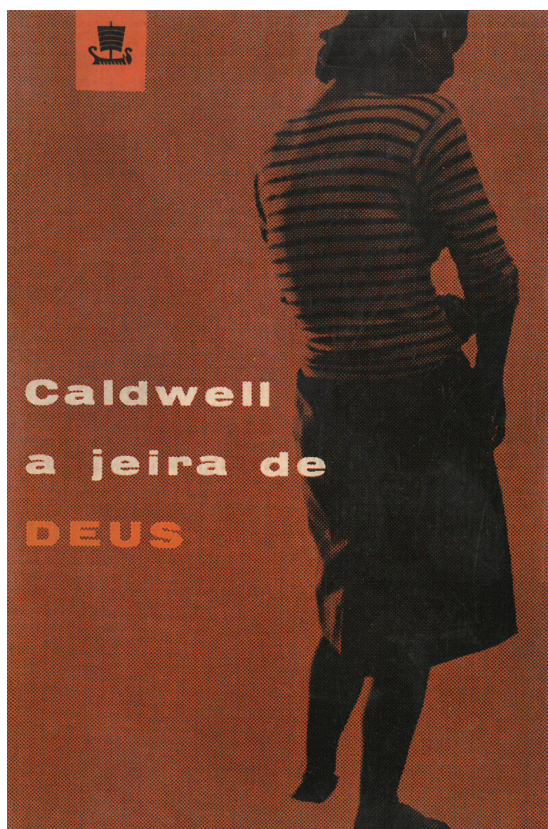


fig. 142

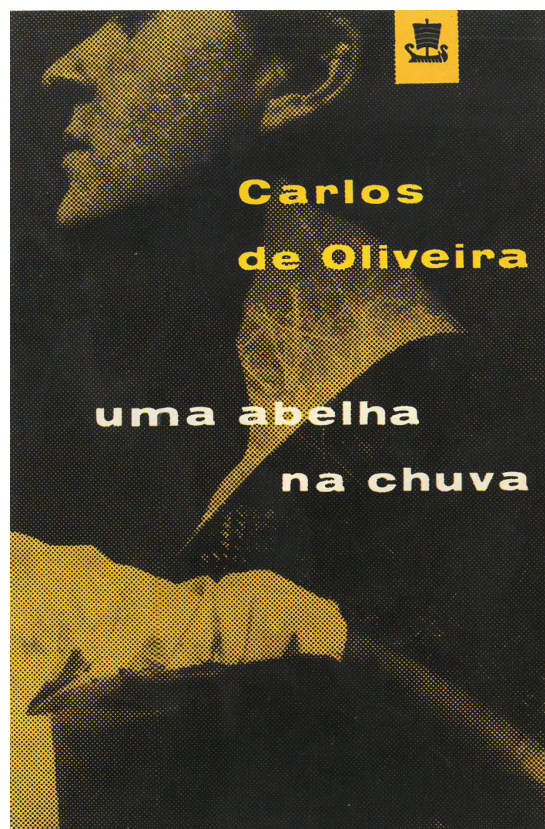


fig. 143

fig. 138 a 141 Sebastião Rodrigues, Coleção Clássicos, Editora Ulisseia, c. 1958- c. 1960. Fotografias de Sena da Silva.

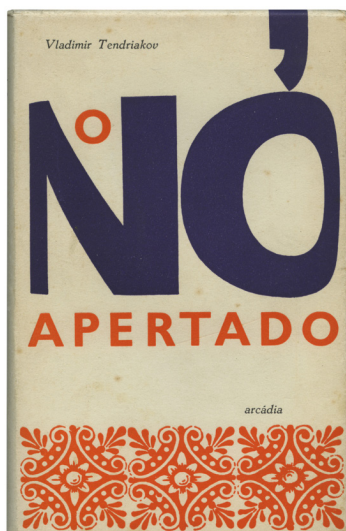


fig. 144

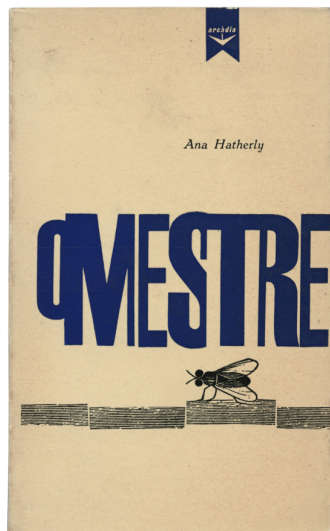


fig. 145



fig. 146

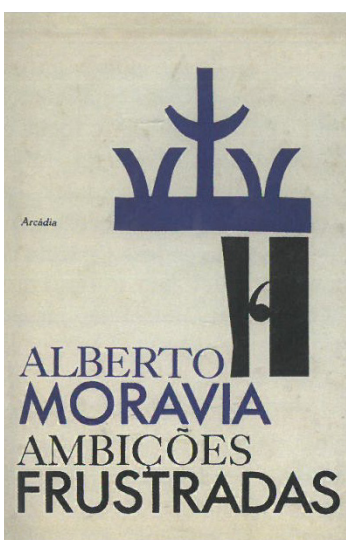


fig. 147

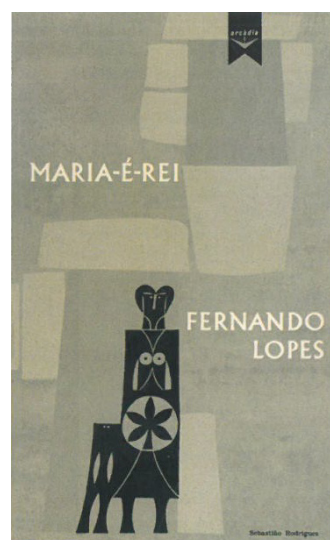


fig. 148

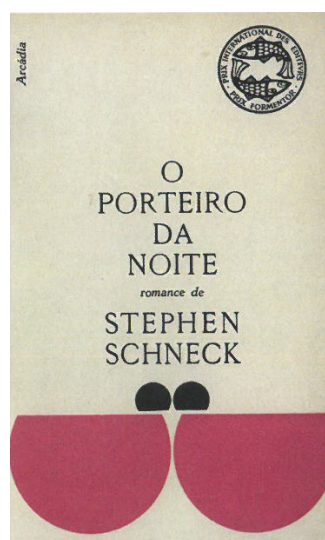


fig. 149

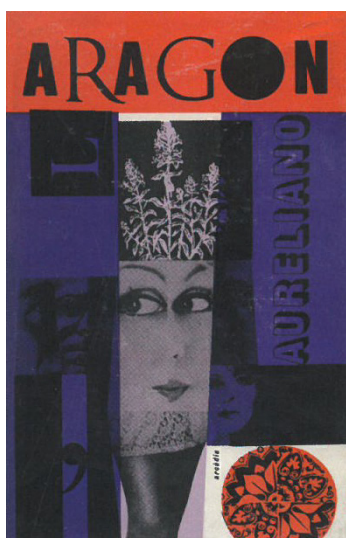


fig. 150

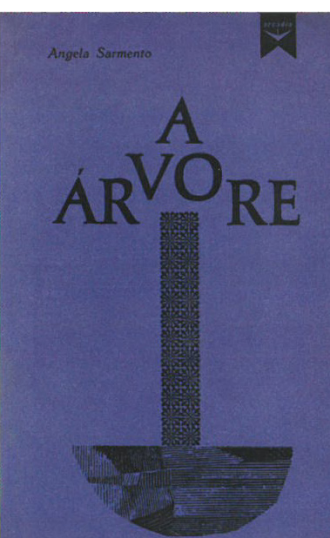


fig. 151

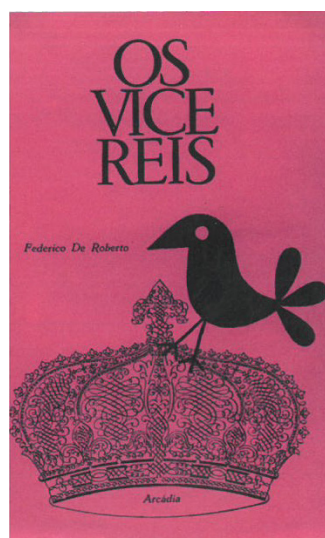


fig. 152

Fig. 144 a 152 Editora Arcádia. Design de Sebastião Rodrigues, c. 1960

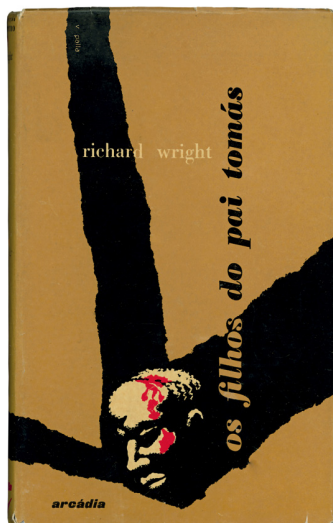


fig. 153

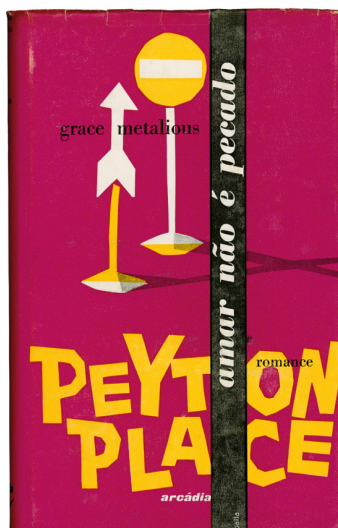


fig. 154

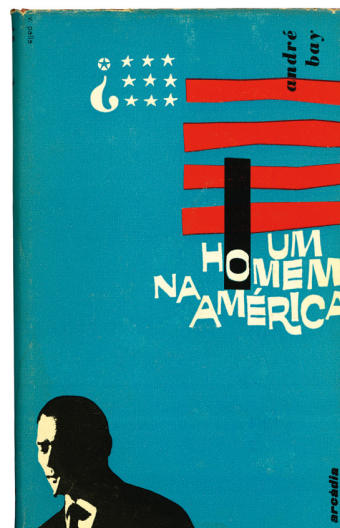


fig. 155

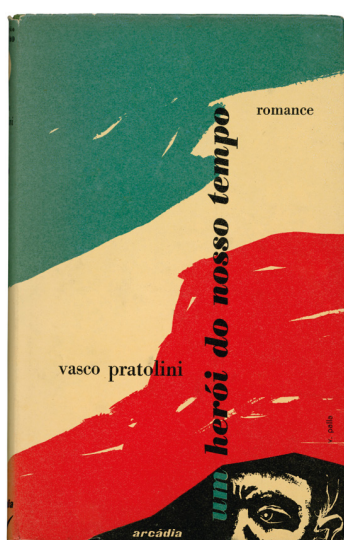


fig. 156

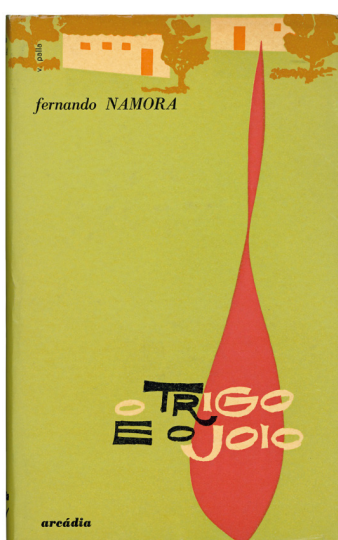


fig. 157



fig. 158

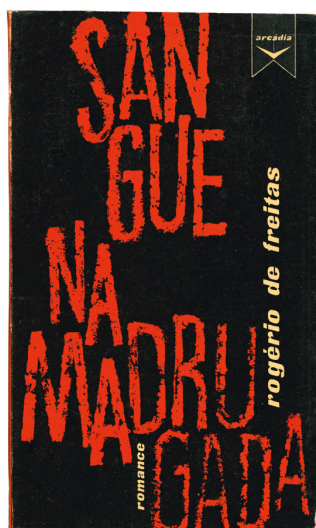


fig. 159



fig. 160

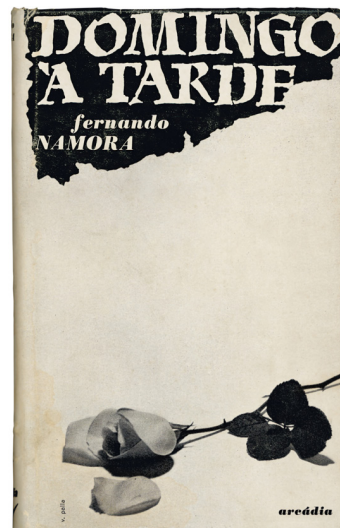


fig. 161

Fig. 153 a 161 Editora Arcádia. Design de Victor Palla, c. 1958- c. 1962

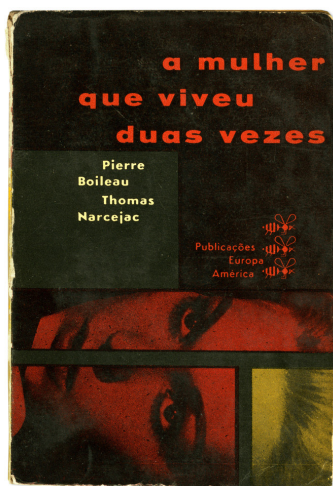


fig. 162

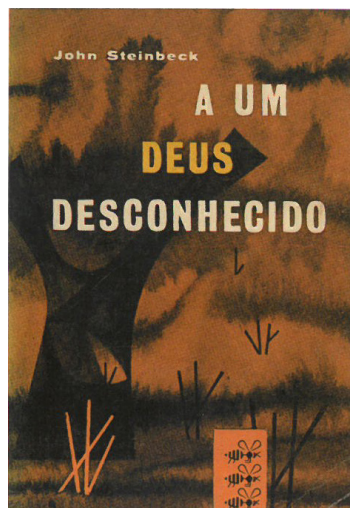


fig. 163

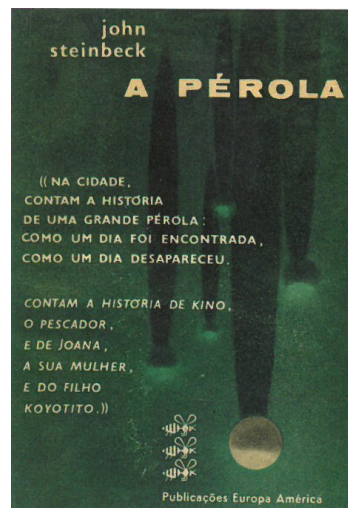


fig. 164

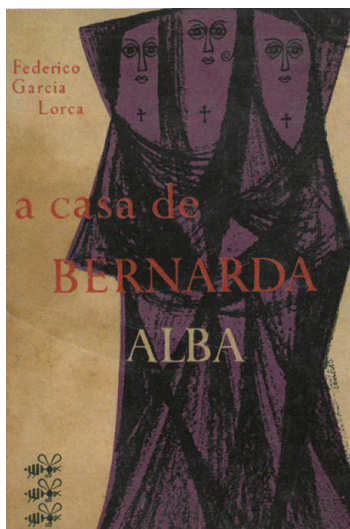


fig. 165



fig. 166

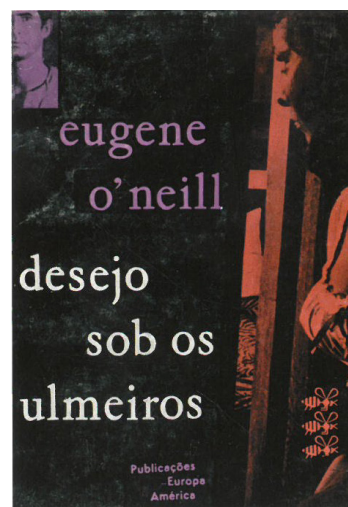


fig. 167

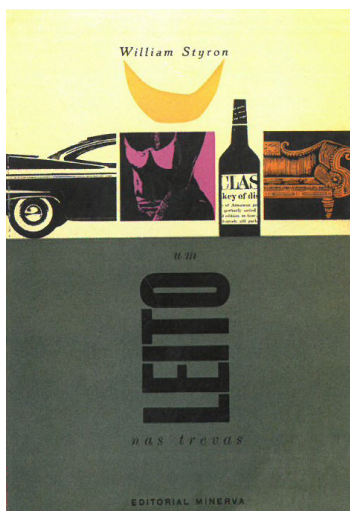


fig. 168

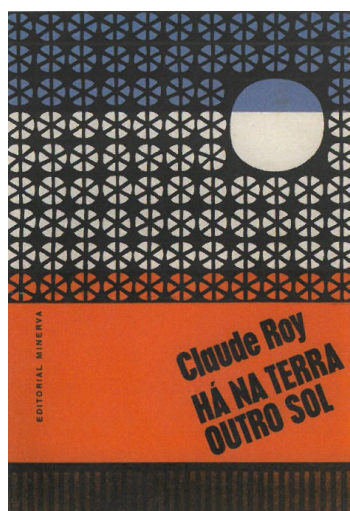


fig. 169

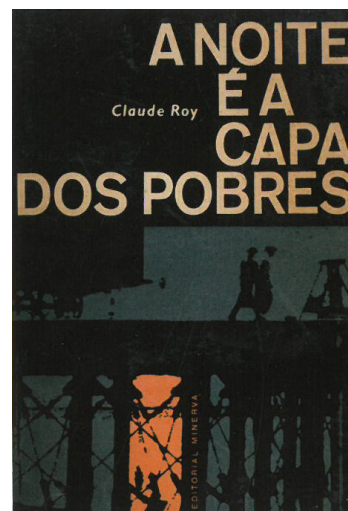


fig. 170

Fig. 162 a 167 Editora Arcádia. Design de Sebastião Rodrigues, c. 1960.

Fig. 168 a 170 Editora Minerva. Design de Sebastião Rodrigues, c. 1960.



fig. 171 Editora Ática, *Companheiros*. Design de Paulo Guilherme, 1962.

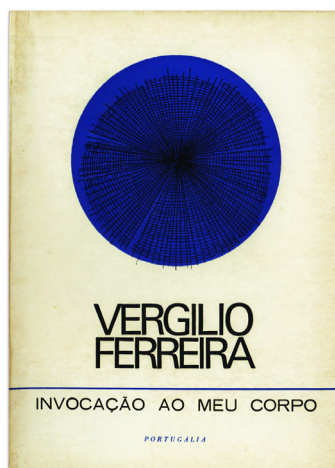


fig. 172 Editora Portugal, *Vergílio Ferreira*. Design de João da Câmara Leme, 1969.

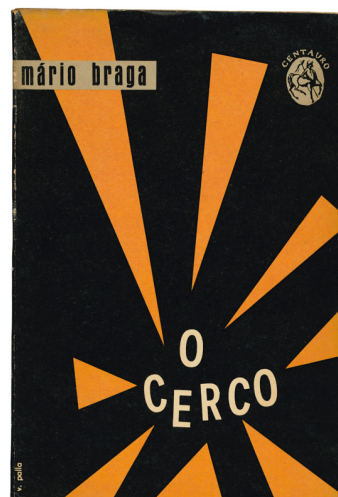


fig. 173 Coleção Centauro, Editora Atlântida, *O Cerco*. Design de Victor Palla, 1960.

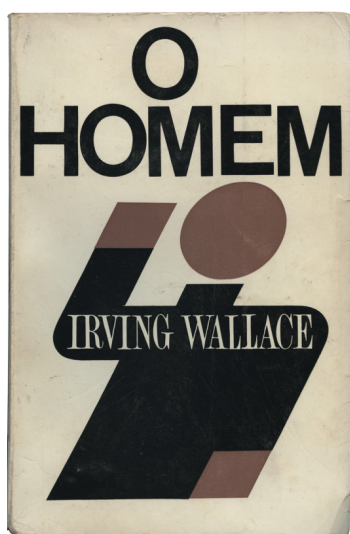


fig. 174 Editora Clássica, *O Homem*. Design de Paulo Guilherme, 1967.

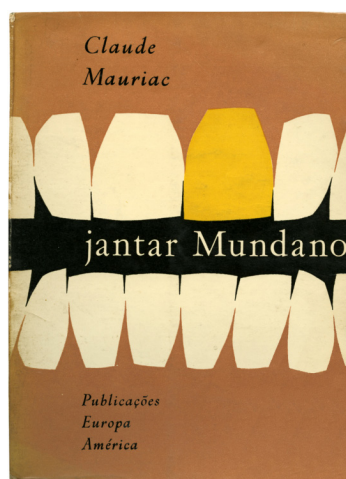


fig. 175 Publicações Europa América, *Jantar mundano*. Design Sebastião Rodrigues, 1962.



fig. 176 Publicações Europa América, *Levanta-te e caminha*. Design de Sebastião Rodrigues, 1962.



fig. 177 António Garcia, *SG Ventil*, 1964.



fig. 178 António Garcia, *Sintra*, 1965.



fig. 179 António Garcia, *Kayak*, 1966.

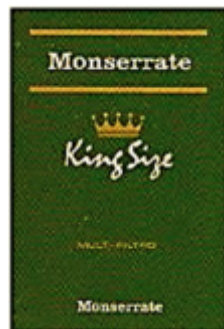


fig. 180 António Garcia, *Monserrate*, 1966.



fig. 181 António Garcia, *SG Filtro*, 1968.



fig. 182 António Garcia, *Ritz*, 1970.

Victor Palla e Alvin Lustig foram influências assumidas no trabalho de Sebastião Rodrigues. Nas suas palavras numa entrevista em 1986, realizada por Maria Teresa L. Sousa, na altura aluna de design comunicação da Escola Superior de Belas Artes Lisboa, e acompanhada pelo professor Vitor Manaças:

Victor Palla era do grupo neo-realista de raiz americana, e foi das pessoas que mais me influenciou, tanto no aspecto formal como na própria mensagem e grafismo. Depois houve um americano que também teve a sua influência sobre o meu trabalho, que era o Alvin Lustig, um gráfico norte-americano. Depois, foi um caldear de coisas até começar a fazer as minhas recolhas de raiz popular. Fazia recolha sem ter nada em vista (Rodrigues, 1995, p.94).

Nas capas produzidas para a editora Arcádia, onde colaboraram Sebastião Rodrigues e Victor Palla, a influência do trabalho de Alvin Lustig transparece em colagens de fotografias com jogos tipográficos marcados pela letra expressiva e berrante [fig. 144 a fig. 152]. Mencionamos ainda a importância da Editora Ática, a Atlântida, a Gleba posteriormente designada por Europa-América, a Verbo, a Clássica Editora, a Portugália ou a Editora Minerva, na produção de capas que marcaram as duas décadas [fig. 162 a fig. 176].

Os anos 1960 são vistos como a afirmação do design em Portugal. Em 1960, surge uma das primeiras manifestações desta iniciativa, com a exposição de Sebastião Rodrigues na galeria do Diário de Notícias em Lisboa. A exposição, com capas de livros e revistas, foi um importante marco no design português, por se tratar da primeira exposição individual relacionada com o design de comunicação, que até então se encontrava disperso entre projetos abrangentes e interdisciplinares.

Vivencia-se o interesse pela inovação tecnológica e a sua articulação com práticas projetais vernaculares. Em 1959 Tomaz de Mello traz para Portugal a representação da *Letraset*, famosas letras decalcáveis marcando avanços tecnológicos juntamente com o surgimento da impressão *offset*. A proposta estética caracteriza-se assim pelos avanços que surgem pelo uso da manipulação do processo fotográfico, da ilustração e pelo interesse na cultura popular genuína, sem máscaras do salazarismo. Maria Keil, Victor Palla, António Garcia ou Sebastião Rodrigues, foram alguns nomes que contribuíram para o estabelecimento de uma cultura gráfica num quotidiano português ainda provinciano. As embalagens de tabaco desenvolvidas por António Garcia [fig. 177 a fig. 182], *SG Ventil* (1964), *Sintra* (1965), *SG Gigante*, *Kayak* e *Monserrate* (1966), *SG Filtro* (1968), ou *RITZ* (1970), com formas simplificadas e cores sólidas, contribuíram para difundir o design gráfico.

A presença do universo popular português no trabalho de Sebastião Rodrigues prova esta influência do renovado interesse pelo vernacular e por formas orgânicas que ocorreu na época, fruto da influência das propostas americanas.



fig. 183 Sebastião Rodrigues, *Piccolo Teatro di Milano*, 1967. Fundação Calouste Gulbenkian/Instituto Italiano de Cultura em Portugal.

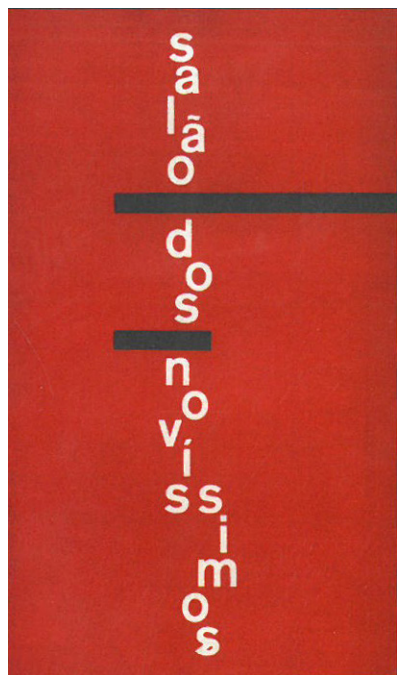


fig. 184

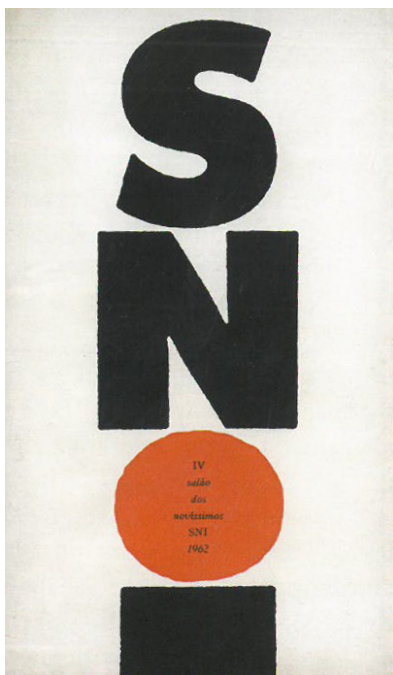


fig. 185

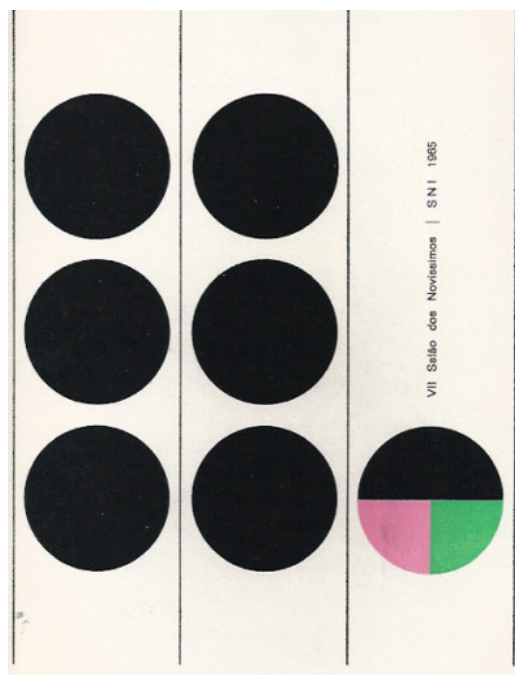


fig. 186



fig. 187



fig. 188



fig. 189

fig. 184 a 189 Sebastião Rodrigues, *Salão dos Novíssimos*, SNI, c. 1959- c. 1965.

Para além disso, Sebastião Rodrigues associou o seu processo de trabalho ao improvisado característico do cinema e do jazz⁵⁵. Nos seus trabalhos surgem símbolos e signos repletos de significados, e por vezes muito semelhantes graficamente, como é o caso do cartaz realizado em 1960, para a participação de Portugal na Feira Industrial de Munique, a IKOFA. A figura com um padrão triangular remete-nos à capa do nº 9 da *Almanaque* do mesmo ano, onde é representado a figura de uma mãe com gémeos na sua barriga. Sebastião Rodrigues enquadra estes símbolos da cultura portuguesa com uma linguagem gráfica assente em princípios do Estilo Internacional. Os catálogos que desenhou para as edições do Salão dos Novíssimos, organizado pelo SNI entre o final dos anos 1950 e meados de 1960, são quase totalmente compostos por tipografia, não apresentando referências ecléticas. A sua identidade é então, marcada pela iconografia e resulta numa diversidade de soluções gráficas que transpareceram na *Almanaque*, entre os amuletos e as superstições e as formas geométricas e o rigor da grelha.

No caso brasileiro, é impossível falar do design gráfico dos anos 1950 e 1960, sem falar na arte construtiva. Existe uma ligação visual forte, entre a arte e o design, influenciados pela Arte Concreta, que se manifestava na Europa e nos EUA, entre 1950 e 1970. Consistia numa simbiose entre arte e design, que explorava o belo através da harmonia das relações matemáticas, com formas puras, planas e geométricas. Inicia-se em 1952, com o grupo designado como *Ruptura*, liderado por Waldemar Cordeiro e do qual fazia parte inicialmente Geraldo de Barros, Luís Sacilotto, Lothar Charoux, Kazmer Féjer, Anatol Wladyslaw ou Leopold Haar. No seu manifesto, é proposta a renovação dos valores essenciais das artes visuais através das pesquisas geométricas, aproximando arte e indústria, e com o desligamento da tradição abstracionista passada. Posteriormente juntaram-se Maurício Nogueira Lima, Hermelindo Fiaminghi, Judith Lauand e Alexandre Wollner. Em 1964, surge ainda o grupo *Frente*, formado pelo artista carioca Ivan Serpa e vários alunos e ex-alunos ao qual se juntaram nomes como Franz Weissmann e Hélio Oiticica. Esta influência da Arte Concreta manifesta-se no design gráfico através da Ulm e da presença de Max Bill, originando propostas gráficas racionais onde dominam as formas geométricas e as cores vibrantes.

Paralelamente à sua manifestação na arte e no design, surge na literatura o movimento da *poesia concreta*, na década de 1950, tendo sido primeiramente nomeada por Augusto de Campos, em 1955, na revista *Noigandres* no seu número 2.



fig. 190 Sebastião Rodrigues, *Portugal IKOFA*, 1960. Cartaz realizado para a participação de Portugal na Feira Industrial de Munique, a IKOFA. Impresso na Casa Portuguesa.

⁵⁵ Quando a Sociedade Tipográfica completou 50 anos, em 1986, realizou a exposição *Ver Artes Gráficas* e a série de palestras designadas *Falando do Ofício*. A referida passagem de Sebastião Rodrigues pertence ao texto posteriormente publicado em *Falando do Ofício* (1989): "O improvisado, e até o imprevisto, está sempre, creio eu, presente naquilo que faço. E isso deve-se, fundamentalmente, ao amor que tenho pelo cinema e pelo jazz." Ver Mello, T. de, Azevedo, F. de, Palla, V., Freitas, L. de, Clérigo, O. & Rodrigues, S. (1989). *Falando do Ofício* (p.64). Lisboa: Sociedade Tipográfica.

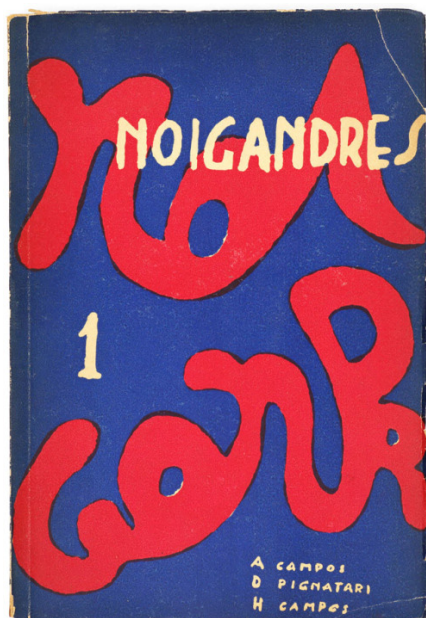


fig. 191 Augusto de Campos, Haroldo de Campos, Décio Pignatari, Ronaldo Azeredo, *Noigandres* n° 1, 1952. Capa de Décio Pignatari.



fig. 192 Augusto de Campos, Haroldo de Campos, Décio Pignatari, Ronaldo Azeredo, *Noigandres* n° 4, 1957. Capa de Hermelindo Fiaminghi.

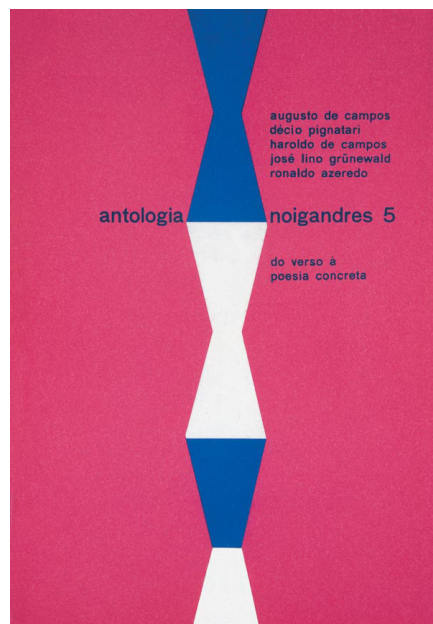


fig. 193 Augusto de Campos, Haroldo de Campos, Décio Pignatari, Ronaldo Azeredo, *Noigandres* n° 5, 1962. Capa de Hermelindo Fiaminghi.

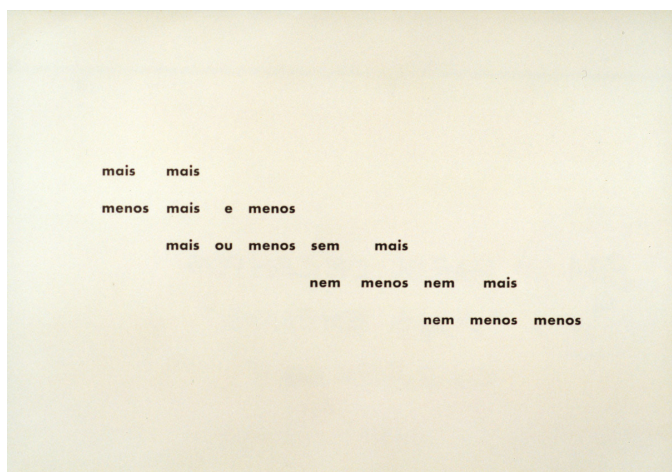


fig. 194 Augusto de Campos, *Mais e menos*, *Noigandres* n° 4, 1957.

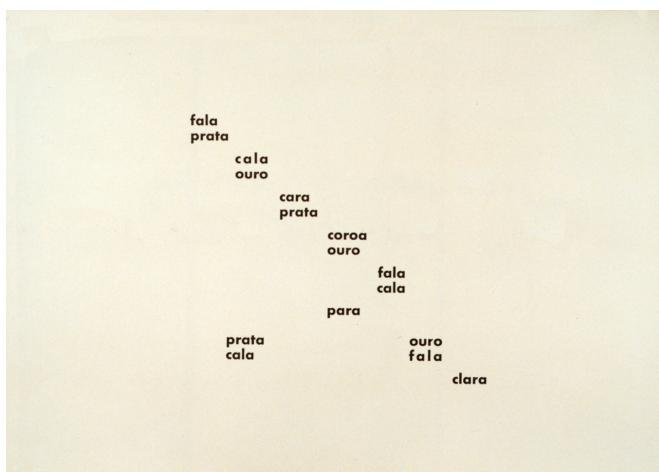


fig. 195 Augusto de Campos, *Fala Clara*, *Noigandres* n° 4, 1957.

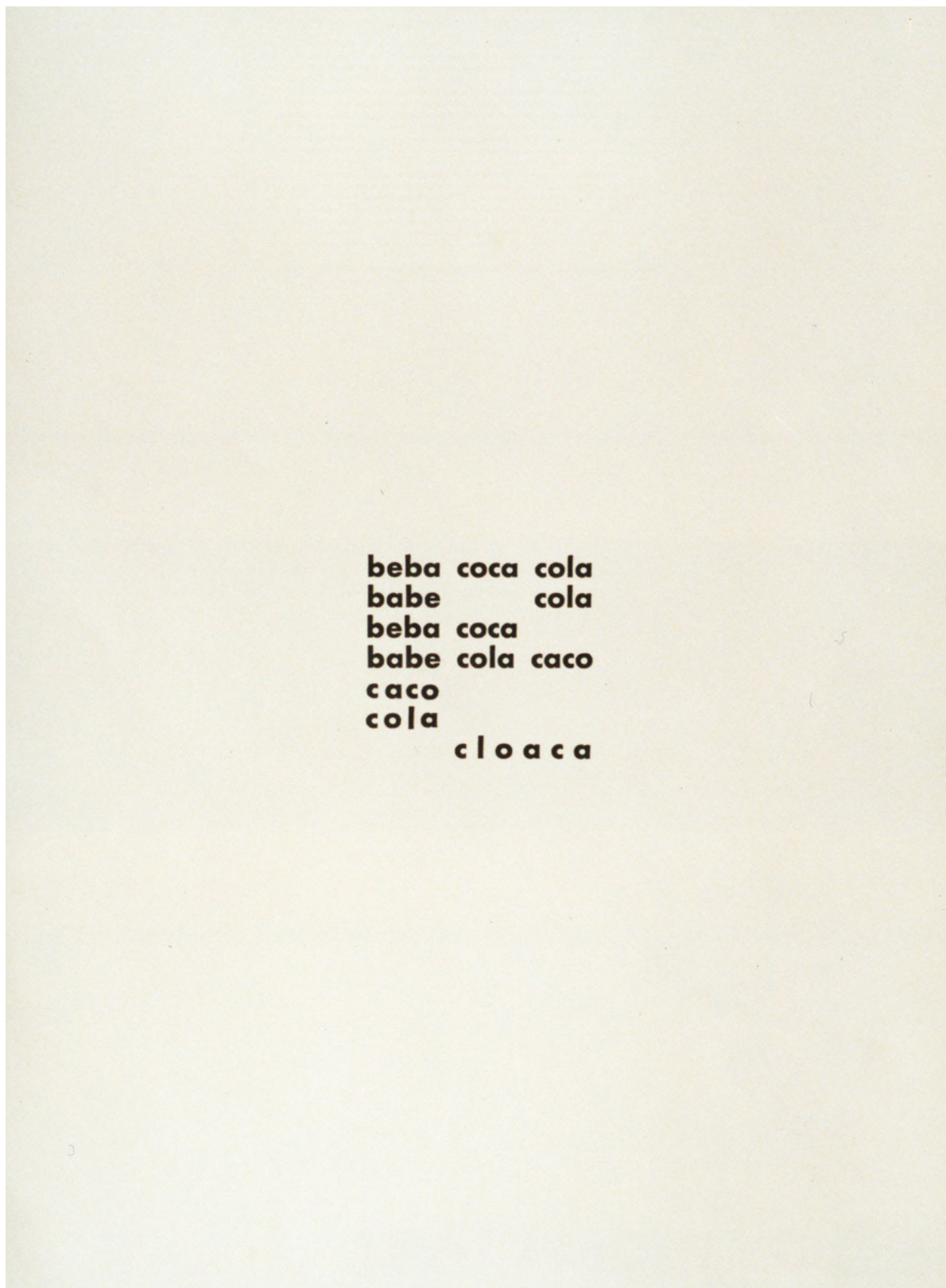


fig. 196 Décio Pignatari, *Coca Cola*, Noigandres n° 4, 1957.



fig. 197 José Zanine Caldas, *Móveis Artísticos Z*, 1950.



fig. 198 Maurício Nogueira Lima, *Fenit*, 1959.



fig. 199 Maurício Nogueira Lima, *Ud*, 1959.



fig. 200 Geraldo de Barros, *Unilabor*, 1957.

A *poesia concreta* aliava elementos visuais à palavra escrita, transmitindo graficamente significados distintos dos explorados linguisticamente [fig. 194 a fig. 196].

Assim como se sucedeu em Portugal, a profissão do design começa a estabilizar-se em parte graças ao interesse que se faz sentir pelas empresas para a concepção das suas identidades. Na década de 1960, o design modernista nas identidades brasileiras, manifesta-se com maior ênfase e com melhores resultados que no caso português.

Numa fase inicial, algumas identidades demonstram uma certa experimentação e liberdade projetual que nos remete ao design vernacular que se manifestava nos EUA paralelamente ao design funcional. Por exemplo, o logotipo dos Móveis Artísticos Z, onde a espontaneidade da letra Z vermelha se sobrepõe ao nome com uma tipografia sem serifa [fig. 197]. A expressividade da letra Z pretende remeter ao carácter artístico dos móveis representados. O mesmo se sucede na marca Fenit, com o uso de uma ilustração em combinação com a tipografia depurada em caixa alta [fig. 198]. O logotipo dos Móveis Artísticos Z, foi regularmente publicado em anúncios nas revistas *Acrópole*, *Habitat* e *Módulo*, as principais publicações de design e arquitetura modernistas no Brasil.

As soluções gráficas vão abandonando as características mais expressivas e adotando uma maior racionalidade, aproximando-se assim às propostas do Estilo Internacional. Maurício Nogueira Lima, artista construtivo de relevo, não havia mostrado com o logotipo da Fenit o que propôs com o logotipo da Ud, remete à marca com elementos geométricos que constroem uma casa [fig. 199]. Assim como, o logotipo da Unilabor, outra empresa de mobiliário, criada pelo próprio Geraldo de Barros, também um artista construtivista, que demonstra a cooperação existente na empresa através de figuras estilizadas [fig. 200].

A Fenit e a Ud eram marcas voltadas para o grande público, aparecendo frequentemente nas páginas de *O Cruzeiro* e *Manchete*, as revistas mais vendidas na época.

Somente na década de 1960 e 1970 é que se manifesta, na sua plenitude, a influência do racionalismo presente no design corporativo dos EUA nos anos 1950 e 1960. Aloisio Magalhães e Alexandre Wollner, protagonizam a maioria das identidades para as empresas com maior destaque [fig. 201 a fig. 215].

As propostas de identidade com símbolos geométricos e simplificados, a preto ou a vermelho, replicam-se, adaptando-se a cada marca.

Assiste-se, portanto, a uma maior consciencialização do design graças ao investimento por parte das empresas e pela sua difusão no quotidiano.



fig. 201



fig. 202

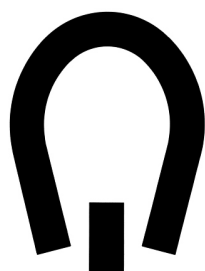


fig. 203



fig. 204



fig. 205



fig. 206

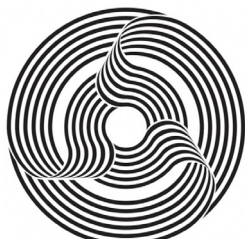


fig. 207



fig. 208



fig. 209



fig. 210

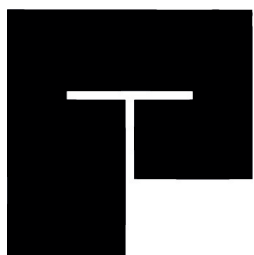


fig. 211



fig. 212



fig. 213

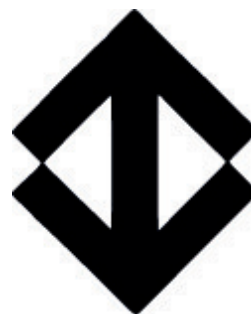


fig. 214



fig. 215

fig. 201 a 207 Aloisio Magalhães, Logotipos (Palheta Cafés Finos, Brafor, Banco Industrial de Campina Grande, Banco Moreira Salles, Banco Aliança do Rio de Janeiro, Banco do Estado do Guanabara, Banco do Estado de São Paulo) c. 1962- c. 1969.

fig. 208 a 215 Alexandre Wollner, Logotipos (Sardinhas Coqueiro, Argos Industrial, Securit, Metal Leve, Light, Companhia do Metropolitano de São Paulo, Brasibel), c. 1958- c.1967.



fig. 216



fig. 217



fig. 218



fig. 219



fig. 220

fig. 214 a 218 Aloisio Magalhães, IV Centenário do Rio de Janeiro, 1965. Reprodução do símbolo pela cidade do Rio de Janeiro.



fig. 221 Aloisio Magalhães, *IV Centenário do Rio de Janeiro*, 1965.



fig. 222 Aloisio Magalhães, *IV Centenário do Rio de Janeiro*, 1965. Fotografia de vendedores, na praia de Copacabana, com o cartaz afixado na pequena roulotte.

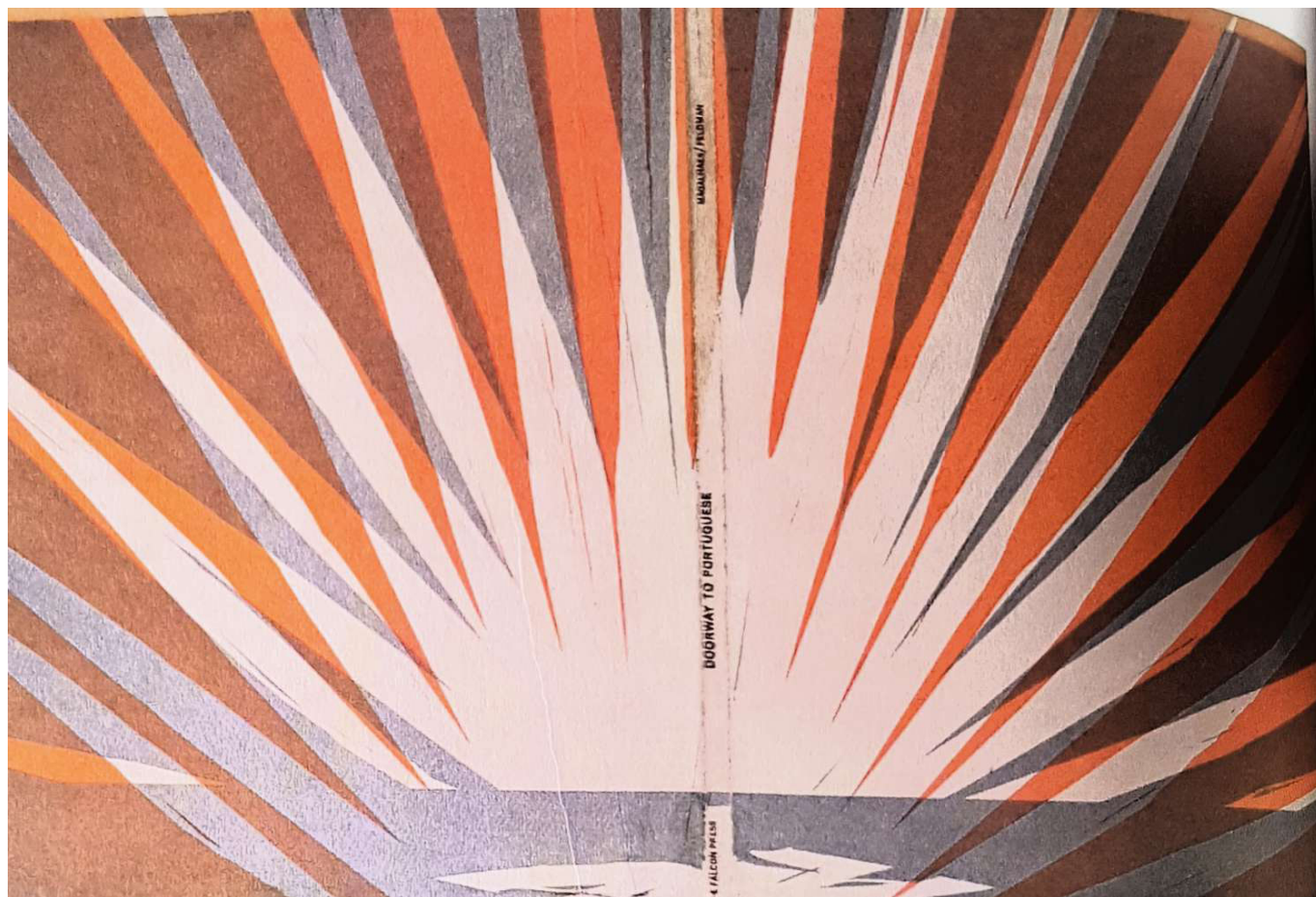


fig. 223



fig. 224



fig. 225

fig. 223 a 225 Aloisio Magalhães e Eugene Feldman, *Doorway to Portuguese*, 1957. Capa e contra-capas e páginas interiores.

A identidade desenvolvida por Aloisio Magalhães para o IV Centenário do Rio de Janeiro [fig. 221], fruto de um investimento por parte do governo, demonstra a aceitação do design gráfico no dia-a-dia dos brasileiros. O símbolo, com uma composição geométrica a duas cores é de fácil memorização e reprodução, aparecendo nos sítios mais inusitados da cidade por parte dos próprios cidadãos [fig. 216 a fig. 222].

No entanto, o design gráfico brasileiro deste período não se resume às propostas do design corporativo. A proposta moderna manifestou-se quer através do ecletismo norte-americano no trabalho de ilustradores como Walter Lewy, Manuel Segalá, Poty ou Glauco Rodrigues e Carlos Scliar com a SR., assim como, por influência da arte concreta e da racionalidade da Ulm com Almir Mavignier, Mary Vieira ou Alexandre Wollner. No design editorial destacamos os projetos experimentais de Aloisio Magalhães com Eugene Feldman, onde se observa a influência das propostas vernaculares. Dessa parceria resultaram dois livros *Doorway to Brasília* e *Doorway to Portuguese* que relembram o seu trabalho nas criações de *O Gráfico Amador* onde utiliza o *offset* de forma experimental. Os livros mostram fotografias e desenhos alterados durante o processo de produção. O *Gráfico Amador* surge na segunda metade da década de 1950 e produziu uma série de publicações de baixa tiragem. O objetivo era produzir livros com uma cuidadosa forma gráfica.

À semelhança do que acontecia em Portugal, a primeira geração de profissionais no Brasil eram ilustradores-designers. Isto deve-se, essencialmente, aos avanços tecnológicos na passagem do século XIX para o século XX, que permitiram a impressão de ilustrações coloridas. Esta possibilidade de reproduzir e ampliar diretamente os desenhos feitos em papel, impulsionaram a hegemonia da ilustração na linguagem gráfica até meados dos anos 1940, no entanto, encontra-se ainda muito presente nestas duas décadas tal como podemos comprovar com a revista SR..

A ilustração então praticada durante os anos de 1950, deriva do desenho humorístico e da pintura. Este humor marca presença nas propostas gráficas no contexto do Estilo Internacional e é facilmente identificado no trabalho do artista e designer gráfico, Carlos Scliar para a SR..

O uso de personagens com contornos humorísticos é recorrente. Por exemplo, no cartaz de um designer Europeu que se estabeleceu no Brasil, Francesc Petit, que ganha o concurso para a companhia de aviação Varig, onde vemos uma personagem pronta para viajar representando assim a companhia através do humor.

Estas personagens são retratadas na SR. em todos os seus números, aparecendo sob forma de uma linha fluída e expressiva. Distinguem-se dois perfis: aqueles que regularmente publicam desenhos humorísticos e pintura realista destinado a uma plateia mais numerosa e aqueles que publicam de forma mais episódica através de experimentações com preocupações sobre

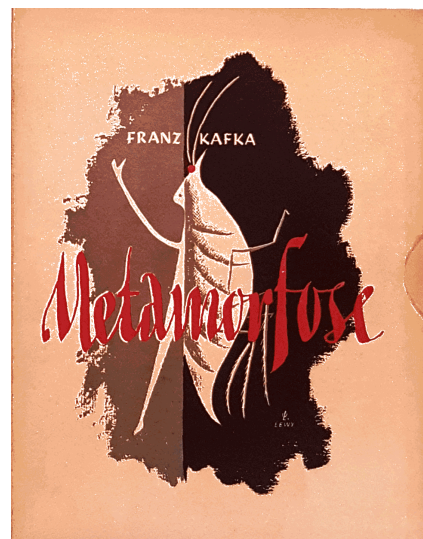


fig. 226 Walter Lewy, *Metamorphose*, 1956.



fig. 227 Manuel Segalá, *Cara e Coroa*, 1957.

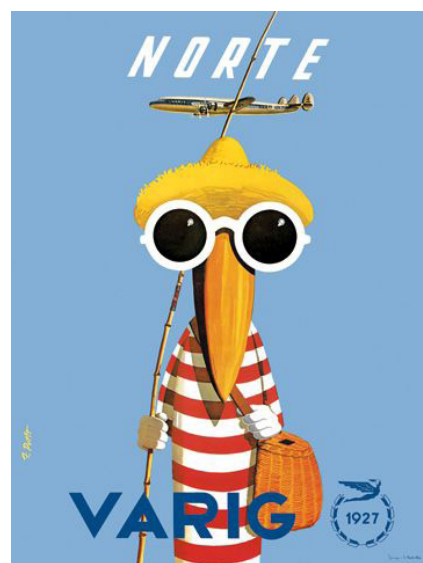


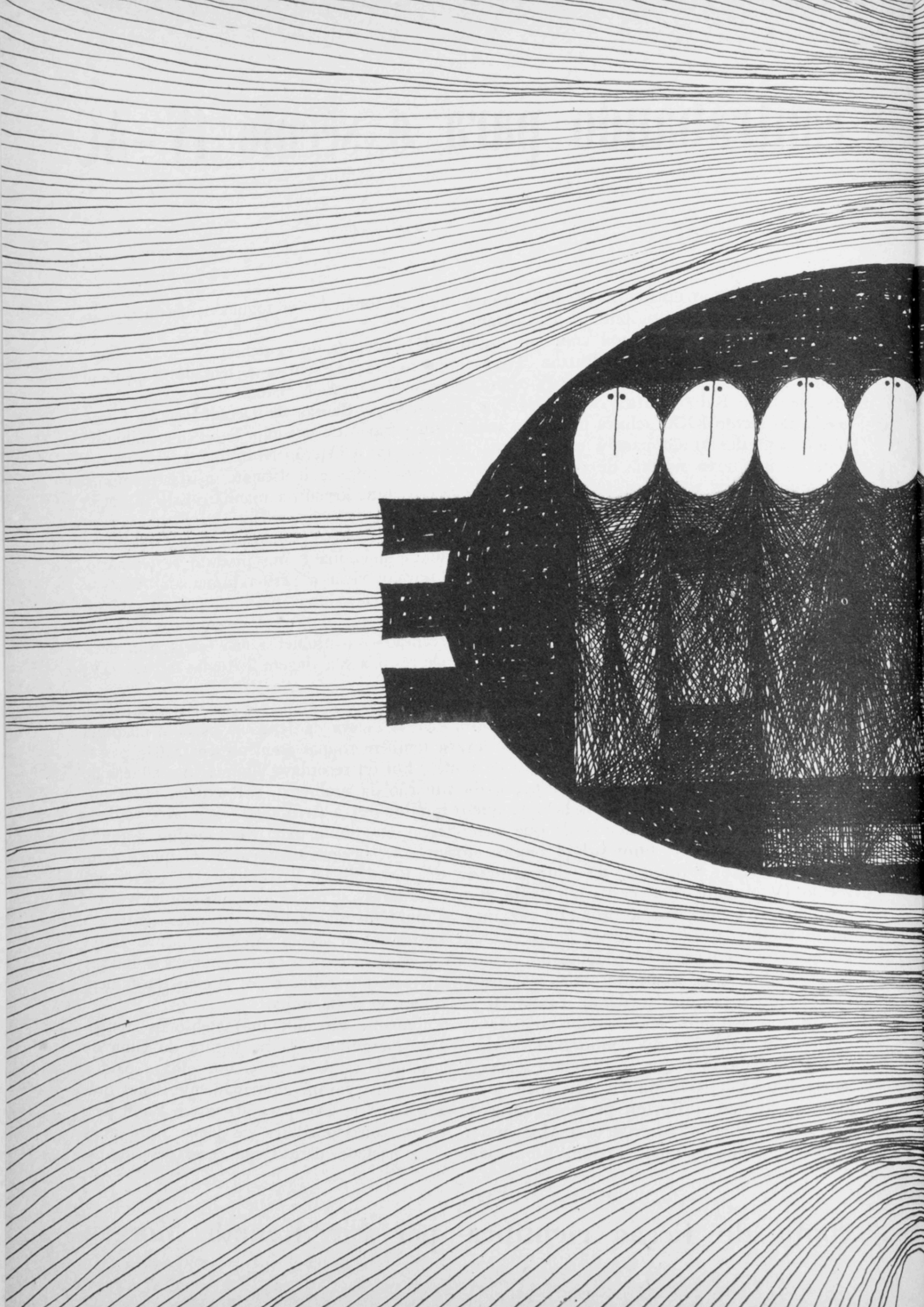
fig. 228 Francesc Petit, *Varig*, 1959.

questões propostas pelo modernismo e ocorrentes das vanguardas internacionais. No entanto, existe um elo de ligação, ambos demonstram uma interpretação da ilustração não como um elemento isolado mas sim como uma linguagem gráfica em combinação com o texto.

Em meados do século XX, a hegemonia da ilustração vai dando lugar à fotografia particularmente nas publicações periódicas. A sua reprodução foi explorada já no século XIX, no entanto, difunde-se graças ao *offset* que chega ao Brasil em 1920.

Após a Segunda Guerra Mundial, a fotografia apresenta-se como protagonista na linguagem gráfica. A apreciação da fotografia enquanto elemento gráfico eleito deve-se principalmente à sua aproximação à imagem real fator que o público privilegia. Assim, os jornais e publicações periódicas vêm-se obrigados a acompanhar os avanços, dando lugar de destaque à fotografia. Na SR, a fotografia, juntamente com a ilustração, tem uma forte presença, tanto a preto e branco como a cores.

O capítulo seguinte analisa a revista Almanaque e SR, sustentando a sua proximidade editorial na divulgação de temas da atualidade internacional e do próprio país e cultura, assim como da cultura da época principalmente a literatura, a arte, o cinema e a música com incidência no jazz. E, a sua semelhança gráfica que reflete a proximidade do design realizado no Brasil e em Portugal analisada no presente capítulo. Manifestada na utilização da ilustração e de um humor subtil, na fotografia a preto e branco, nas formas fluídas e nas composições marcadas pelo ritmo de *layers* de cor.



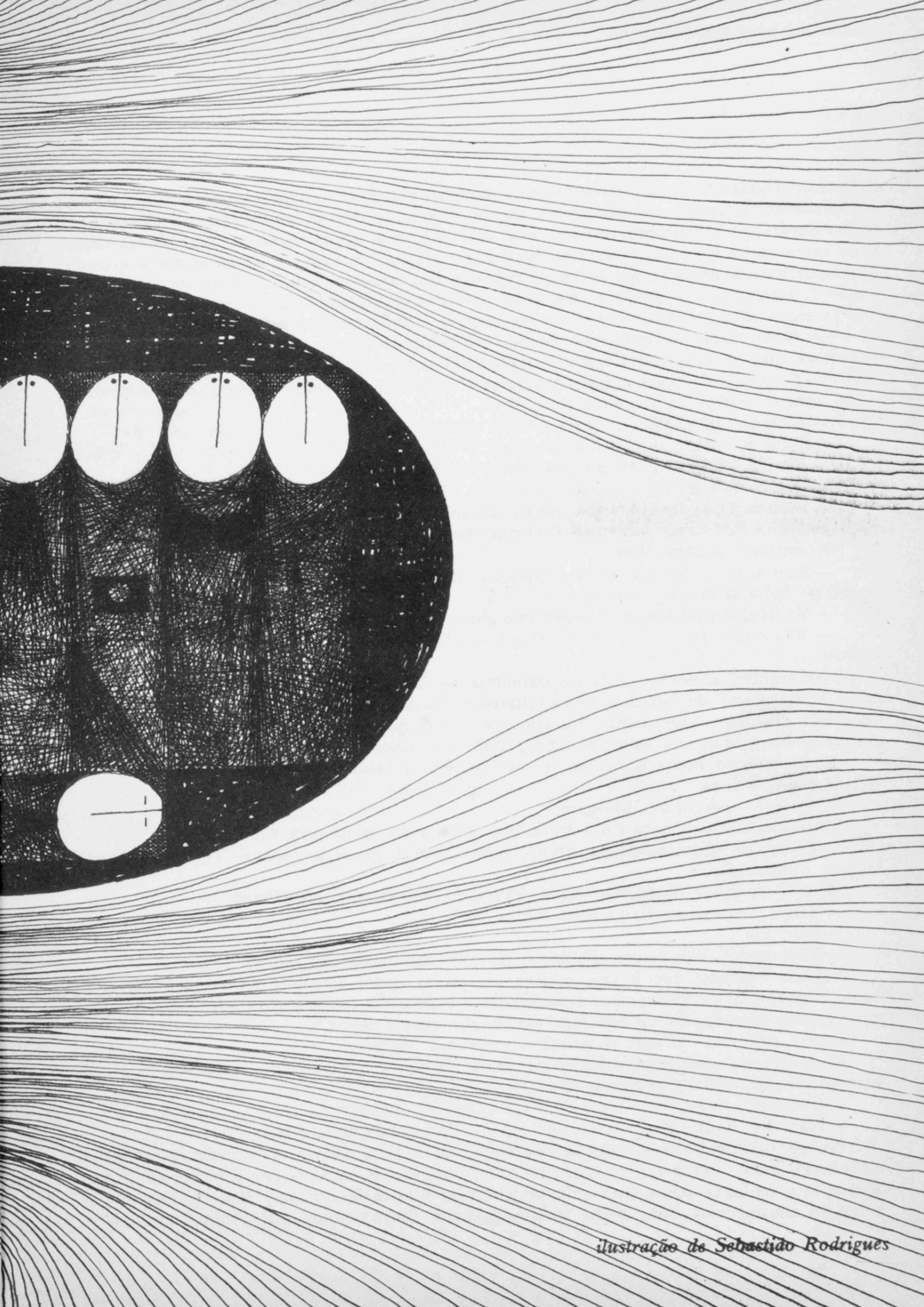


ilustração de Sebastião Rodrigues



fig. 229 *Almanaque*, n° 9, junho 1960.

***O Senhor e o Almanaque:* A sua atitude e proximidade gráfica¹**

¹ O presente capítulo foi apresentado no 7º Encontro de Doutoramentos em Design com o artigo intitulado por *Senhor e Almanaque: Duas revistas em diálogo gráfico entre Brasil e Portugal nos anos 50 e 60*.

"Cada virada de página traz uma surpresa e, ao mesmo tempo, não perde coerência em relação à página precedente. Carlos Scliar tinha o hábito de colocar na parede miniaturas das páginas lado a lado, de modo a ajudar na visualização do ritmo de leitura. O resultado desse esforço é uma revista dinâmica, variada, sem que isso implique perda da identidade visual do conjunto."

(Chico Homem de Melo, 2006)

"Se é evidente uma matriz moderna, via Estilo Internacional, ela oferece a grelha ou estrutura de composição para a exploração de vazios, jogos tipográficos, intervenções caligráficas e invenções gráficas, dialogando com uma miscelânea de textos, criando narrativas com as imagens (fotogramas de filmes, fotografias de publicidade, ilustrações) e apelando à participação do leitor."

(José Bártolo, 2017)



fig. 230 *Almanaque*, nº15, dezembro 1960 e janeiro 1961. Artigo *A Feiras das Virilidades*.

Este capítulo argumenta a atitude esclarecida e crítica mas descontrainda, da revista brasileira SR. e da portuguesa Almanaque, e defende a sua proximidade editorial e gráfica.

Assim como analisado nos capítulos anteriores, nos anos de 1950 e 1960, a racionalidade e funcionalidade presente no Estilo Internacional, demonstrou ser a melhor estratégia para as grandes corporações, que a adotaram tanto a nível industrial e de produto, assim como, para a sua identidade visual. Se por um lado, é possível identificar-se a manifestação do Estilo Internacional na sua plenitude através do seu rigor e clareza gráfica, por outro lado, surge um renovado interesse pelo vernacular e por formas orgânicas, fortemente influenciado pelo design e estilo de vida dos países escandinavos. Assim, o design gráfico nos anos 1950 e 1960, transparece um estilo de vida citadino, esclarecido e descontraindo que designamos por *joie de vivre*. Reflete-se num interesse na arte, na literatura, no cinema, e na música especialmente no jazz, bem presentes nos conteúdos gráficos e editoriais da SR. e da Almanaque.

O humor, muito presente nas propostas estéticas da época, é facilmente percecionado na Almanaque e na SR., tanto nos seus conteúdos editoriais como nos seus grafismos. Nas ilustrações, de texto e nos *cartoons*, com Sebastião Rodrigues e João Abel Manta na Almanaque e com Carlos Scliar, Glauco Rodrigues e Jaguar na SR..

Para além destas ilustrações, o grafismo transmite uma *joie de vivre*, com as formas fluídas e orgânicas que nos remetem ao design escandinavo, ou com as colagens e a fotografia a preto e branco, sobrepostas com uma *layer de cor*, indo de encontro com o renovado interesse pelo vernacular, que ocorreu nos designers americanos.

Remetendo a este humor característico do design dos anos 1950 e 1960, a designação deste capítulo por *O Senhor e o Almanaque: A sua atitude e proximidade gráfica*, pretende remeter à ideia de duas personagens masculinas, uma vez que, as revistas se direccionam ao público masculino. O recurso a este tipo de personagens é identificado na Almanaque, por exemplo, com o artigo de opinião intitulado por *Reino do Pacheco* e através das ilustrações e *cartoons* presentes tanto na Almanaque como na SR..

Partindo da contextualização sociocultural e do design dos anos 1950 e 1960, realizada anteriormente no capítulo I e II, o presente capítulo analisa os conteúdos editoriais e o projeto gráfico considerando, essencialmente, o trabalho de direção de arte de Sebastião Rodrigues para a Almanaque, e de Carlos Scliar (com o apoio de Glauco Rodrigues e de Jaguar) para a SR..

Este capítulo é a parte central da investigação, e assume-se como um contributo novo no âmbito do design de comunicação português, fomentando uma análise que articule o projeto gráfico com os conteúdos e o contexto sociocultural entre a SR. e a Almanaque. Procura ser um contributo para a divulgação do

design de comunicação português.

O primeiro número das revistas é significativo por se tratar do lançamento, sendo possível perceber como se apresentam, o tom de escrita e a dinâmica gráfica.

Relativamente à *Almanaque* foi analisada a coleção completa – com o seu primeiro número em outubro de 1959 e o último em maio de 1961, num total de dezoito números publicados. Sendo relevante referir que os números de 1960 coincidem com o período de exílio no Brasil de José Cardoso Pires, colaborador e diretor de edição da *Almanaque*, onde conheceu Carlos Scliar e trabalhou na revista *SR*. O número duplo de novembro e dezembro de 1960 coincide com o regresso de Cardoso Pires e com o início da colaboração de Armando Rosário, fotógrafo da *SR*. com a *Almanaque*.

Quanto à *SR*., num total de dezassete números em que Carlos Scliar foi diretor de arte com a colaboração de Glauco Rodrigues e Jaguar, selecionamos sete compreendidos entre 1959-1960 referentes à afirmação do projeto, e outros que abrangem a passagem de Cardoso Pires na revista. Assim, os exemplares da *SR*. relativos a 1959 que foram selecionados correspondem aos números 1, 4, 7 e 10, e os relativos a 1960 aos números 11, 13 e 17.

A *Almanaque*, é por vezes só conhecida através das capas e não considerando a relação que estas estabelecem com o miolo, ou a atualidade internacional, nacional e o valor desses conteúdos editoriais para a época. Capas essas, excetuando os dois últimos números que pertencem a João Abel Manta, da autoria de Sebastião Rodrigues, o grande orientador gráfico da *Almanaque* e um nome determinante do design de comunicação português, exercendo uma influência relevante na atualidade⁵⁶.

Isto deve-se, em parte, ao facto de existir a tendência de uma compreensão da história do design fechada no seu tempo, interpretada como uma história de formas e de estilos, genericamente sustentada a partir da figura do “designer-herói”⁵⁷ e construí-

⁵⁶ Margarida Fragoso enumera as “figuras de influência” que são identificadas pelos designers que entrevistou e, nessa tabela, o nome de Sebastião Rodrigues é referido por Luís Filipe de Abreu, José Pedro Martins Barata, José Brandão, José Cândido, Henrique Cayatte e António Ruella Ramos. Ver Fragoso, M. (2012). Capítulo 10. Análise das Entrevistas. In *Design Gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX* (pp. 277-290). Lisboa: Livros Horizonte. Sobre a relevância de Sebastião Rodrigues no panorama do design português destacamos ainda a primeira exposição sobre Design na Fundação Calouste Gulbenkian em 1995, comissariada por José Brandão, dedicada precisamente à obra de Sebastião Rodrigues. E ainda, o prémio *Award of Excellence* do *International Council of Graphic Design Associations*, tendo sido o único designer português a recebê-lo, e a medalha de *Grande Oficial da Ordem de Mérito* no Dia de Portugal.

⁵⁷ Bridget Wilkins identifica a abordagem do “herói” como aquela que destaca os autores e enfatiza o designer não como um comunicador, mas como uma personalidade associada a determinados projetos emblemáticos e, por outro lado, a abordagem “estilística e temática” como aquela que organiza e clarifica os exemplos de um modo linear e cronológico e, desse modo, encorajando-nos a classificar os projetos como se fossem universais. Ver Wilkins, B. (1992). Why is design history so obsessed by appearance? In

da através da divulgação de determinados projetos canónicos. Denotam-se esforços para contrariar esta tendência⁵⁸, com a procura de uma abordagem mais contextual, onde para além da forma são tidas em conta questões económicas, políticas, sociais e técnicas, onde o objeto foi pensado e criado. No entanto, é necessário estabelecer um equilíbrio, entre esta análise da forma e do contexto. Não podemos salientar o contexto prejudicando a análise visual, uma vez que, em última instância, trata-se de uma análise gráfica que envolve questões da forma.

Diversos contributos nacionais têm refutado esta perspetiva da história do design enquanto obra fechada e desenvolvimento estilístico ou mera enumeração de projetos exemplares, sendo esses contributos de historiadores de design, veiculados através de exposições bem como por críticos e designers⁵⁹.

Esta tendência para construir uma visão seletiva sobre a disciplina do design, onde são apenas focados determinados assuntos bloqueando a visão de outros, criando sucessivas versões da mesma história⁶⁰, advém em parte da sua ligação com a história da arte. Esta disciplina, por sua vez, já tinha o hábito de documentar e arquivar, apresentando uma extensa bagagem teórica

Bondt, S. & Smet, C. (eds.) (2012). *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011) (pp. 68-71). London: Occasional Papers.

⁵⁸ A existência deste cânone, segundo Martha Scotford em *Is there a canon of Graphic Design History?* de 1991, traz problemas ao crescimento da disciplina, na medida em que limita a investigação a um pequeno conjunto de designers que são maioritariamente europeus ou americanos do sexo masculino.

⁵⁹ Da recente publicação portuguesa no âmbito do design de comunicação referimos as coleções coordenadas por José Bártolo, nomeadamente a *Colecção Designers Portugueses* de 13 volumes que fora publicada, em 2016, pela Cardume Editores, e a *Design Português* de 8 volumes que fora publicada, em 2015, pela Verso da História. O designer Jorge Silva é o responsável pela *coleção D*, um conjunto de monografias de designers portugueses de várias gerações e da qual já foram publicados 12 livros, entre 2011 e 2016, pela Imprensa Nacional Casa da Moeda. Estas coleções mencionadas abordam a história do design português tendo presente um número dedicado ao designer Sebastião Rodrigues na *Colecção Designers Portugueses* e ainda retratado na *coleção Design Português*. Referimos ainda algumas exposições que contribuíram para a divulgação do design no contexto nacional, tais como: *Desejo, Tensão, Transição – Percursos do Design Português* CMM/ EXD'15/ ESAD IDEA (2015/ 2016); *Como se Pronuncia Design em Português?* CML/ MUDE, Art on Chairs (2015). O crescente interesse despertado pelas publicações periódicas portuguesas é manifestado por exposições como *Almanaque – Uma História do Design Português em Revista* ESAD Matosinhos/ CMM (2013) e a exposição permanente *Almanaque – Design Gráfico Português em Revista*. Considerando que a publicação sobre história do design de comunicação em Portugal é ainda escassa, referimos a obra de Margarida Fragoso, *Design Gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX*, publicada pela Livros Horizonte em 2012.

⁶⁰ Excerto na versão original: Design historians construct a lens through which they view design—and we view design. This lens is selective: It zooms in on a subject and blocks out peripheral vision. What we see is a narrow segment of design history: one period, one class of designers within that period. What we don't see is the context, both within the design profession and within social history. Kalman, T. (1998). *Good History/Bad History* in Hall, P. e Beirut, M. (eds.) Tibor Kalman: *Perverse Optimist* (p.80). Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

com parâmetros e metodologias. Já o design tardou em estabelecer-se enquanto atividade profissional reconhecida, valorizada e independente da arte. Os próprios designers que realizaram o projeto gráfico da SR. e da Almanaque, não tinham formação específica em design, e encontravam-se (no caso de Carlos Scliar) ou encontraram-se (no caso de Sebastião Rodrigues) ligados à pintura ou à ilustração.

As revistas em investigação – como qualquer objeto gráfico – são efêmeras, o que representa um entrave para o estudo da disciplina. No caso do design gráfico isto representa uma dificuldade acrescida em comparação, por exemplo, com a arquitetura ou o design de produto, uma vez que os seus objetos de estudo apresentam uma maior longevidade. Quando estes objetos gráficos são preservados, arquivados e documentados podem ser posteriormente estudados e divulgados.

Para além disso, a história do design continua a ser associada a uma conotação negativa atribuída à teoria que é desvalorizada na sua relação com a prática⁶¹. A escrita crítica, para além de estimular o crescimento e mudança dos projetos, permite novos pensamentos e novas questões teóricas. Rick Poynor no seu ensaio *Out of the Studio: Graphic Design History and Visual Studies*, editado no *Design Observer* em 2011, defende que restringir a história do design gráfico ao estúdio de design e à educação dos designers fará com que haja uma limitação no que diz respeito ao desenvolvimento histórico e cultural do design de comunicação, e principalmente, na produção académica associada a essa disciplina. Assim, na sua perspetiva, a história do design não deve ser vista apenas como uma ferramenta de ensino aos alunos de design, e como forma de desenvolvimento dos projetos, mas sim, como forma de expandir a disciplina de design a outros leitores e profissionais.

A importância das publicações periódicas no âmbito da história do design, inseridas no período do pós-guerra, é algo reconhecível, quer pelas suas propostas gráficas inovadoras, como pelos seus conteúdos editoriais de elevada relevância numa época marcada por um crescente otimismo.

A revista brasileira SR. e a portuguesa Almanaque, assumiram-se como veículos da atualidade internacional. Estas duas publicações foram produzidas por colaboradores de várias áreas, sendo que, os responsáveis pelo projeto gráfico, não detinham formação específica na área. As revistas nasceram da curiosidade dos intervenientes, e viveram da partilha de conhecimento e de experiências. Segundo Walter Benjamin, em *The Author as Producer* (1934), – assim como a versão mais recente e adap-

⁶¹ Em 1983, Nancy Green, diretor editorial da Van Nostrand Reinhold explicou que a maioria dos livros eram guias práticos de ‘como fazer’ acrescentando a seguinte observação: "Of hundred and twenty active titles (including about thirty titles in preparation) we have one book on the history of graphic design." Ver Triggs, T. (2009). *Designing graphic design history*. In Bondt, S. & Smet, C. (eds.) (2012). *Graphic Design: History in the Writing (1983-2011)* (p. 258). London: Occasional Papers.



fig. 231 *Almanaque*, nº4, janeiro 1960. Artigo *Como se diverte Nova Iorque* na categoria *Boêmia destes tempos*. Fotografia de um espetáculo da Broadway.



fig. 232 *Almanaque*, nº3, dezembro 1959. Artigo *Actualidades*.

tada a profissionais do design de Ellen Lupton *The Designer as Producer* (1998)⁶² – não é necessário ser-se um autor ou escritor nato para conseguir-se trabalhar com o conteúdo mas sim ser-se produtor. Ser-se produtor na medida em que se detém um conhecimento abrangente de várias áreas, tratando-se de um processo de parceria onde a autoria é partilhada⁶³.

Nesse sentido, a SR. e a Almanaque, que são objetos escritos e projetados por 'produtores' gráficos, das letras, da arquitetura e das artes, contribuem para a história de qualquer disciplina. Não são objetos estéticos que servem somente para o estudo da história do design gráfico, são documentos sociais e culturais⁶⁴. Cada número era pensado página a página, desde o conteúdo à forma, o que seria impensável numa revista com produção a nível industrial. Teal Triggs⁶⁵ afirma que estas publicações escritas e produzidas por designers gráficos são excelentes exemplos de estudo, porque para além da forma pensada são objetos que documentam em si a história do design gráfico.

As revistas tiveram o seu ano de lançamento em 1959⁶⁶: a SR. em março, com o total de cinquenta e nove números até 1964 e a Almanaque em outubro e prefazendo o total de dezoito número até 1961.

Assiste-se a um reenquadramento da herança do design escandinavo com a racionalidade e funcionalidade do design corporativo e do design suíço. Na SR. e na Almanaque, torna-se evidente o dia-a-dia descontraído mas crítico, característico do Estilo Internacional, no projeto gráfico de Sebastião Rodrigues, Carlos Scliar e Glauco Rodrigues.

⁶² Ver Lupton, E. (1998). *The Designer as Producer* In Heller, S. (ed.) (1998). In *The Education of a Graphic Designer* (pp. 159-1962). Nova Iorque: Allworth Press.

⁶³ Ver Benjamin, W. (1934). O autor como produtor In Barrento, J. (eds.) (2006). *A modernidade: Obras escolhidas de Walter Benjamin* (pp.271-293). Lisboa: Assírio & Alvim.

⁶⁴ Steven McCarthy que escreve ensaios sobre 'designer-authored histories' e a predominância de 'auto-autoria' 'self-authorship', sugere que publicações como Octavo, Emigre, Fuse, Zed e News of the Whirled, por exemplo, com os seus artigos de 'cultura, novas tecnologias, e questões sociais e políticas informam sobre a história da disciplina'. Identifica ainda publicações do início do século XX pertencentes a este grupo como a PM, Portfolio, Push Pin Graphic e Dot Zero, e ainda mais antigas os livros de tipografia de Eric Gill (1931) e Jan Tschichold (1928). Ver Triggs, T. (2009). *Designing graphic design history* In *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011) (p.257).

⁶⁵ Teal Triggs identifica designers e diretores de arte como Tibor Kalman (Colours), Neville Brody (The Face), Cipe Pineles (Seventeen) e Alexey Brodovitch (Harper's Bazaar) como sendo claramente parte da história do design gráfico assim como da história da cultura visual mais generalizada. O que diferencia publicações ditas 'mainstream' de publicações que ficam na história associadas ao design gráfico depende sobretudo de quem gere e mantém controlo sobre o conteúdo. Ver Ver Triggs, T. (2009). *Designing graphic design history* In *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011) (p.257).

⁶⁶ José Bártolo refere-se ao lançamento, em 1959, das revistas SR. e Almanaque do seguinte modo: "Almanaque, publicado em Outubro de 1959 (no mesmo ano em que no Brasil se criava a Senhor, juntamente com o Almanaque a mais notável revista, de língua portuguesa, da primeira metade da década de 1960)". Ver Bártolo, J. (2011). Almanaque. Pli, 1, 46-53.



fig. 233

fig. 233 e 234 *SR. n° 1* (março 1959) e *Almanaque n° 1* (outubro 1959). Capas. As imagens encontram-se reduzidas 25% do tamanho real. Na capa da *SR*, Carlos Scliar ilustrou Copacabana enquanto que, Sebastião Rodrigues apresenta uns olhos, que relembram o logotipo da CBS, supostamente inexpressivos num fundo negro, observam sob uma certa melancolia a civilização que vive numa época de racionalismo e se ocupa ainda de amuletos e símbolos.



fig. 234

A miscelânea de textos exigiu invenções gráficas que incitavam à participação do leitor, através de narrativas suaves e de agradável leitura, criadas entre a fotografia a preto e branco ou fotogramas de filmes com o uso de uma layer de cor, gravuras, ilustrações ou *cartoons* com a presença do humor, jogos tipográficos ou intervenções caligráficas enquadradas na grelha, e publicidade que aparece com maior frequência na SR. e que era especialmente projetada para a revista por Scliar, Glauco Rodrigues ou Jaguar.

A SR., publicada a partir do Rio de Janeiro, foi concebida por Simão Weissman, o proprietário da editora Delta que financiou o projeto, e pelo jornalista Nahum Sirotsky quem convidou Scliar. Um fator relevante da *Senhor*, assim como, da *Almanaque*, refere-se à presença de várias figuras intelectuais que interagem num espaço público, debatendo sobre os diversos assuntos que seriam retratados nas revistas. No caso da *Almanaque*, no café *Brasileira* onde se juntavam os "intelectuais todos, e também os que gostavam de ser intelectuais." (Gageiro, 2017).

A SR., assim como a *Almanaque*, reuniu um conjunto de colaboradores de renome das letras e da fotografia, tais como Graciliano Ramos, Guimarães Rosa, Clarice Lispector, Jorge Amado e Armando Rosário. A direção da edição da revista estava a cargo de Nahum Sirotsky, que contava com a colaboração de Paulo Francis como assistente, Luiz Lobo como redator e Newton Rodrigues como colunista. A direção de arte pertenceu a Carlos Scliar, com o apoio de Glauco Rodrigues e do cartunista de renome Jaguar. Tanto Scliar como Glauco Rodrigues são artistas brasileiros com obras de pintura, desenho e gravura com presença na história da arte brasileira. Depois de encerrada a curta participação na revista, voltaram a dedicar-se exclusivamente à arte. O grafismo expressivo é portanto resultado da formação artística dos responsáveis pelo design da revista.

A *Almanaque* surge em substituição de uma ideia inicial do fundador da editora Ulisseia, Joaquim Figueiredo Magalhães, que pretendia publicar uma revista semanal, apelidada por *A Semana*, semelhante à revista francesa *L'Express* de Pierre Mandès-France. De modo a preparar a edição do semanário, José Cardoso Pires (diretor da *Almanaque* juntamente com a colaboração de Luís Sttau Monteiro), segue para Milão, onde realiza um estágio na revista *Época*. No entanto, apesar da determinação de Figueiredo Magalhães, a censura deixou claro que esta publicação seria impraticável. Figueiredo Magalhães que já havia conseguido o feito de convencer Allen Lane, proprietário da Penguin, a assinar contrato para a sua editora Ulisseia poder publicar *Pelican Books* em português⁶⁷, não se conformou com a recusa. Uma vez que a censura favorecia as publicações mensais, Figueiredo Magalhães, encontra uma alternativa e em substituição do projeto jornalístico anterior, lança a revista

⁶⁷ Ver Fior, R. (2005). *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. Thesis (PhD.). (p. 204). University of Reading, Reading.

mensal Almanaque.

A orientação gráfica foi de Sebastião Rodrigues nos primeiros catorze números sendo que, nos últimos quatro, a dividiu com João Abel Manta, e tendo ainda surgido um novo posto de redator-paginador atribuído a Pilo da Silva. A revista contou com a colaboração de figuras emblemáticas como José Cutileiro, Baptista-Bastos, Augusto Abelaira, Alexandre O'Neil, Victor Palla, Keil do Amaral, Leitão de Barros, Vasco Pulido Valente, António Sena da Silva, que também exerceu o papel de fotógrafo juntamente com Eduardo Gageiro, Armando Rosário, Mário Novais, João Martins e João Cutileiro. Os poetas Sophia de Mello Breyner e António Gedeão, o pseudônimo do professor de ciência e escritor Rómulo de Carvalho. E ilustrações de Câmara Leme, João Abel Manta e Pilo da Silva.

As revistas apresentam-se através do humor subtil. A SR. ilustra as pedras do mosaico da calçada de Copacabana, com uma mulher que é acompanhada pelo olhar de um homem sentado no banco, ao lado de um casal de namorados [fig. 233]. A Almanaque ilustra a sua primeira capa com uns olhos, graficamente semelhantes ao logo da CBS, ocultos num "fundo negro, fixos e falsamente inexpressivos [fig. 234]. Na realidade eles observam, sob uma discreta melancolia, os ridículos duma civilização que vivendo numa época de racionalismo ainda se ocupa dos signos e dos amuletos." (Almanaque, nº 15, p.3). Apresenta assim a sua atitude de satirizar, por se assumir como parte integrante desta época de racionalismo mas recorrendo graficamente ao uso de signos e símbolos.

Enquanto que, a Almanaque dita com o seu nome a influência direta dos tradicionais almanaques, a SR. enuncia o público a quem se direcciona, com o mote "uma revista para o Senhor". A brasileira dirige-se, num tom irónico, à mulher do leitor para lhe pedir o seu aval e se desculpar por se tratar de uma revista "exclusivamente para homens". O tom é intimista e irreverente, sugere que as mulheres, para serem informadas sobre o mundo dos homens, devam ler a revista [fig. 235]. Sobre o editorial, o jornalista Luiz Lobo comenta: "Foi uma brincadeira, porque, em tese, quanto mais você conhece o seu adversário, melhor você está preparado para enfrentá-lo" (Lobo, 2004)

Quanto à identidade da revista, Scliar descreve-a da seguinte forma:

Tentarei definir: desejávamos que fosse uma revista de cultura, mas sem forçar; teria que ser de alto nível, mas que fosse digerida por um público novo que teríamos que encontrar ou formar. Na minha parte, com minha equipe, buscaríamos (fazer uma) revista que fosse palatável, exigente, moleque, séria, agradável e bonita. (Scliar, 1989)⁶⁸.

⁶⁸ Ver Homem de Melo, C. Melo, & Ramos, E. (2011). Linha do tempo do design gráfico no Brasil. *O Design Pictórico de Senhor*. (p.107). São Paulo: Cosac Naify.

A portuguesa faz referência aos conteúdos dos almanaques tradicionais, embora se caracterizasse através da modernidade da "linha 1959", familiarizada com o teatro de Beckett e Ionesco, os escritores da Beat Generation, os Pat Boone ou os íntimos de Françoise Sagan [fig. 236].

A revista assumiu uma posição de confronto para com a censura, que nas palavras de Cardoso Pires, pretendia "ridicularizar os provincianismos, cosmopolitizados ou não, sacudir os bonzos contentinhos e demonstrar que austeridade é a capa do medo e da falta de imaginação." (Pedrosa, 1999, p. 51). A sua atitude de confronto passava totalmente despercebida à censura, sendo isto:

Reflexo da inteligência deles (redatores). Se vir, as coisas nunca são assim ditas, são ditas se calhar com subtileza, com ironia. (...) Aquelas frases ou palavras que eram tabus para a censura, eles sabiam quais eram, mas eram capazes de dizer a mesma coisa de maneira mais violenta e que os censores não percebiam." (Gageiro, 2017, p. 221).

Esta posição irreverente que se dissimulava por entre jogos de ironia é claramente assumida pela Almanaque que, fora do seu nicho de leitores elitizado e culto, era no geral muito mal encarada:

(...) A minha ideia era fazer uma revista que não respeitasse ninguém e fosse o mais sacana possível. Se tivéssemos só vinte leitores era uma paródia. E o Magalhães alinhou. (...) Foi a única publicação em Portugal que atacou Amália. Fartou-se de dar porrada numa data de bonzos. Toda a gente – isto é, as quarenta pessoas do Chiado – dizia mal do Almanaque, porque era snobe e pretensioso, e porque os problemas do país e do povo não eram aqueles. Comeu pela esquerda e pela direita, por todos os lados. De tal forma que, quando comprei uma coleção do Almanaque no Rossio, custou-me 10 escudos. Aqui há tempos o Miguel Veiga comprou uma coleção encadernada por 20 contos. (Pedrosa, 1999, pp. 51-52)

No segundo ano de publicação da Almanaque, em 1960, Cardoso Pires viu-se obrigado a exilar-se em Paris e no Brasil devido ao regime salazarista que já tinha prendido vários escritores como o próprio esclarece: "o Abelaira, o Redol, o Alberto Ferreira, o Alexandre Cabral e estavam vários outros tipos à bica para ser presos. E eu soube que ia ser preso - vinham informações de que alguém já tinha falado de mim." (Pedrosa, 1999, p. 56). Na sua estadia no Brasil vai colaborar com a SR. e é então que conhece Carlos Scliar:

Então vou trabalhar para o Rio (onde sou extraordinariamente bem recebido), sem nunca dizer que estava fugido. (...) E escrevia também numa revista muito bem feita chamada Senhor. Quem estava à frente daquilo era uma quantidade de meninos muito snobes mas muito de esquerda, judeus e ricos.

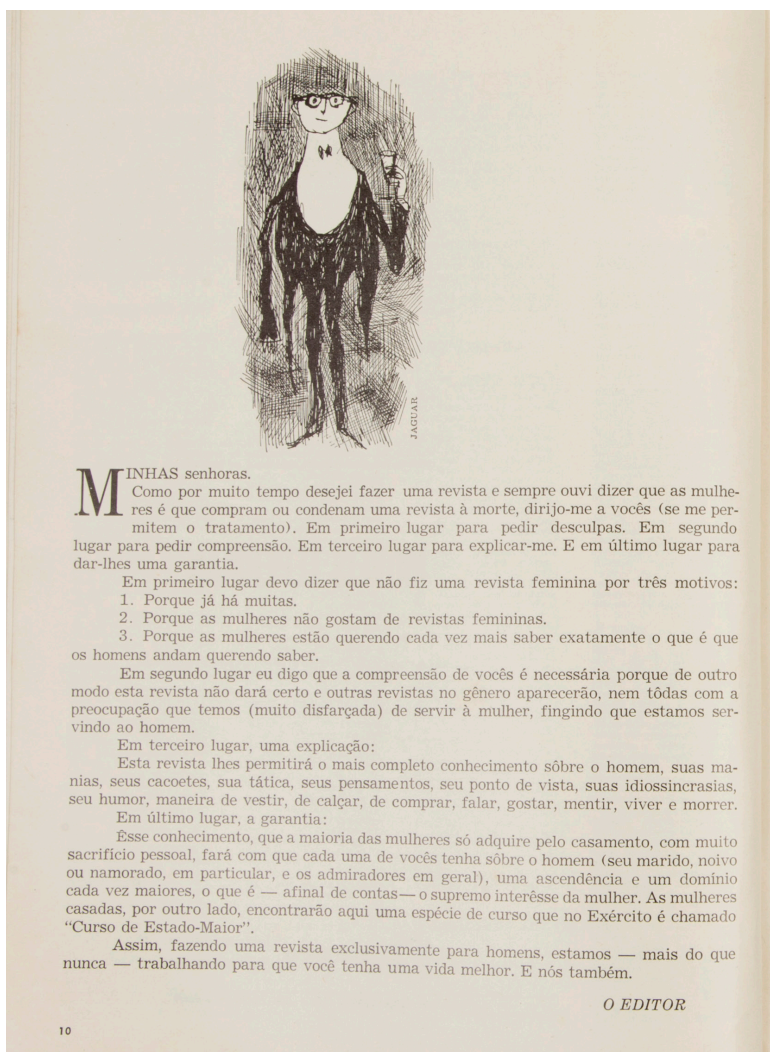


fig. 235

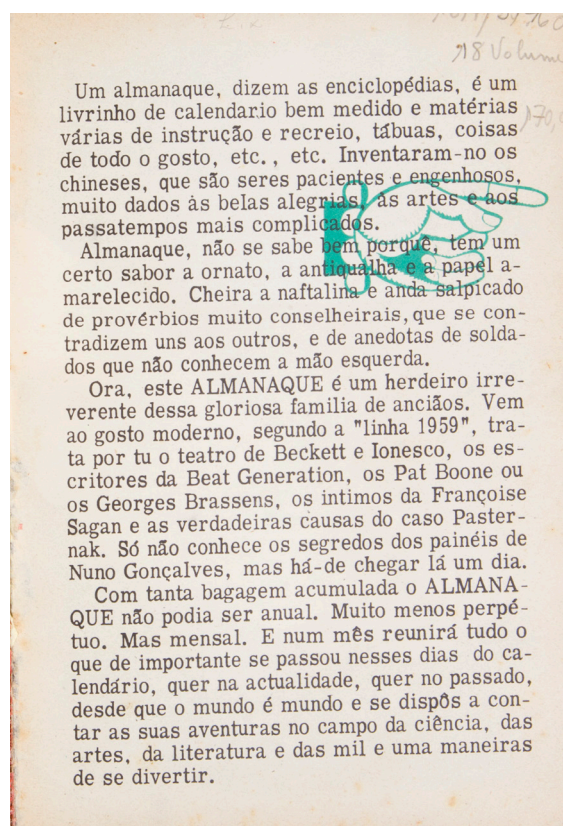


fig. 236

fig. 235 e 236 SR. nº 1 (março 1959) e Almanaque nº 1 (outubro 1959). Notas de abertura.

O Chique Buarque, o Álvaro Lins, e o diretor gráfico era o Carlos Scliar, a Paula Rego brasileira. Esse é que foi o meu grande amigo lá. (Pedrosa, 1999, p. 56).

Mas, em 1961, Fernando Magalhães, vai ao Brasil e convence Cardoso Pires a regressar a Portugal e à direção da revista. Este retoma o seu trabalho na *Almanaque* a partir do nº 15 num momento em que “trazia novas ideias, a experiência no *Senhor* tinha-me motivado muitíssimo. Os redatores, Sttau Monteiro, Abelaira, José Cutileiro, O’Neill e Vasco Pulido Valente, aderiram à reestruturação que lhes propus e a revista apareceu nos moldes que a tornaram personalizada.” (Pedrosa, p. 57).

O número duplo de dezembro de 1960 e janeiro de 1961, abre com uma apresentação das várias figuras que colaboram na revista, onde se destaca uma entrada reservada a Cardoso Pires, e pela primeira vez, uma pequena biografia referente a Armando Rosário, assinalando assim a sua colaboração na *Almanaque*. A entrada de Cardoso Pires refere as suas obras mais emblemáticas, nomeadamente *O Anjo Ancorado* de 1958 e *Cartilha do Marialva* de 1960, ambas publicadas pela editora Ulisseia e com capas de Sebastião Rodrigues [fig. 237].

Segundo Eduardo Gageiro, por nós entrevistado, o fotógrafo brasileiro Armando Rosário que colaborava na SR. fora à *Almanaque* pedir para colaborar com a revista. A sua ida coincidiu com o regresso de Cardoso Pires e vai permanecer lá até ao último número de 1961. Na SR. identificamos fotografias assinadas por Armando Rosário no nº 4, 7 e 10 de 1959 e no nº 11 de 1960. Na *Almanaque* a partir da sua chegada até ao último número, surgem fotografias suas. Para além de Armando Rosário, os fotógrafos que por lá passaram foram Eduardo Gageiro, Mário Novais, José Cutileiro ou Carlos Coelho da Silva.

Se antes de Cardoso Pires ir para a SR. os artigos eram identificados pelo título, depois passam a ser organizados por temas gerais. A reestruturação coincidiu com o período em que a direção gráfica se dividiu entre Sebastião Rodrigues e Abel Manta. Os *contos* passam a designar-se *ficção* e os *desenhos humorísticos e satíricos* alteram-se para *cartoons*, tal como eram designados na SR.. Surge ainda uma categoria de artigos de moda e de tendências, dirigidos ao homem, denominada por *elegância*, que já existia na SR. [fig. 238 e fig. 239]. As fotografias passam a ser assinadas à semelhança da revista brasileira, enquanto que, anteriormente somente algumas fotografias apareciam devidamente identificadas. A narrativa da revista altera-se intercalando entre artigos e ilustrações que fazem a ligação entre textos. As ilustrações vão surgindo misturando-se entre colunas de texto e margens, possibilitando pequenas paragens. Sobre esta narrativa visual, Gageiro esclarece-nos que quando projetou o seu primeiro livro *Gente*, com textos de Cardoso Pires, foi este quem escolheu as fotografias, e que o ensinou um método em que se introduz entre textos pequenas paragens com fotografias. Este método verifica-se em ambas as revistas, onde o texto e imagem são tratados com igual importância.

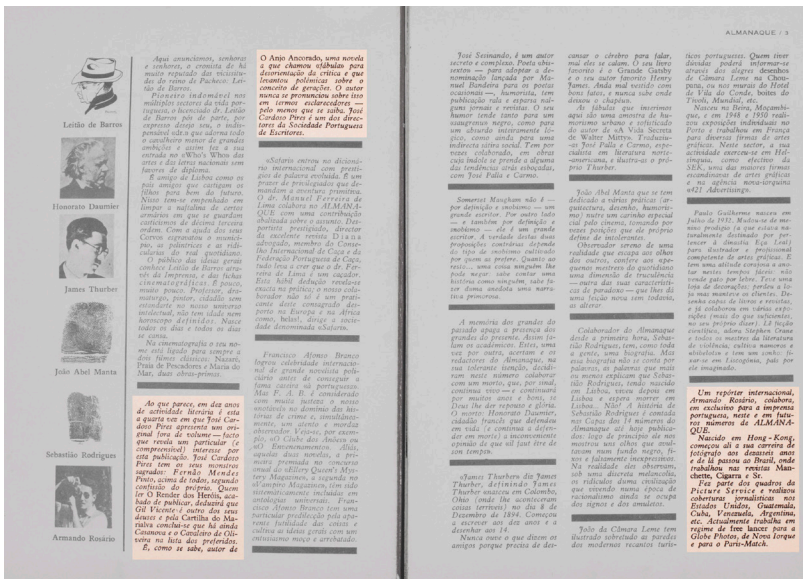


fig. 237 *Almanaque nº 15*, dezembro 1960 e janeiro 1961. Nota de abertura. À esquerda a fotografia de alguns colaboradores incluindo a do fotógrafo Armando Rosário. À direita a entrada de Cardoso Pires e a biografia de Rosário assinalando a sua colaboração na SR.

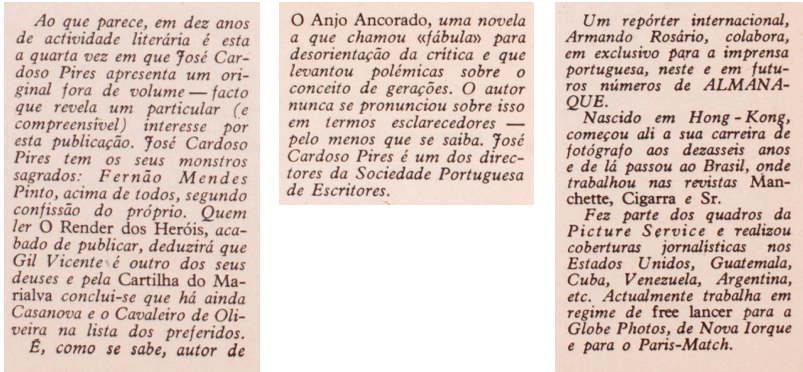


fig. 238

fig. 239

fig. 237 e 239 *SR. nº 13* (março 1960) e *Almanaque nº15* (dezembro 1960 e janeiro 1961). Comparação entre as revistas com a reestruturação proposta por Cardoso Pires.



fig. 240 Almanaque n° 1 (outubro 1959), *Elvis Presley*.



fig. 241 Almanaque n° 1 (outubro 1959), *Miles Davis*.



fig. 242 Almanaque n° 2 (novembro 1959), *Marilyn Monroe*.



fig. 243 Almanaque n° 2 (novembro 1959), *Que pensa Sinatra de Gina Lollobrigida?*.



fig. 244 Almanaque n° 3 (dezembro 1959), *Brigitte Bardot a eterna adolescente*.



fig. 245 Almanaque n° 4 (janeiro 1960), *Gérard Philipe um herói do nosso tempo*.



fig. 246 Almanaque n° 4 (janeiro 1960), *Margot Fonteyn*.



fig. 247 Almanaque n°5 (fevereiro 1960), *Paul Anka*.



fig. 248 Almanaque n° 5 (fevereiro 1960), Edith Piaf.



fig. 249 Almanaque n° 5 (fevereiro 1960), Marcel Marceau falado.



fig. 250 Almanaque n° 6 (março 1960), Eva Gabor.



fig. 251 Almanaque n° 7 (abril 1960), Yves Montand.

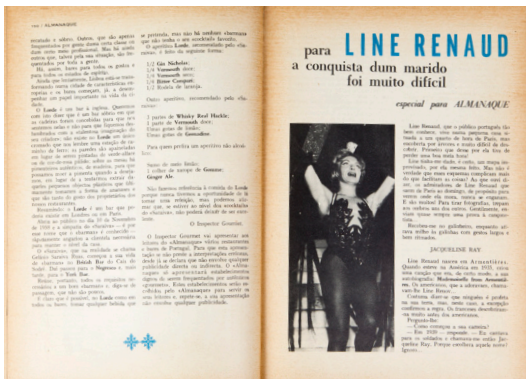


fig. 252 Almanaque n° 8 (maio 1960), Para Line Renaud a conquista dum marido foi muito difícil.



fig. 253 Almanaque n° 8 (maio 1960), Sophia Loren.



fig. 254 Almanaque n° 12 (setembro 1960), Brenda Lee.

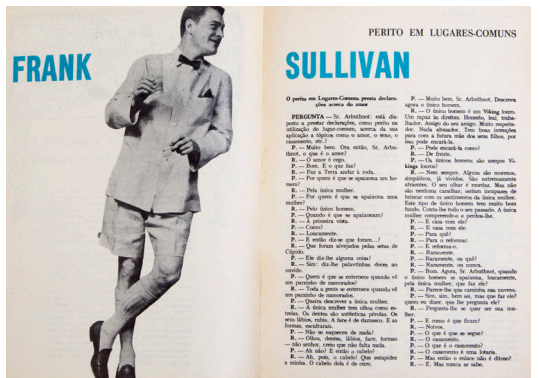


fig. 255 Almanaque n° 16 (fevereiro 1961), Frank Sullivan.

fig. 256 SR. n° 17 (julho 1960), Knoll.



Embora o alto nível da arquitetura brasileira requeira mobiliário condigno, poucos proprietários, que investem milhões de cruzeiros na compra do terreno e na construção de suas casas ou apartamentos, se dispõem a gastar proporcionalmente com a mobília. Dizem os da Forma, no entanto, que público há. Não foi ainda atingido suficientemente. Provas? A quantidade incrível de grosseiros plágios de criações da Forma. Cerca de 50 concorrentes brasileiros copiam os móveis da Forma. Se há quem

compre uma imitação, pagando caro, há quem compre o original, pagando o justo preço.

Foi em abril deste ano, na Alemanha, que o Conselho Para Projeção de Formas abriu as portas da Messe-Haus, que só apresenta peças únicas, cuidadosamente escolhidas, abrindo uma exceção para apresentar os móveis da Knoll. O Conselho (Formgebungsrat) foi fundado em 1952, em consequência de uma decisão do Bundestag, "para a

criação
alemã
Knoll
influe
conce

De
arte e
expos
os jo
alemã
depoi
ment

Aq
O
princ
arqui
36 an
Weim
direçã
à jov
ou-se
Arqu

A
"cria
indús
-fund
desen
sem a
bertor
ficiais

Gr
tliche
comp
tôda
decor

O
insult
tura
parta
pressi
a seça
suíço
pius
quiter
vem a

Na
brica,
solteir
cabide
uma
sua fe
função
permi
lidade

As
o arqu
fizera
haus,
tos de
o asp
Sõme
cional
é que

Assim
com q
seus s
niram
transf
de alt
finos
sem su
visível
total.
de tá
mário
nas er

ção da melhor forma dos produtos
ões". E abriu a exceção para a
l "por sua posição de liderança e
ência não só nos Estados Unidos
o resto do mundo".

decoradores, arquitetos, críticos de
e público viram em Darmstadt uma
sigião sem precedentes. E que levou
rnalistas a lembrar um movimento
ão que aconteceu imediatamente
is da Primeira Guerra, o "movi-
o Bauhaus".

ui começa a história da Knoll.
"movimento Bauhaus" data do
pício de 1919, quando um jovem
teto berlinense (Walter Gropius,
os) assinou com a intendência de
nar um acórdão que lhe confiou a
ão da Academia de Artes, unida
em escola de artes aplicadas. Cri-
assim uma Universidade Para
itutura e Forma.

finalidade dessa concentração foi
r um centro de arte", conselho da
tria e dos profissionais. A recém-
ada universidade devia estudar e
envolver formas que correspondes-
aos materiais recentemente desco-
s: *beton*, aço, vidro, tecidos arti-
s.

opius batizou a instituição de "Staa-
s Bauhaus" e tratou de procurar
anheiros em condições de formar
uma nova geração de arquitetos,
adores, gráficos e modeladores.

pintor russo Wassily Kandinsky,
ado e festejado fundador da pin-
abstrata, foi encarregado do de-
mento de gráfica. O escultor ex-
onista Gerhard Marcks ficou com
ão de cerâmica. O pintor abstrato
Paul Klee com a tecelagem. Gro-
psiumiu a seção de móveis e ar-
tura, tendo como assistente o jo-
arquitecto húngaro Marcel Breuer.

se o "funcionalismo". Uma fá-
uma escola, um apartamento de
ro, uma mesa, uma cadeira, um
e, um abajur, uma manivela ou
torneira são considerados belos se
orma exterior combina com a sua
o; se foram feitos de material que
tiu alcançar essa forma com faci-

casas que Gropius é seu sucessor,
iteto Ludwig Mies van der Rohe,
m de acórdão com as leis de Bau-
tinham pelo menos dois lados fei-
e vidro. O interior não tinha mais
ecto de celas unidas por portas.
nte onde motivos técnicos e fun-
is diziam que era imprescindível
Gropius admitia uma separação.
a condenou-se a mobília completa
que os burgueses da época enchiam
salões. Os homens de Bauhaus ba-
baús, cómodas e armários, ou
ormaram tudo em caixotes chatos
tura de uma mesa, suspensos sobre
suportes de metal, ou pendurados
nas paredes a fim de deixar
o teto e o chão, em sua extensão.

Estantes de sarrafos despidos e
buas estreitas substituíram o ar-
de livros. Cadeiras como poltro-
acolheram para armações transpa-

rentes de tubos de aço ou molduras de
madeira, segurando tiras de couro, te-
cidos simples ou almofadas sóltas. Foi
o estilo chamado "pele e osso".

Mas, se a escola resultou bem em
quase tôdas as frentes, a inércia dos
fabricantes de móveis foi maior que o
zêlo dos estetas de Bauhaus. Os indus-
triais sômente desistiram dos floreados
antiquados, saindo então para uma li-
nha própria de interpretação do mo-
derno, que acabou, em nossos dias, nas
fameigeradas cadeiras dançantes de pés
de palito.

No princípio da terceira década o
Bauhaus, diante da animosidade dos
cidadãos de Weimar, retirou-se para o
vizinho Dessau. Em outubro de 1932,
nazistas tomaram o govêrno do Estado
de Anhalt e — primeira providência
— fecharam as portas desse "berço do
bolchevismo cultural".

Os mestres de Bauhaus deixaram a
Alemanha. Gropius aceitou a cadeira de
arquitetura da "Graduate School of De-
sign" da Universidade de Harvard. Mar-
cel Breuer também foi para Harvard.
Mies van der Rohe, sucessor de Gropius
na direção de Bauhaus, acabou indo
para a Escola Técnica Superior de Illi-
nois.

As idéias de Bauhaus foram bem re-
cebidas em determinados círculos dos
Estados Unidos. Já em 1900 o arquiteto
Louis Henry Sullivan, de Boston, pro-
clamara que *form should follow func-
tion* — a forma devia combinar com a
função.

Mas os defensores do novo estilo não
encontraram campo útil. Foram obri-
gados a desenhar os móveis para si pró-
prios, encomendando as confecções como
peças únicas. Os modelos tornaram-se,
conseqüentemente, caros. E os cons-
trutores raramente se mostraram dis-
postos a pagar à arquitetura moderna
um tributo aparentemente excessivo.

Entre o grupo de arquitetos que em
vão procuravam nos catálogos os móveis
para o novo estilo, estava Florence
Schust. Uma môça que aos 24 anos
recebera seu diploma com Mies van
der Rohe em Illinois. E que estava tra-
balhando em Nova Iorque como de-
coradora.

Hans G. Knoll chegou aos Estados
Unidos em 1937. Descendente de uma
família de marceneiros e estofadores de
Stuttgart, estabeleceu-se com uma pe-
quenina loja de móveis: uma sala que
servia de oficina, escritório e vitrine.

Mas êsse jovem alemão (27 anos) de
olhos azuis tinha uma meta: abastecer
os construtores da arquitetura moderna
com móveis no estilo "pele e osso".
Ele estava convencido de que seria pos-
sível "juntar projetos da elite dos ar-
quitetos, convencendo os desenhistas a
tirar seus croquis da gaveta, libertan-
do-os para a produção em série". Além
disso, quis dêles novos desenhos de mó-
veis para a sua firma.

O que lhe faltou foi contato com
aqueles projetistas que podiam ser le-
vados em consideração como fornece-
dores.

Aí é que entra na história a jovem
decoradora Florence Schust que, a es-
ta altura, estava trabalhando com Hans
Knoll. Seus pais, imigrantes da Suíça,
tinham morrido cedo. O arquiteto fin-
landês Eliel Saarinen foi quem criou
a pequena órfã e a educou junto com
seu filho Eero. Florence pede a Eero
que idealize uma cadeira "no estilo con-
temporâneo", funcional e confortável,
e que pudesse ser produzida em série,
a bom preço.

Os Estados Unidos estavam em guer-
ra. Corria o ano de 1941 e a Knoll, cres-
cidinha, ainda não era mais que "um
pequeno laboratório de indústria de
móveis".

Hans Knoll aprovou o projeto de
Florence. E entusiasmou-se especial-
mente porque havia a guerra, com a
guerrã a falta de material, com a falta
de material uma enorme dificuldade a
vencer. Os planos de Florence e Eero



fig. 257 SR. n° 11 (janeiro 1960), *Musical Americano*, De Al Jolson a Marilyn Monroe





ALEX VIANY

DE AL JOLSON A MARILYN MONROE

I — "YOU AIN'T HEARD NOTHIN' YET!"

VÁRIAS vezes apresentado, a título de experiência e mesmo comercialmente, desde os primeiros passos do cinema — inclusive no Brasil — o cinema sonoro dependeria, para sua consagração definitiva, das necessidades particulares dos Irmãos Warner.

O **filmusical** — compreendendo os espetáculos cinematográficos que dependem primordialmente de música e dança — nasceu, naturalmente, com o advento do som, e é bem provável mesmo que o primeiro ensaio do gênero tivesse tido lugar nos laboratórios de Lee de Forest, o inventor da célula fotoelétrica, em fevereiro de 1923, quando das experiências definitivas do fonofilm. A 15 de abril do mesmo ano, a primeira exibição pública do fonofilm era feita no Rivoli, de Nova Iorque.

Entre os artistas que posaram — e cantaram — para esses primitivos filmes com som fonográfico estava Eddie Cantor, que vamos encontrar mais adiante.

Entretanto, é bem provável que o som ainda custasse algum tempo a ser adotado pela indústria cinematográfica se os Warners não andassem em aperturas, dispostos a aceitar qualquer recurso desesperado.

Contratando o engenheiro Nathan Levinson, os Warners tomaram, em 1926, a decisão de dar som próprio a uma de suas mais ambiciosas produções do ano, **Don Juan**, com John Barrymore no papel-título. O processo adotado por Levinson, de natureza fonográfica, foi o que viria a ser conhecido como **Vitaphone**.

Don Juan, apesar de não ser falado, tinha partitura (baseada em Mozart) e efeitos de som, gravados em discos e sincronizados com a imagem. No mesmo programa, estreado a 6 de agosto de 1926 em Nova Iorque, figuravam diversos filmes curtos falados e cantados, um dos quais, **La Fiesta**, com o soprano Anna Case, o côro do Metropolitan Opera e a família Cansino de "cançanines espanhóis" (que incluía a garota Margarida Cansino, mais tarde Rita Hayworth), não deixava de ter algumas características de filmusical.

Seis meses depois, a Fox lançava as **Atualidades Movietone** e começava a produzir também filmes de curta metragem, todos com gravação na própria película, segundo o processo de Lee de Forest.

Para muita gente, porém, o cinema sonoro continuava a ser apenas uma curiosidade; uma sensação de momento, que logo daria lugar a outra coisa. Além disso, a grande maioria dos cinemas do mundo não dispunha de aparelhagem sonora e poucos se arriscariam a comprá-la pelos belos olhos dos Irmãos Warner.

A 5 de outubro de 1927, dando mais um cauteloso passo, esses renitentes cavalheiros de Hollywood lançavam **The Jazz Singer** (O Cantor do Jazz), o primeiro filme cantado de longa metragem — e por culpa do entusiasmo de Al Jolson, também parcialmente falado.

The Jazz Singer, peça de estréia de Samson Raphaelson (1925), tivera como intérprete teatral um fenômeno estritamente norte-americano, George Jessel. Quando os Warners compraram os direitos de filmagem da peça, quiseram também Jessel. Mas este recusou o convite, e Jolson foi então lembrado.

Nascido em São Petersburgo, Rússia, em 1888, com o nome de Asa Yoelson, Jolson fugira da casa do pai rabino, ainda garoto, empregando-se num circo. Em 1906, aconselhado por um preto velho, pintou a cara e tornou-se "mammy singer"; mais tarde, ficou dois anos com os menestréis de Lew Dockstader. Em 1912, sua fama já era tão grande que, nas noites de sábado, divertia os colegas de profissão no Winter Garden, de Nova Iorque. Em 1924, Gilbert Seldes saudava-o como um "possuído" e já registrava sua famosa frase "You ain't heard nothin' yet!", que usava quando o calor dos aplausos levava-o a cantar mais e mais.

E quando, no filme, os frequentes de um cabaré aplaudiram devidamente um número de sua própria autoria, "Dirty Hands, Dirty Face", Jolson, que devia apenas cantar, não resistiu e disse: "Wait a minute! Wait a minute! You ain't heard nothin' yet!"

Os Irmãos Warner resolveram deixar o "caco" no filme, acrescentando ainda uma curta cena dialogada entre o cantor e Eugenie Besserer, que fazia o papel de sua mãe. Para a "mammy", aliás, o antigo "mammy singer" cantava duas derramadas declarações de amor: "My Mammy" (de Donaldson, Lewis e Young) e "Mother, I Still Have You" (de Jolson e Louis Silvers).

O estrondoso sucesso de **"The Jazz Singer"** teve consequências imediatas e profundas, entre as quais uma onda de canções "maternais". O próprio Jessel, arrependendo-se tardiamente de haver recusado o papel que consagrou Jolson, correu a Hollywood para fazer **Lucky Boy** (Um Rapaz Feliz), com história quase idêntica e duas canções "maternais": "My Mother's Eyes" e "My Real Sweetheart", ambas de Ray Henderson, Lew Brown e B. G. de Sylva, o mesmo trio que havia fornecido a Jolson, em seu segundo filme, **The Singing Fool** (A Última Canção), a não menos lacrimosa "Sonny Boy". Como se isso não bastasse, outro cantorzinho insuportável.

fig. 258 Almanaque nº 15 (dezembro 1960 e janeiro 1961), *Jazz in Lisbon*.

JAZZ

MARLON Brando, vestido à paisana, apareceu, de súbito, ao meu lado. Com uma cabeça do Marco António de Manckiewicz e a farpela proletária do Terry Malloy de Elia Kazan. «Júlio César» e «Há Lodo no Cais». Não pensei, absolutamente, noutra coisa, porque era um observador em trânsito e, nestes casos, não há nada como buscar velhas reminiscências.

— Pois é, murmurou uma dama, à minha direita, Julien Gracq é um chato...

— Prefiro o Julien Sorel, do Sthen-dal; é uma personagem mais concreta, de um universo mais concentracionário, redarguiu um jovem lívido, de longas patilhas e com uma voz esquisita, a denunciar amigdalite. Não estava a perceber o que a sua companheira dizia, e esta, para não lhe ficar atrás, devolveu-lhe a mesma moeda.

Marlon Brando espiou o casal, despreocupado e lânguido, e, depois, tentou perceber a geometria dos meus olhos, defendidos da invasão alheia por algumas dioptrias irredutíveis.

Eu estava encostado ao balcão do bar, onde uma empregada semi-sonolenta atendia discreta clientela. Pedi uma bebida, ela entendeu que eu não era um respeitável componente do clã — e exigiu pagamento adiantado. À direita, num desvão que indiciava o trân-



os prazeres de importação

IN LISBON

Reportagem de Baptista-Bastos — Fotos de Armando Rosário



Os conteúdos editoriais das revistas transparecem a *joie de vivre* caracterizada por um estilo de vida esclarecido e descontraído. A sua vertente urbana, literária, atenta ao cinema, à arte e sobretudo ao jazz, assumiu o papel de esclarecer os seus leitores sobre a atualidade internacional e do próprio país, assim como, sobre formas de ser e estar. Ambas se assumiram como veículos para alargar a consciência crítica do leitor.

No entanto, no caso português, os conteúdos refletem o descontentamento para com a ditadura que se vivia em Portugal. As páginas encontram-se cheias de humor e ironia que caracterizam uma atitude anti, por parte dos colaboradores, que eram politicamente de esquerda, à política vigente de Salazar. Ao produzirem uma publicação repleta de conteúdos internacionais e referentes à cultura, opuseram-se à política nacionalista e tradicionalista do regime.

O *Filme do Mês* e *Actualidades*, incluídos na Almanaque, informam sobre a música, o cinema e notícias internacionais. Já artigos mais pontuais destacam atrizes como Brigitte Bardot, Marilyn Monroe e Sophia Loren, ou os carismáticos Elvis Presley, Frank Sinatra, ou Miles Davis e a cultura portuguesa⁶⁹ [fig. 240 a fig. 255]. Quanto à SR, as entradas *Artiguetes* e *Reportagens* informam sobre a cultura brasileira e internacional⁷⁰.

A Almanaque caracteriza-se por uma vertente urbana e moderna que se relaciona com conteúdos antiquados ligados a superstições. Para além de informar sobre a atualidade internacional, segue a estrutura tradicional dos almanaques, abrindo com a secção *calendário mensal*, que informa sobre as marés e feiras, seguindo-se a entrada *efemérides*, com factos do passado surgidos nesse mês, e a *astrologia*, com os horóscopos. Para além destes artigos, abrangia a *floricultura*, a *caça*, a *pescaria*, a *quirolgia*, a *caracteriologia*, a *morfo-fisionomia*, *flos sanctorum* um artigo de cunho religioso, *um animal por mês* e o *antiquarium*.

⁶⁹ Destacamos os seguintes artigos da Almanaque: *Elvis Presley: o deus vivo de que crença?*, pp.165-167; n° 1 (outubro 1959); *Teddy Boys*, n°2 (novembro 1959), pp. 117-126; *Que pensa Sinatra de Gina Lollobrigida?*, n° 2 (novembro 1959), p. 150; *Brigitte Bardot, a eterna adolescente*, n° 3 (dezembro 1959), pp.186-187; *Gérard Philipe*, n° 4 (janeiro 1960), pp. 166-169; *Beat Generation*, n°5 (fevereiro 1960), pp. 70-78; *Yves Montand*, n° 7 (abril 1960), pp. 140-142; *Sophia Loren*, n° 8 (maio 1960), pp. 178-179; *A arte moderna e os críticos*, n° 9 (junho 1960), pp. 137-138; *Miles Davis – ou o sofrimento improvisado*, n° 10 (julho 1960), pp. 170-171; *as «bluebell girls»*, n° 11 (agosto 1960), pp.156-157; *Brigitte Bardot vista ao microscópio*, n° 12 (setembro 1960), pp.142-144; *Três minutos com Sofia Loren*, n° 13 (outubro 1960), pp.142-143; *Diário europeu*, n° 14 (novembro 1960), pp. 28-31; *Fado antimarialva*, n° 17 (março e abril 1961), pp. 64-65; *Serenata de Coimbra*, n° 18 (maio 1961), pp. 120-125.

⁷⁰ Destacamos as seguintes entradas da SR.: *Crises do cinema*, n°4 (junho 1959), p.6; *Meu tio (Jacques Tati) fala pouco*, n°7 (setembro 1959), pp. 48-52; *Vinte dias de Paris*, n°10 (dezembro 1959), pp. 46-49; *O “work in progress” em Cândido Portinari*, n°13 (março 1960), pp. 49-52; *Documentação (ainda) necessária, em defesa da arquitectura popular*, n°13 (março 1960), pp. 59-62 sendo este um artigo sobre a arquitetura do Porto e ainda um artigo sobre a empresa Knoll, n°17 (julho 1960), pp. 63-66.



fig. 259 SR. n° 1 (março 1959), *A Ira do Senhor*.



fig. 260 Almanaque n° 11 (agosto 1960), *As latitudes da felicidade*

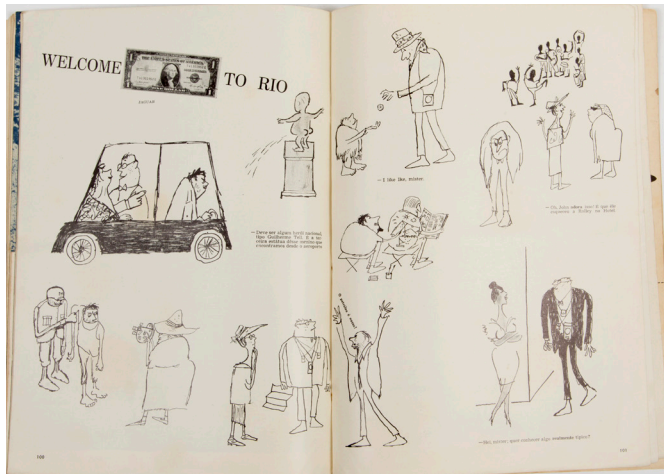


fig. 261 SR. n° 1 (março 1959), *Humor*.



fig. 262 Almanaque n° 1 (outubro 1959), *Anedotas*.



fig. 263 R. n° 1 (março 1959), *Aperitivo*.



fig. 264 Almanaque n° 2 (novembro 1959), *Aperitivo*.



fig. 265 Almanaque n° 3 (dezembro 1959), *Que é o jazz?*



fig. 266 SR n° 7 (setembro 1959), *Meu tio (Jacques Tati) fala pouco.*

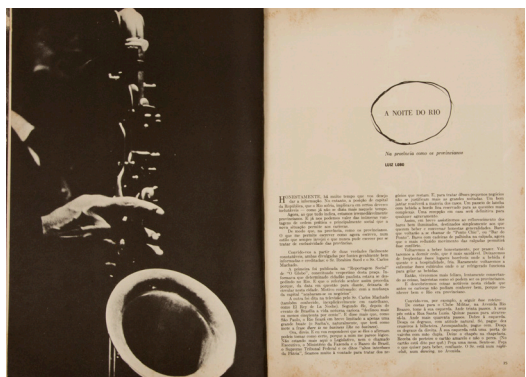


fig. 267 SR n° 17 (julho 1960), *A noite do Rio.*

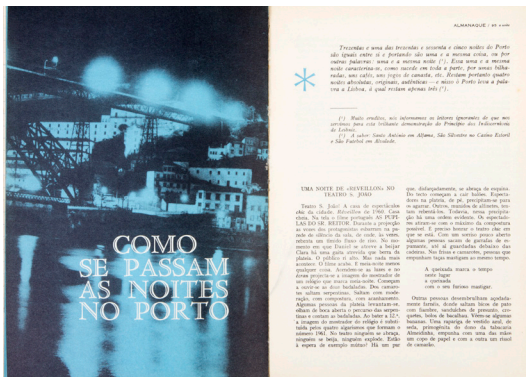


fig. 268 Almanaque n° 18 (maio 1961), *Como se passam as noites no Porto.*

A SR. abre com a seção *SR. & cia*, que apresenta pequenas notas sobre diversos assuntos – livros, filmes ou teatro – esta seção permaneceu até aos seus últimos números, dividindo-se em artigos mais específicos, como *SR. na tecnologia*, *SR. na política* ou *SR. na economia*. Entre artigos, reportagens, ou textos literários, estão também ensaios fotográficos da mulher do mês, designados por *a môça* ou *a ira do senhor*, uma entrada reservada ao humor, designada por *cartoons* ou *humor*, os artigos *elegância*, sobre moda, ou ainda o artigo *aperitivo*. À semelhança da SR., a Almanaque apresenta nos seus números *a mulher do mês* ou *as latitudes da felicidade*, as *anedotas* ou *cartoons*, e o artigo *aperitivo* [fig. 259 a fig. 264]

A revista brasileira apresenta muito mais patrocínios do que a Almanaque, o que lhe possibilitou sobreviver por mais tempo e conseguir uma maior qualidade de materiais e impressão. Aliás, o seu formato muito superior comprova que se tratava de uma publicação com mais fundos. A publicidade presente na revista SR. destaca-se pelo seu tratamento gráfico. Os designers delimitaram um espaço específico destinado aos anúncios no início da revista e no fim designada por *informações* subdividida em nomes mais sugestivos de encontro com o produto publicitado. Muitos dos anúncios eram produzidos pelos próprios designers, o que possibilitava garantir uma maior unidade entre estes e o editorial. Alguns anúncios chegavam mesmo a romper os padrões utilizados na linguagem publicitária confundindo-se com fotonovelas [fig. 269].

O jazz aparece frequentemente retratado na Almanaque, nomeadamente, no n°3 da Almanaque com o artigo *Que é o «jazz»?* [fig. 266], e no n° 15 o artigo *Jazz in Lisbon* que relata uma noite no *Hot Club* [fig. 258]. No cinema, o filme *La Dolce Vita* de Federico Fellini é retratado na SR. no n° 17 e na Almanaque no n° 2 [fig. 270 e fig. 271]. Na SR. surge ainda outro filme icónico, *Meu tio (Jacques Tati) fala pouco* no n°7 [fig. 266].

Os aperitivos e *cocktails* eram um costume muito frequente na época, vindo da cultura francesa, onde a mulher organiza e prepara um jantar na sua casa. Estes artigos marcam presença em praticamente todos os números da SR. e da Almanaque ensinando à esposa do leitor receitas de culinária ou de bebidas, ou então, dicas e sugestões de como receber os convidados em casa. Tudo isto, em prol da imagem social do seu marido.

O artigo *aperitivo* é o único que se dirige diretamente, ou por vezes, indiretamente à esposa do leitor: "A leitora não sabe preparar mais do que dois ou três «hors d'oeuvres» e quando tem alguém a jantar passa pela vergonha de lhe oferecer sempre a mesma coisa." (Almanaque, n° 2, p. 146).

As referências à mulher, tanto na SR. como na Almanaque, transparecem o papel social da mulher na época, que tomava conta do marido e dos filhos e assumia as lides de casa. Com ironia e sarcasmo presente, surgem artigos e referências que representam a mulher nestes papeis.

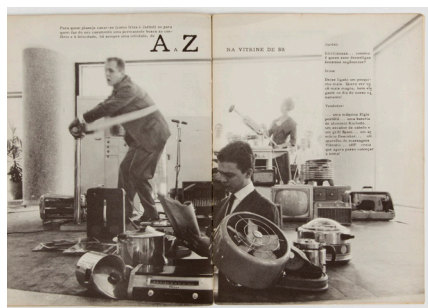
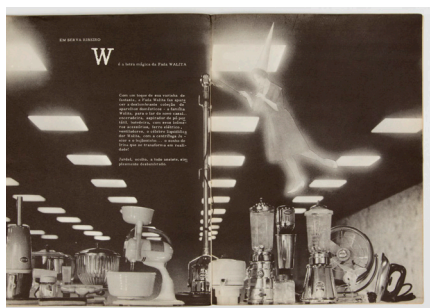
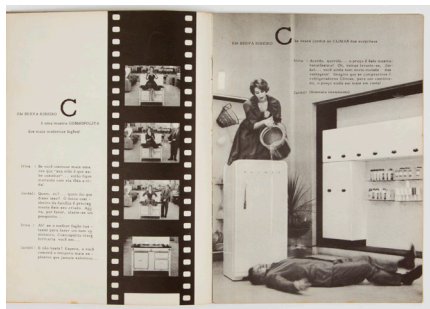
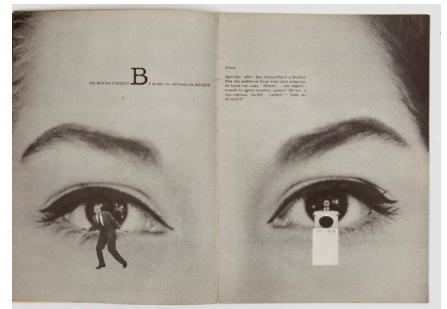
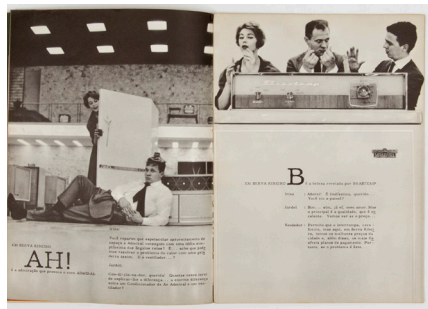
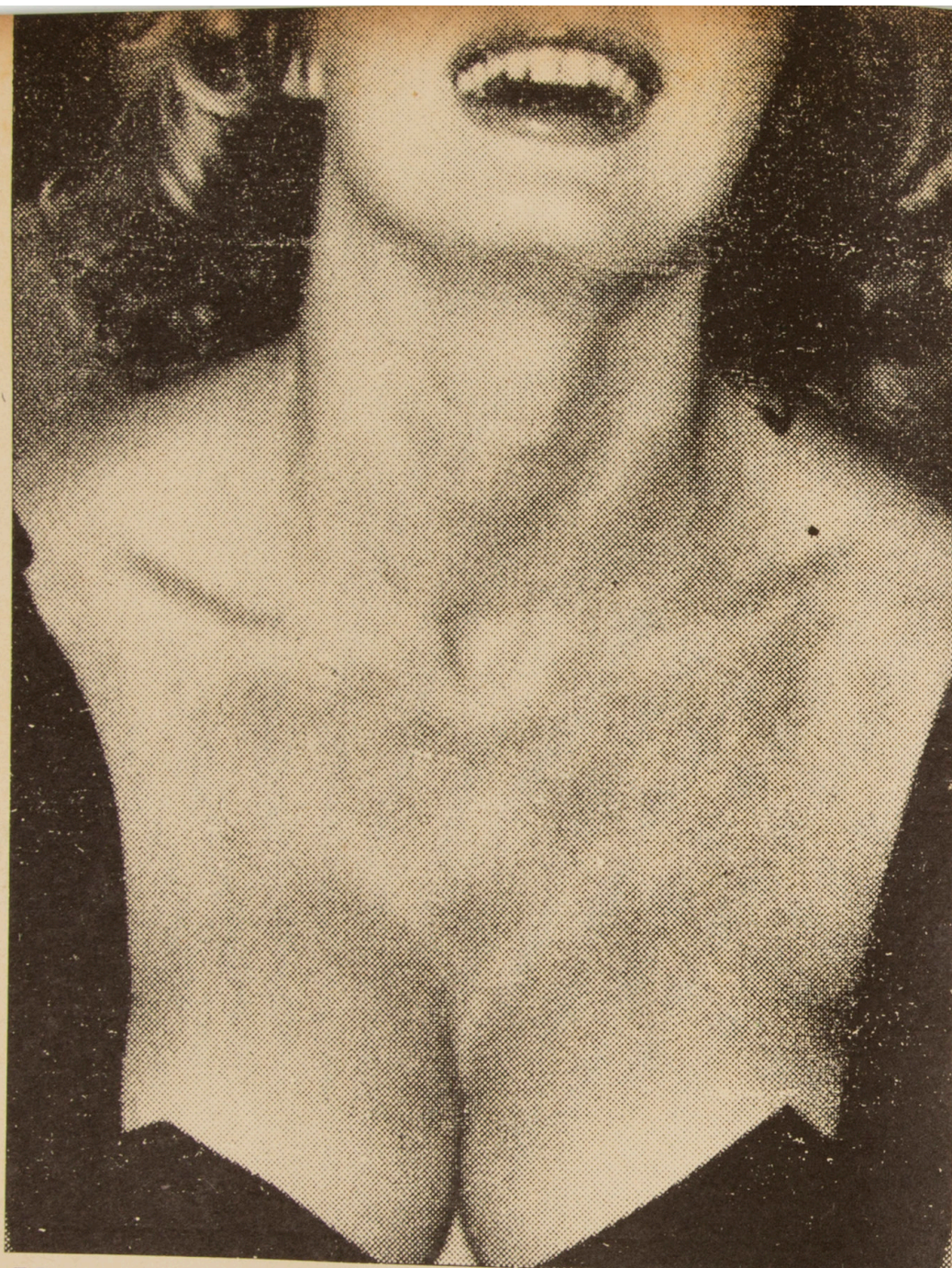


fig. 269 SR. nº 11 (janeiro 1960), *ABC de utilidades domésticas*. Anúncio publicitário criado pela SR. para a empresa SR - Serva Ribeiro, com lojas no Rio de Janeiro e em São Paulo.



"LA DOLCE VITA"

é uma confissão, diz Fellini

RUGGERO JACOBBI

fig. 270 SR. n° 17(julho 1960), *La Dolce Vita*.



la dolce vita
FELLINI SEM GIULIETA MASSINA
OU O CASAMENTO PERFEITO

fig. 271 Almanaque n° 2 (novembro 1959), *La Dolce Vita*.



fig. 272 SR. nº 1 (março 1959), *A Lua conquista a Igreja*.



fig. 273 Almanaque nº 2 (novembro 1959), *A Europa mais perto da lua do que da Austrália*.



fig. 274 Almanaque nº 14 (novembro 1960), *Amor brasileiro*.

Referente à imagem da mulher no quotidiano português podemos ler no artigo *Dos prazeres do homem...*:

Falar dos prazeres dos homens é uma ideia portanto peregrina que só ocorreria aos obtusos redactores do Almanaque. Mas não o fazem por mal ou por inadvertência – apenas por conformismo. Vivemos em Patriarcado – o prazer é para os homens, se vivêssemos em Matriarcado seria o contrário. No fundo todos sabemos que se trata de uma discriminação habilitosa e comodista inventada pelos homens. (Almanaque, nº 15, pp. 10-11).

Aqui, a Almanaque demonstra estar consciente da existência de desigualdades marcadas pela tradição e pelo comodismo.

Para além de cultivarem este estilo de vida citadino esclarecem sobre a cultura do próprio país. Por exemplo, na SR. um artigo sobre a noite do Rio de Janeiro no nº 17 e no nº 18 da Almanaque um sobre a noite no Porto [fig. 267 e fig. 268].

Os números de lançamento de ambas as revistas apresentam como primeiro artigo a exploração espacial que acontecia na época por parte dos russos. No caso da SR., em março de 1959, com o artigo *A Lua Conquista a Igreja*, escrito pelo cónego Jorge O'Grady, que pretende provar que “(...) nenhuma incompatibilidade existe entre a eventual conquista dos astros pelo homem e a revelação cristã.” (SR., nº 1, p.17) e explica a “(...) habitabilidade dos astros e como a encarar perante a fé.” (SR., março 1959, p.18). Apesar das crenças religiosas sobre os avanços científicos explícitas no texto, o artigo é ilustrado com um olho da providência, e por baixo uma figura masculina de chapéu e óculos abrigada num guarda-chuva, como se se tivesse a proteger das afirmações feitas no texto. Esta ilustração, somente assinada por F., reforça a presença da ironia e sátira na atitude da revista [fig. 272].

Na nota de abertura da Almanaque, em outubro de 1959, o foguetão russo que foi à lua é mencionado como o marco da evolução da mentalidade científica em detrimento da mentalidade ligada às superstições. Através desta nota de abertura é facilmente percebida a visão moderna da Almanaque, lendo-se: “Estamos, como homens, orgulhosos disso e esperamos que dele possam vir insuspeitados benefícios.” (Almanaque, nº 1, p.10). No número seguinte, em novembro, a Almanaque apresenta o artigo *A Europa mais perto da Lua do que da Austrália* [fig. 273]. Surge ainda no nº 17 da SR. o artigo *Os americanos no espaço: A lua influi na política dos Estados Unidos*.

A sua proximidade reflete-se não só no projeto gráfico e na similaridade dos conteúdos editoriais com carácter internacional e da própria cultura, assim como, em artigos que informam sobre a atualidade de cada um. Identificamos artigos sobre Portugal, na SR., e sobre o Brasil, na Almanaque. No seu artigo *Brasília, a cidade repensada* (Almanaque, nº 10, pp. 90-92), a

cinematográ-
do mato pró-
o, como casas
rigo para toda
colo, garotas
nos —, tudo de
r doente e pa-
talista vizinho
mico" e bom
preocupação:
e) e ninguém
que está, pois
arte da terra
ira-brava e pé
ue continua...
e, por ser coisa
ira nós, arqui-
respeitável e
"pseudo-Mis-

processo de que
o com madei-
nisa do nosso
a as devidas
piso do ter-
enientemente
se a umidade
ser adotado
onstruções de
que procura



fig. 275 SR. nº 13 (março 1960), *Documentação (ainda) necessária, em defesa da arquitectura popular.*



fig. 276 Almanque n° 10 (julho 1960), *Brasília, a cidade repensada*.

revista portuguesa demonstra estar a par do que se sucede no Brasil. Tece elogios à atitude moderna da cidade de Brasília, por ligar "a vontade à honestidade intelectual" e pelo "homem vivo" construir para o "homem vivo", sem se prender ao passado barroco assumindo o presente. Critica as nossas cidades "suaves", que se fazem notar pelo seu "duvidoso pitoresco" e pelo o que têm de "historicamente ridículo". E termina, "que o novo mundo dos nossos bisnetos seja a Brasília que a nossa falta de coragem nos impede de construir para nós." (Almanaque, nº 10, p. 92) [fig. 276]. Enquanto que a Almanaque glorifica a arquitetura moderna dos brasileiros com a cidade de Brasília e critica a situação portuguesa marcada pelo tradicionalismo do regime político, a SR., no seu artigo *Documentação (ainda) necessária, em defesa da arquitectura popular* (SR., nº 13, pp. 59-62), defende a arquitetura popular com o exemplo da cidade do Porto [fig. 275].

Os redatores da Almanaque mostram ainda a sua admiração por autores brasileiros com o artigo *amor brasileiro* (Almanaque, nº 14, p. 25-28), constituído por uma compilação de poemas de Carlos Drumond de Andrade, Jorge de Lima, Vinicius de Moraes, Manuel Bandeira e Lélia Coelho Frota [fig. 274].

Na música explora a bossa nova – que influenciou o trabalho de Sebastião Rodrigues – no seu artigo crítico *Bossa Nova e outras apropriações indignas*, afirmando que "é um brasileirismo fácil. Quer dizer, no vocabulário do magazine carioca Manchette, aquilo que no vocabulário de L' Express foi apresentado como «nouvelle vague» – geração nova, de «estilo» de vida fora dos padrões tradicionais." (Almanaque, nº 15, p. 102).

A evolução das tecnologias, com as novidades adquiridas a partir do estrangeiro, foi permitindo a simplificação dos processos de trabalho e abrindo possibilidades de exploração gráfica. A SR. e a Almanaque usufruíram de algumas vantagens da tecnologia da época. Aliás, "a revista Almanaque foi nomeada por muitos como uma das publicações periódicas em que apareceram grandes inovações do ponto de vista gráfico e editorial (antes da era da digitalização)" (Fragoso, 2012, p. 289).

Após análise de alguns números das duas revistas⁷¹, concluímos que ambas foram impressas em *offset*, e no caso da Almanaque com as primeiras máquinas que existiram em Portugal.

Apesar de o *offset* nos jornais ter surgido apenas em 1969 com o caso pioneiro do *Diário de Lisboa*, antes desta data já era utilizado *offset* no processo folha a folha. Sobre isso, Eduardo Gageiro esclareceu que a Casa Portuguesa imprimia a revista de forma diferente que os jornais sendo o processo de impressão melhor. A Almanaque era impressa na Casa Portuguesa, com o técnico de impressão Alejandro Corona, e o técnico de composição

⁷¹ Agradecemos à Tipografia Popular e à Gráfica Saúde Sá (respetivamente em Lisboa e no Porto), ao Museu da Imprensa, e à Professora Maria Olinda Martins responsável pela unidade curricular de Tipografia e de Reprografia no Departamento de Comunicação e Arte da UA, a disponibilidade e os esclarecimentos relativamente ao processo de impressão da Almanaque e da SR..



fig. 274 a 276 *Casa Portuguesa*, 1950.

Fotografia de Mário Novais das instalações da Casa Portuguesa

fig. 277



fig. 278



fig. 279

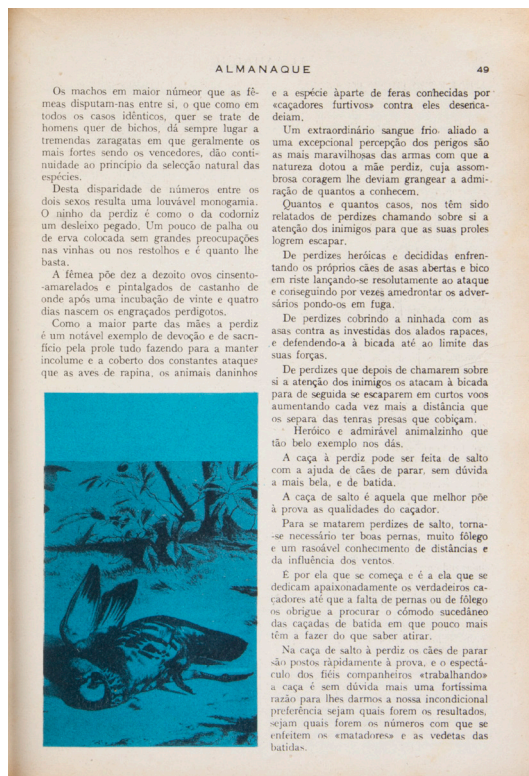


fig. 280 Almanaque n° 1 (outubro 1959).

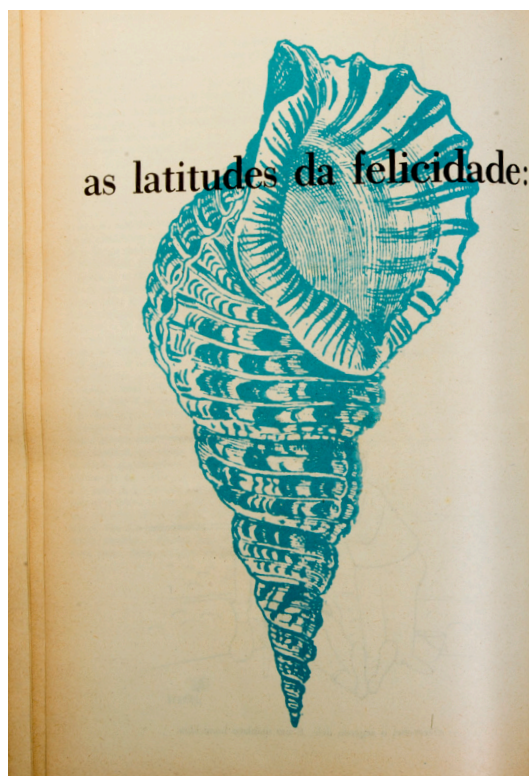


fig. 281 Almanaque n° 9 (junho 1960).

João Miranda [fig. 277 a fig. 279]. Tinha o formato de 170 x 250 mm, o que possibilitava uma impressão mais econômica, e constituía-se em cadernos de dezasseis. Cada caderno podia ter uma cor entre o vermelho, o verde, o azul, o amarelo, ou os deus derivados. O recurso a este método de impressão devia-se essencialmente a um custo reduzido onde no entanto existia possibilidade de conferir dinamismo e variação na publicação. A S.R. impressa nas Artes Gráficas Gomes de Souza S.A., no Rio de Janeiro, apresenta cadernos de quatro – provavelmente devido ao seu formato de dimensões muito superiores de 320x235mm – impressos a uma cor, ou reimpressos três vezes com o amarelo, o vermelho e o azul o que possibilitava as fotografias a cor.

A SR. e a Almanaque eram impressas num papel não revestido, no caso da brasileira com uma gramagem superior, sendo facilmente percebido pela superfície mais texturada. Este papel não possibilita uma qualidade de impressão como o papel revestido. As capas da SR. têm um papel de gramagem superior que o miolo mas não é revestido como acontece com a Almanaque. A encadernação era feita através do processo de colagem, sendo possível identificar em alguns números a inserção de folhas extras num caderno já existente, com diferentes formatos.

A brasileira, sobretudo nos anúncios publicitários, recorre à inserção de folhas com um papel de gramagem superior ou de papel revestido.

A mudança da tipografia para o *offset*, ou seja do sistema de composição a chumbo para os sistemas fotográficos e flexíveis, proporcionou uma melhoria na qualidade da impressão e abriu novas possibilidades de exploração gráfica ao permitir novos formatos e a utilização da cor. No entanto, a limitação ainda existente nos processos de impressão *offset* do final dos anos 1950, exigiu por parte dos designers a capacidade de contornar eventuais erros e atribuir às páginas variedade e vivacidade, que foi conseguida em ambas as publicações.

Na altura em que as revistas foram produzidas, só era possível imprimir uma cor de cada vez, o que explica os desacertos visíveis em algumas páginas onde se recorre à sobreposição de cores. Como a impressão baseava-se em processos fotográficos e a composição do texto não, os textos eram compostos tipograficamente e posteriormente gravados nos fotolitos deixando o respetivo espaço para as imagens. Ao observar os exemplares percebemos que a composição do texto seria feito linha a linha ou por coluna, uma vez que existe espaços diferentes entre as palavras. Por vezes, os espaços deixados para a imagens, não eram totalmente ocupados, devido ao formato inferior das figuras. Para minimizar essa lacuna, o fundo de cor era prolongado para além do espaço ocupado pela figura [fig. 280].

As fotografias eram impressas muitas vezes recorrendo à sobreposição de uma *layer de cor*, onde a imagem em escala de cinzentos era impressa sobre uma zona de cor. Isto é facilmente percebido através da observação direta do objeto gráfico, visto

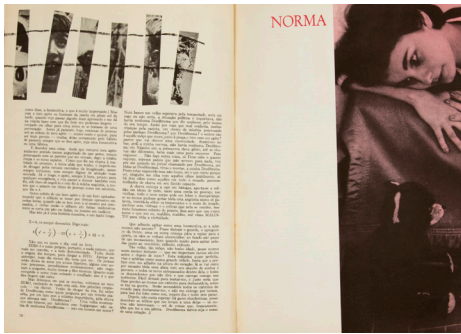


fig. 282



fig. 283

fig. 282 SR. n° 11 (janeiro 1960).

fig. 283 Almanaque n° 5 (fevereiro 1960).



fig. 284

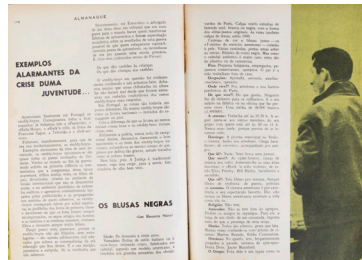


fig. 285

fig. 284 SR. n° 7 (setembro 1959).

fig. 285 Almanaque n° 2 (novembro 1959).

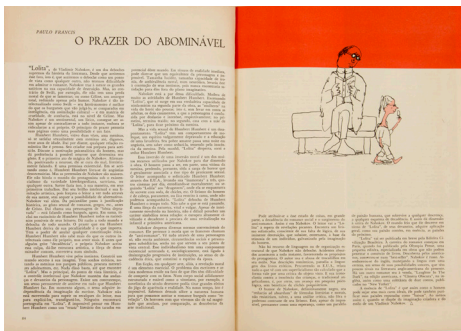


fig. 286

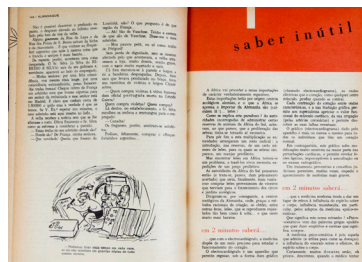


fig. 287

fig. 286 SR. n° 4 (junho 1959).

fig. 287 Almanaque n° 5 (fevereiro 1960).



fig. 288



fig. 289

fig. 288 SR. n° 7 (setembro 1959).

fig. 289 Almanaque n° 3 (dezembro 1959).

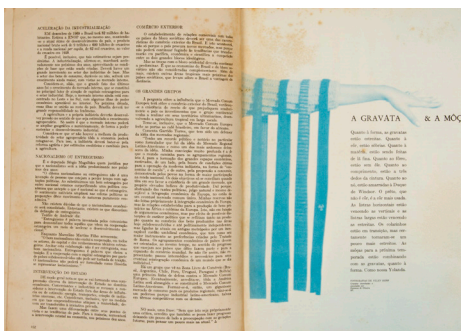


fig. 290



fig. 291

fig. 290 SR. n° 13 (março 1960).

fig. 291 Almanaque n° 1 (outubro 1959).

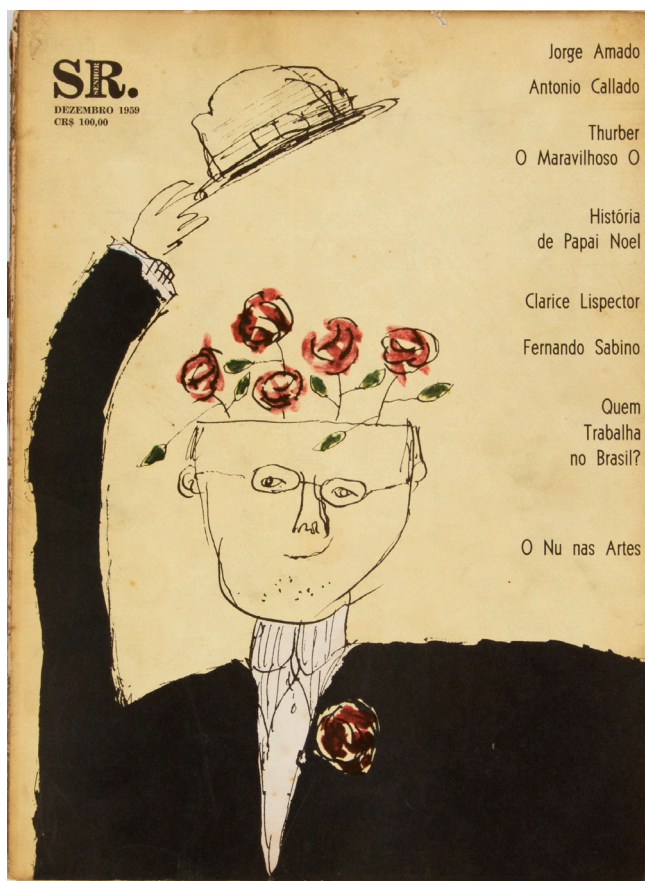


fig. 292 SR. nº 10 (dezembro 1959).

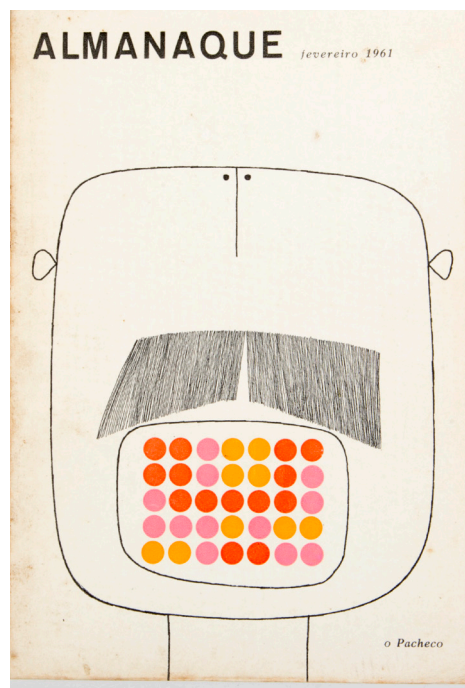


fig. 293 Almanaque nº 16 (fevereiro 1961).



fig. 294 SR. nº 1 (março 1959).



fig. 295 Almanaque nº 1 (outubro 1959).

que através deste método de impressão as partes brancas da imagem adquirem a cor do fundo e as zonas pretas mantêm-se pretas. Surgem também ilustrações e gravuras impressas com uma tinta direta em substituição do original preto mantendo as zonas brancas com a cor do papel [fig. 281].

Ao ver os números da SR. por nós disponibilizados, Gageiro questionou se o design era de Sebastião Rodrigues. A semelhança do tratamento gráfico pareceu-lhe evidente. Inseridas num contexto gráfico idêntico, o da manifestação do Estilo Internacional ligado a propostas mais ecléticas, as composições mais individualizadas remetem-nos ao trabalho de Paul Rand, Bradbury Thompson ou Alvin Lustig. Tal como as propostas deste designers americanos, as revistas recorrem frequentemente às colagens [fig. 288 e fig. 289], à montagem da fotografia a preto e branco com a sobreposição de uma *layer de cor* [fig. 282 a fig. 287], aos fotogramas de filmes [fig. 283] ou a pequenas gravuras [fig. 291], às ilustrações ou *cartoons* com a presença do humor, aos jogos tipográficos [fig. 296 a fig. 299] ou às intervenções caligráficas com uma pincelada larga e expressiva.

A ilustração está presente em quase todas as capas da SR.⁷² selecionadas, sendo exceção o número de aniversário, realizada por Glauco Rodrigues, que celebra o primeiro ano de publicação que conta com uma exploração tipográfica do logotipo.

Predomina a figuração, que quer representa o leitor como um *bon vivant* ou ilustra o seu estilo de vida.

O desenho linear de Jaguar, da capa nº 10, mostra uma figura masculina que representa o leitor, à semelhança do que acontece no nº 16 da Almanaque. Na SR., o homem culto e sensível de gravata que nos cumprimenta levantando o "paletó" e revelando rosas no seu pensamento [fig. 292]. Na Almanaque, a ilustração é assinada pelo *Pacheco*, o homem cosmopolita e crítico [fig. 293].

No reino de Pacheco fala-se sobre literatura e assuntos da atualidade num tom humorístico e sarcástico. A personagem *Pacheco* aparece envolta num mistério que vai sendo desvendado ao longo dos vários números. Marca presença em onze números (nº 1, 6, 7, 8, 9, 11, 13, 14, 16, 17 e 18) sendo o *Reino de Pacheco* explicado no nº 11 como "tão concreto, tão real e tão verdadeiro como o Reino Unido ou o Reino da Dinamarca." (Almanaque, nº 15, p. 137).

O mesmo se sucede com a representação da calçada que foi o tema da capa nº 1 da SR. e da nº 6 da Almanaque, ao qual Bártolo refere: "parece citar a capa criada por Carlos Scliar para o primeiro número da Senhor, com as pedras da calçada a compor uma paisagem gráfica." (Bártolo, 2016)⁷³ [fig. 294 e fig. 295].

Algumas das capas da SR. são mais pictorescas, como é o caso do desenho realizado por Scliar no nº7, que relembra uma pin-

⁷² Ver as capas da SR. em anexo na página

⁷³ Ver Bártolo, J. (2016). Sebastião Rodrigues, designer da alegria e da parcimónia. In Bártolo, J. (Coord.) (2016). *Sebastião Rodrigues* (pp. 34-75). Coleção Designers Portugueses, Vol. 3. Matosinhos: Cardume Editores.

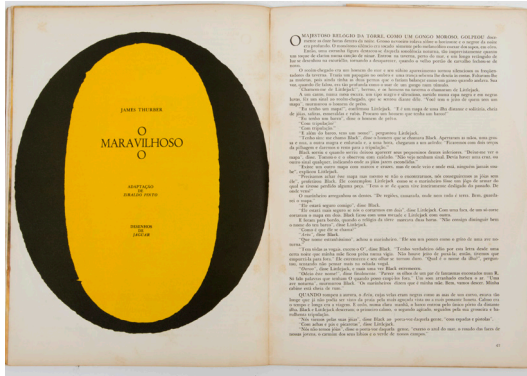


fig. 296 SR. nº 10 (dezembro 1959).

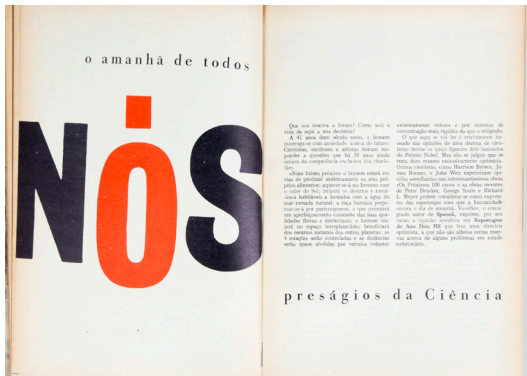


fig. 297 Almanaque nº 5 (fevereiro 1960).

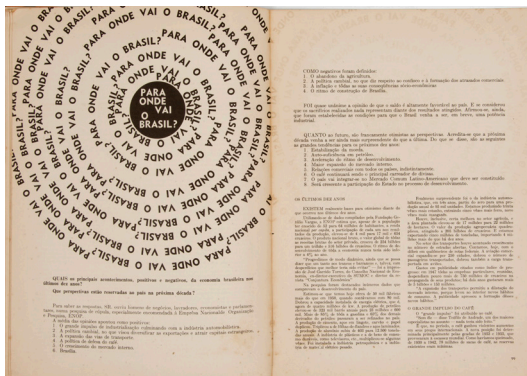


fig. 298 SR. nº 13 (março 1960).

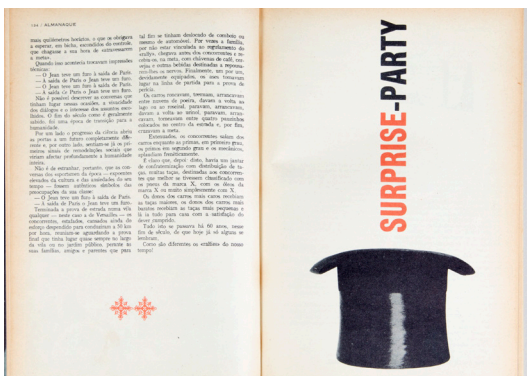


fig. 299 Almanaque nº 5 (fevereiro 1960).

tura. Mostra um homem que olha fixamente a mulher de lábios vermelhos, e apesar da proximidade das faces mostra um olhar distante. Isto deve-se, sobretudo, ao facto de Carlos Scliar se encontrar ligado à arte. E ainda, a representação de Glauco Rodrigues, na capa nº 11, que mostra um sol com uma maior expressividade nas suas cores e no seu traço largo e forte. Glauco Rodrigues, ilustra a capa do nº 4, com uma família apetrechada num pequeno carro como se tivessem de partida para férias. E ainda, a capa nº 13, distinta das propostas anteriores, onde só utiliza tipografia para celebrar o primeiro ano da SR. Já a capa nº 17 realizada por Bea Feitler, distingue-se pela sua simplicidade de elementos gráficos geométricos.

Relativamente à Almanaque todas as capas, exceptuando os últimos dois números da autoria de João Abel Manta, foram realizadas por Sebastião Rodrigues. Representam o ecletismo da revista, que segundo Robin Fior, têm como ponto de partida os signos do zodíaco indo de encontro com os almanaques⁷⁴. No entanto, a representação do zodíaco nas capas, não segue uma sequência, nem é mantida em todos os números. A representação do zodíaco é sobretudo visível com o símbolo do escorpião (nº 2, novembro 1959), o recurso da figura de um cavalo remetendo ao centauro de sagitário (nº 3, dezembro 1959), a ferradura de um cavalo invertida que nos remete aos cornos de capricórnio, no entanto, esta última exige uma procura mais rebuscada (nº 4, janeiro 1960), o peixe num aquário, que se associa diretamente ao signo peixes (nº 5, fevereiro 1960), a representação de um carneiro (nº 7, abril 1960) e de um touro (nº 8, maio 1960), a figura de uma mãe que tem gémeos na sua barriga (nº 9, junho 1960), a ilustração de um leão (nº 11, agosto 1960), e outro exemplo menos direto, o V e o uso dos lábios vermelhos que remete ao signo virgem (nº 12, setembro 1960)⁷⁵.

Quanto à tipografia a Almanaque utiliza na capa somente letra sem serifa, a *Akzidenz Grotesk medium* no título e a *Futura bold* na data (mês e ano), composta em caixa baixa. A escolha destas tipografias demonstra que, Sebastião Rodrigues, se encontrava bem enquadrado no panorama do design gráfico internacional. Uma vez que, o Estilo Internacional tinha, numa fase inicial, como tipografia de eleição a *Akzidenz Grotesk*. Por sua vez, a SR. elege para a sua identidade uma letra serifada, a *Garamond*, assumindo um carácter mais eclético. O texto principal e alguns dos subtítulos da Almanaque utiliza a *Old Face* e os títulos principais a *Akzidenz Grotesk*. Os cabeçalhos e a numeração das página são compostos em *Copperplate Gothic*.

⁷⁴ Nas palavras de Robin Fior: "As an almanac, the iconography of the covers takes as its point of departure the signs of the zodiac although the sequence is not consistently maintained, nor are the references equally obvious." (Fior, R., 2005, p.206).

⁷⁵ Ver as capas da Almanaque em anexo na página

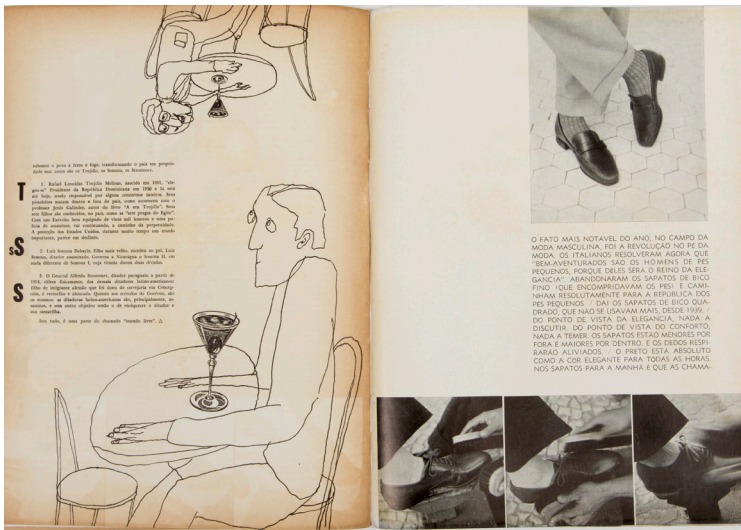


fig. 300 SR. nº 7 (setembro 1959).

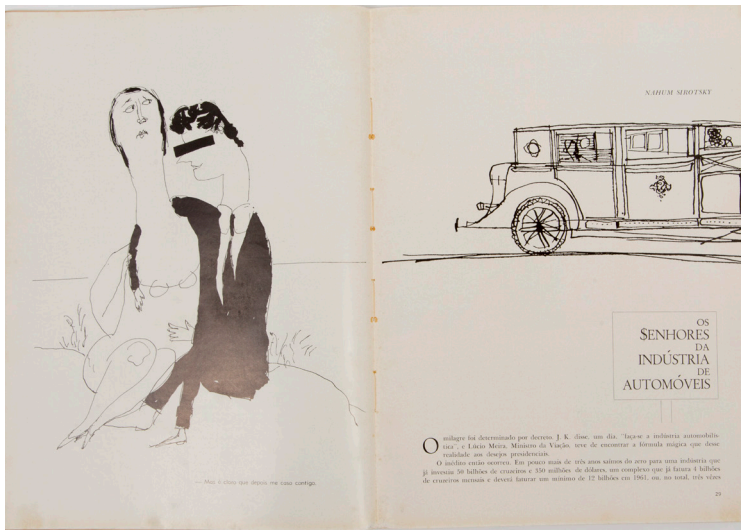


fig. 302 SR. nº 4 (junho 1959).

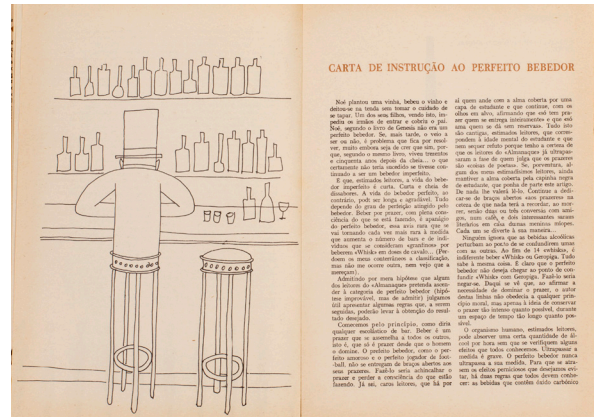


fig. 301 Almanaque nº 15 (dezembro 1960 e janeiro 1960).

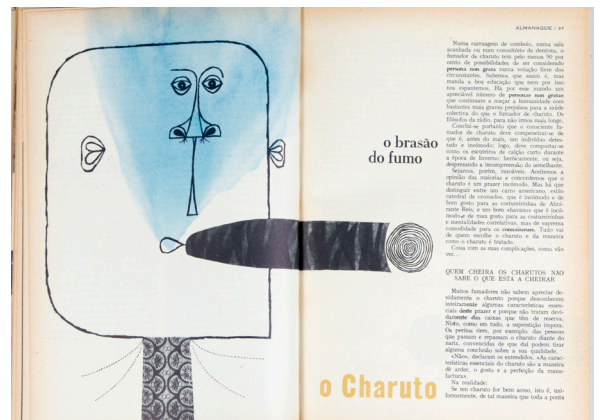


fig. 303 Almanaque nº 5 (fevereiro 1960).

A sensibilidade para a ilustração e o humor sutil das propostas de Sebastião Rodrigues, João Abel Manta, Guilherme Casquilho, Luís Filipe de Abreu, Pilo da Silva ou Câmara Leme para a *Almanaque* e, de Scliar, Glauco Rodrigues, Jaguar ou Bea Feitler para a *SR.*, suscitaram ilustrações, *cartoons* e figuras, com uma linha solta e expressiva, que se encontram profundamente estruturadas com o texto.

Nas duplas páginas, contrariamente ao que acontece com a maioria das capas, o que vemos não são imagens autónomas transplantadas para o interior de uma revista, mas sim, desenhos que estruturam as páginas. Estas ilustrações, aparecem para além dos artigos definidos, como os *cartoons*, ao longo da revista entre colunas de textos e margens, suavizando o discurso dos assuntos mais pesados retratados no texto [fig. 300 a fig. 303]. Ou até mesmo, contrariando o próprio texto, como é o caso do artigo já mencionado anteriormente, *A Lua Conquista a Igreja*, no primeiro número da revista.

A heterogeneidade comanda, aparecendo soluções gráficas marcadas pela experimentação. Por exemplo, a tipografia como imagem, onde a letra é tratada como uma figura. Estes jogos tipográficos são recorrentes, onde a letra surge ampliada, distorcida ou rodada [fig. 296 a fig. 299].

A prevalência da ilustração, sobretudo na *SR.*, não implica a ausência da fotografia. A fotografia serve como matéria prima do designer que a manipula em laboratório e a transforma quase como uma fotogravura ou com a sobreposição de uma *layer de cor*. Na *Almanaque*, a fotografia apresenta-se maioritariamente a preto e branco, já a *SR.* recorre frequentemente à fotografia a cores.

A fotografia e a ilustração eram os meios expressivos eleitos, uma vez que a utilização de gravuras e ilustrações era, na época, limitada, no entanto, existiam várias formas de contornar essa limitação. Segundo Robin Fior, visto que o uso de gravuras antigas estava livre de *copyright* estas eram recorrentes. Quanto ao uso de fotografias, Eduardo Gageiro, fotógrafo colaborador da *Almanaque*, ao ser questionado sobre como existia o acesso a fotografias internacionais, esclarece que muitas vezes eram retiradas de outras revistas, ou através da sua compra em agências próprias em Lisboa que vendiam essas fotografias.

Ambas utilizam a produção gráfica como um recurso expressivo explorando de que forma os elementos gráficos podem ser conjugados com os textos e criar narrativas visuais descontraídas.

Os seus conteúdos editoriais, demonstraram como se encontravam a par da atualidade e assumiram um papel essencial na disseminação desse conhecimento. Através das suas propostas gráficas revelaram a *joie de vivre* que transparecia na cultura e no dia-a-dia da cidade.

**"Senhor é paixão. É co
soube amar e ser am
e se entregar... vira i
O grupo que me aco
soube transformar a i
idade que foi a revista**

(Nahum Sirotsky, 2003)

**Como uma amante que
morta, soube receber
inesquecível na vida.
Companhou na criação
idéia original na real-
a."**





Conclusão

Esta investigação intitulada por *Senhor e Almanaque: Duas revistas em diálogo gráfico entre Brasil e Portugal nos anos 1950 e 1960*, teve como propósito sustentar a proximidade editorial e gráfica entre a revista brasileira SR. (1959-1964) e a portuguesa Almanaque (1959-1961), inseridas no período modernista do pós-guerra. A Almanaque é por vezes só conhecida através das capas e não considerando a relação que estas estabelecem com as páginas, ou a atualidade internacional, nacional e o valor desses conteúdos editoriais para a época. Contribuímos assim para a divulgação do design de comunicação português, particularmente a relação entre a SR. e a Almanaque, fomentando uma análise que articulou o projeto gráfico com os conteúdos e o contexto sociocultural das revistas.

Numa primeira fase, efetuamos uma análise do design e do contexto sociocultural das décadas de 1950 e 1960, com particular foco na Europa, Estados Unidos da América e Escandinávia, para a compreensão do contexto internacional em que as revistas foram produzidas. Abordamos a consolidação do Estilo Internacional no Movimento Moderno e sublinhamos a existência de um estilo de vida, que designamos por *joie de vivre*, que se manifestou no contexto do design modernista. Baseava-se numa atitude moderna e urbana com valores característicos do Estilo Internacional, nomeadamente, um interesse pela atualidade internacional e do próprio país, pela literatura, arte, cinema, e pela música com incidência no jazz.

Compreendemos a manifestação de duas vertentes, uma ligada à racionalidade do design corporativo americano e do design suíço, e outra com características da herança escandinava onde se reenquadrou as normas rígidas a uma organicidade e fluidez. O desenvolvimento de uma nova dinâmica de produção, distribuição e consumo, fruto da época do período de prosperidade económica do pós-guerra, solicitou ao designer a conceção de um estilo universal e adequado à imagem corporativa. A proposta estética característica do mundo empresarial foi construída com formas simples e geométricas, alinhadas sobre a grelha, letra sem serifa e ausência de ornamento ou subjetividades. As propostas mais ecléticas usaram gravuras ou ilustração antiga, tipos móveis de madeira, tipografia caligráfica e decorativa, *letterforms* com manipulação fotográfica, diversas *layers de cor*, formas biomórficas, ou a pincelada larga cuja influência provinha da pintura abstrata.

Sublinha-se a presença do humor subtil em ilustrações mais individuais como as de Paul Rand, Bradbury Thompson ou Alvin Lustig. Tal como as propostas destes designers americano, o trabalho de Sebastião Rodrigues para a Almanaque e de Carlos Scliar, Glauco Rodrigues e de Jaguar para a SR. revelaram essa *joie de vivre* que transparecia na cultura e no dia-a-dia da cidade.

Necessária à compreensão do projeto gráfico e editorial das revistas e compreendendo a época a nível sociocultural e os conceitos subjacentes ao design dos anos 1950 e 1960, partimos para a contextualização do design realizado no Brasil e em Portugal, tendo em consideração os seus contextos socioculturais.

Devido às conjunturas políticas semelhantes, Brasil e Portugal mantiveram-se distantes do capitalismo que se manifestava de uma forma global, afastando-se das discussões relativas à área do design, da arquitetura e das artes da época. No entanto, assiste-se em ambos os países a uma vontade de aproximação internacional, refletida nas iniciativas e obras de designers que realizavam projeto como artistas gráficos, artistas decoradores ou arquitetos de exposições.

Em ambos os países a profissão de designer durante os anos de 1950 encontrava-se ainda numa fase de afirmação através de projetos multidisciplinares. Durante os anos de 1960 assiste-se gradualmente à consolidação do design com a primeira geração de designers, alguns com formação, outros essencialmente ligados à arte. Este facto justificou a exploração gráfica marcada pela diversidade, heterogeneidade e ecletismo que verificamos na *SR*. e na *Almanaque*, uma vez que tanto Carlos Scliar como Sebastião Rodrigues eram artistas.

Como aconteceu a nível internacional, as empresas demonstram um interesse crescente pelo design investindo na sua identidade e contribuindo para o estabelecimento da profissão. No caso brasileiro existe um maior reconhecimento com a presença de inúmeras empresas privadas e públicas a contratarem designers para reforçar a sua comunicação. As propostas estéticas foram de encontro com o design corporativo dos EUA, as formas depuradas e geométricas replicam-se atribuindo os mais diversos significados às marcas.

Paralelamente manifestou-se, tanto no Brasil como em Portugal, um interesse pelo vernacular fruto da influência das propostas dos designers americanos e da cultura escandinava. A cultura no nosso país era sobretudo francófona, ao qual se juntava um gosto pelo jazz vindo da América, a sua proximidade às colónias, o Brasil e a África, e um interesse pela tradição popular portuguesa. No entanto, no final de 1950 e durante a década de 1960, existe uma procura do pensamento das escolas escandinavas e assiste-se a um crescente interesse pela literatura inglesa, abandonando assim as publicações de arte associadas à língua francesa que nos eram de mais fácil entendimento. Essa influência é identificada nos ambientes domésticos portugueses criados pela marca Olaio e pela louça da SECLA. As capas de livros assumem-se como o suporte gráfico de eleição transparecendo as linguagens gráficas que se estabeleceram em Portugal. Destacamos o designer português Victor Palla, que contribuiu para a disseminação de uma linguagem eclética que relembra as propostas americanas. Sebastião Rodrigues, orientador grá-

fico da *Almanaque*, assume a influência que este e Alvin Lustig tiveram no seu trabalho, justificando o ecletismo presente na revista.

A *Almanaque* e a *SR*. desenvolvem-se neste contexto de pós-guerra, onde se assistiu à transformação dos valores e das formas característicos do design modernista europeu, devido à consolidação do Estilo Internacional, transparecendo o estilo de vida da época, nas suas páginas com os seus conteúdos editoriais e gráficos.

Apresentamos as revistas através do seu primeiro número, sendo possível perceber o tom de escrita e a dinâmica gráfica. Ambas se dirigiam ao homem de meia idade, culto, cosmopolita, crítico e interessado na atualidade internacional e nacional fazendo uso do humor para a criação dos seus conteúdos editoriais e gráficos. Marcadas por um tom intimista e irreverente, comunicavam um modo de vida esclarecido e descontraído que designámos por *joie de vivre*.

Sustentamos a comparação das revistas a partir do facto de Cardoso Pires ter colaborado com a *SR*. em 1960, e do fotógrafo brasileiro Armando Rosário ter colaborado com a *Almanaque* a partir do nº 15 e até ao último número de 1961.

A afinidade entre as revistas foi justificada considerando a reformulação da *Almanaque* proposta por Cardoso Pires, em 1961, quando regressa do Brasil. Essa reformulação foi visível sobretudo a nível dos conteúdos editoriais onde existiu alterações nas designações dos artigos à semelhança da *SR*.. Também a narrativa visual da revista aproxima-se à brasileira. As ilustrações vão surgindo misturando-se entre colunas de texto e margens, possibilitando pequenas paragens.

Analizamos os seus conteúdos editoriais, destacando a sua atitude moderna e descontraída. A sua vertente urbana, literária, atenta ao cinema, à arte e sobretudo ao jazz, assumiu o papel de esclarecer os seus leitores sobre a atualidade internacional e do próprio país, assim como, sobre formas de ser e estar. O jazz aparece frequentemente retratado na *Almanaque*, nomeadamente, no nº3 da *Almanaque* com o artigo *Que é o «jazz»?*, e no nº 15 o artigo *Jazz in Lisbon* que relata uma noite no *Hot Club*. Relativamente ao cinema entre os vários filmes retratados destaca-se na *SR*. o artigo *Meu tio (Jacques Tati) fala pouco* no nº7. Identificamos uma proximidade nos seus conteúdos, onde por vezes, surgem artigos sobre o mesmo assunto. No cinema sobre o filme *La Dolce Vita* de Federico Fellini no nº 17 da *SR*. e no nº 2 da *Almanaque*. Retratam a vida e a cultura do seu país, por exemplo na *SR*. com um artigo sobre a *noite do Rio* de Janeiro no nº 17 e no nº 18 da *Almanaque* um sobre *como se passam as noites no Porto*.

Os números de lançamento de ambas as revistas apresentam como primeiro artigo a exploração espacial que acontecia na época por parte dos russos. No caso da *SR*., em março de 1959, com o artigo *A Lua Conquista a Igreja* e na nota de abertura da

Almanaque, em outubro de 1959, o foguetão russo que foi à lua é mencionado como o marco da evolução da mentalidade científica em detrimento da mentalidade ligada às superstições. No número seguinte, em novembro, a Almanaque apresenta o artigo *A Europa mais perto da Lua do que da Austrália*.

A sua proximidade reflete-se não só no projeto gráfico e na similaridade dos conteúdos editoriais com carácter internacional e da própria cultura, assim como, em artigos que informam sobre a atualidade de cada um. Identificamos artigos sobre Portugal, na SR., e sobre o Brasil, na Almanaque. No seu artigo *Brasília, a cidade repensada* (Almanaque, nº 10, pp. 90-92), a revista portuguesa demonstra estar a par do que se sucede no Brasil. Tece elogios à atitude moderna da cidade de Brasília enquanto que critica os revivalismos portugueses. Já a SR., no nº 13 no seu artigo *Documentação (ainda) necessária, em defesa da arquitectura popular*, defende a arquitetura popular com o exemplo da cidade do Porto .

Os redatores da Almanaque mostram ainda a sua admiração por autores brasileiros com o artigo *amor brasileiro* no nº 14 constituído por uma compilação de poemas de autores brasileiros.

Concluimos que a proximidade que se verificou do projeto gráfico de Carlos Scliar na SR. e de Sebastião Rodrigues na Almanaque, foi resultado da amizade de Cardoso Pires com ambos os diretores de arte. Através do confronto de duplas páginas das revistas (exemplares compreendidos entre 1959-1961) e da análise dos seus conteúdos editoriais demonstrámos o seu foco literário, cultural e moderno.

O layout das duas usou a ilustração e o humor, a fotografia a preto e branco associada ao ritmo inspirado na improvisação do jazz, bem como composições com diversas *layers de cor*, elementos gráficos históricos e contemporâneos que comunicavam um modo de vida esclarecido e descontraído que designámos por *joie de vivre*.





O Búfalo
CLARICE LISPECTOR

Bibliografia

Armstrong, H. (2009). *Graphic design theory: Readings from the field*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Barr, A. H., Jr., Hitchcock, H.-R., Jr., Johnson, P. & Mumford, L. (2011). *Modern Architects*. Lisboa: Athena.

Benjamin, W. (1934). O autor como produtor In Barrento, J. (Eds.) (2006). *A modernidade: Obras escolhidas de Walter Benjamin* (pp.271-293). Lisboa: Assírio & Alvim.

Brandão, J. (2001) “Design é um Só”, In João Paulo Martins (Org.), *Daciano da Costa Designer* (p.32), Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Bártolo, J. (2011). Almanaque. *Phi Arte & Design*, 1, (pp. 46-53).

Bártolo, J. (2015) *Coleção Design Português*. Vila do Conde: Verso da História.

Bártolo, J. (2016). *Daciano da Costa*. Coleção Designers Portugueses. Matosinhos: Cardume Editores.

Bártolo, J. (2016). Sebastião Rodrigues, designer da alegria e da parcimónia. In Bártolo, J. (Coord.) (2016). *Sebastião Rodrigues* (pp. 34-75). Coleção Designers Portugueses, Vol. 3. Matosinhos: Cardume Editores.

Cabral, M. da C. & Silva, M. do C. M. da (Coords.) (1995). *Sebastião Rodrigues, Designer*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Ceia, A. J. (Coord.) (2014) *José Brandão, Designer, Cultura e Prática do design gráfico*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Crowley, D. & Pavitt, J. (Eds.) (2012). 1/ Introduction. In *Cold War Modern: Design 1945-1970* (pp. 9-25). London: V&A Publishing.

Drucker, J. & McVarish, E. (2009). 12. Corporate Identities and International Style 1950s-1970s. In *Graphic Design History: a critical guide* (pp. 258-279). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Duarte, J. (2000). *Histórias de Jazz*. Linda-a-Velha: Abril/ Controljornal/ Edipresse.

Eskilson, S. J. (2007) *Graphic Design: A New History*. Londres: Laurence King Publishing.

Fior, R. (2005). *Sebastião Rodrigues and the development of modern graphic design in Portugal*. Thesis (PhD.). University of Reading, Reading.

Fragoso, M. (2012). Capítulo 10. Análise das Entrevistas. In *Design Gráfico em Portugal: Formas e expressões da cultura visual do século XX* (pp. 277-290). Lisboa: Livros Horizonte.

Greenhalgh, P. (Ed.) (1997). Introduction. In *Modernism in Design* (pp.1-24). London: Reaktion Books.

Heller, S., & Ballance, G. (2001). *Graphic design history*. Nova Iorque: Allworth Press.

Hollis, R. (1994). *Graphic design: A concise history*. Nova Iorque: Thames and Hudson.

Kalman, T. (1998). Good History/Bad History In Hall, P. e Beirut, M. (eds.) *Tibor Kalman: Perverse Optimist* (p.80). Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

Laurabee, E., Vignelli, M. (1990). *Knoll Design*. Nova Iorque: Harry N. Abram

Loos, A. (2004). *Ornamento e Crime* (pp.223-234). Lisboa: Cotovia.

Lupton, E. (1998). The Designer as Producer In Heller, S. (ed.) (1998). In *The Education of a Graphic Designer* (pp. 159-1962). Nova Iorque: Allworth Press.

Mello, T. de, Azevedo, F. de, Palla, V., Freitas, L. de, Clérigo, O. & Rodrigues, S. (1989). *Falando do Ofício*. Lisboa: Sociedade Tipográfica.

Melo, C. H. de & Ramos, E. (2011). *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify.

Melo, C. H. de (Org.) (2006). Design de revistas: Senhor está para a ilustração assim como Realidade está para a fotografia. In *O design gráfico brasileiro: anos 60* (pp. 98-187). São Paulo: Cosac Naify.

Muller, L. (Ed.) (2015). *Josef Müller-Brockmann: Pioneer of Swiss Graphic Design*. Zurique: Verlag Lars Müller.

Naylor, G. (1990). Swedish Grace... or the Acceptable Face of Modernism? In Greenhalgh, P. (ed.) (1997). *Modernism in Design* (pp. 164-183). Londres: Reaktion Books.

Pedrosa, I. (1999). *José Cardoso Pires Fotobiografia*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Pettit, E., Ballance, G. (1999). *Paul Rand* (p.147). Londres: Phaidon Press Limited

Purcell, W. K. (2006). *Josef Müller-Brockmann*. Londres: Phaidon.

Silva, António Sena da (2001) Modos de Aprender, In Martins, J. P. (org.)(2001), *Daciano da Costa Designer* (p.15). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Stolarski, A. (2005). *Alexandre Wöllner e a formação do design moderno no Brasil: Depoimentos sobre o design visual brasileiro*. São Paulo: Cosac Naify.

Tostões, A. (2000) Anos 50. Desenho contemporâneo e obra global: arquitectura e design nos anos 50, In *O tempo do Design*, Anuário do Centro Português de Design, (p.58-63). Lisboa: Centro Português de Design.

Triggs, T. (1992). Designing Graphic Design History In Bondt, S. & Smet, C. (eds.) (2012). *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011) (pp. 256-271). London: Occasional Papers.

Wainwright, C. (1990). The Legacy of the Nineteenth Century. In Greenhalgh, P. (ed.) (1997). *Modernism in Design* (pp.25-39). London: Reaktion Books.

Wilkins, B. (1992). Why is design history so obsessed by appearance? In Bondt, S. & Smet, C. (Eds.) (2012). *Graphic Design: History in the Writing* (1983-2011)(pp. 68-71). London: Occasional Papers.

Índice de figuras

- 30 **fig. 1** <http://www.knoll.com/nkdc/images/inspiration/Aline-Eero-Pedestal-Table-1060.jpg>
- 36 **fig. 2** <http://anotherimg.dazedgroup.netdna-cdn.com/2000/azure/another-prod/370/0/370710.jpg>
- 38 **fig. 3** <http://www.wright-house.com/frank-lloyd-wright/fallingwater-pictures/>
- 40 **fig. 4** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM0ODE1NyJdLFsicCIImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDlwM-DB4MjAwMFx1MDAzZSJdXQ.jpg?sha=5a6e7cfa1c4b5f94
- 42 **fig. 5** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM0ODE1NyJdLFsicCIImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDlwM-DB4MjAwMFx1MDAzZSJdXQ.jpg?sha=5a6e7cfa1c4b5f94
- 44 **fig. 6** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjE2MTM2NCJdLFsicCI-sImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=7848cb131276afaf>
- 44 **fig. 7** https://protein-cms-prod.s3.amazonaws.com/grafik/788/large_hero_muel-ler-brockmann_marcuskraft_musi-ca_viva_1959_2.jpg
- 45 **fig. 8** <http://www.designishistory.com/images/brockmann/beethoven.jpg>
- 45 **fig. 9** https://protein-cms-prod.s3.amazonaws.com/grafik/788/large_hero_muel-ler-brockmann_marcuskraft_musi-ca_viva_1959_1.jpg
- 46 **fig. 10** <http://www.historygraphicdesign.com/the-age-of-information/the-international-typographic-style/258-josef-mu-ller-brockmann>
- 47 **fig. 11** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjIxMTcxNCJdLFsicCI-sImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=13a09c8eccc54871>
- 47 **fig. 12** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjc4NjciXSxbInAiLCJjb-252ZXJ0IiwilXJlc2l6ZSA1MTJ4N-TEyXHUwMDNIll1d.jpg?sha=-f51b8ef1bd85598b>
- 48 **fig. 13** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjEwNjIxIj0sWyJwIiwilY29udmVydCIsl1lYzXNpemUg-NTEyeDUxMlx1MDAzZSJdXQ.jpg?sha=87a5e2d13dcf1630>
- 48 **fig. 14** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjU1NDYiXSxbInAiLCJjb-252ZXJ0IiwilXJlc2l6ZSA1MTJ4N-TEyXHUwMDNIll1d.jpg?sha=-74dfc1232ea82aeb>
- 49 **fig. 15** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjg2MzQiXSxbInAiLCJjb-252ZXJ0IiwilXJlc2l6ZSA1MTJ4N-TEyXHUwMDNIll1d.jpg?sha=988d-993192dbbfa4>
- 49 **fig. 16** <https://www.emuseum.ch/internal/media/dispatcher/79666/preview>
- 49 **fig. 17** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjc3MDMiXSxbInAiLCJjb-252ZXJ0IiwilXJlc2l6ZSA1MTJ4N-TEyXHUwMDNIll1d.jpg?sha=-c8eba324a4e42ac4>
- 49 **fig. 18** <https://www.emuseum.ch/internal/media/dispatcher/31955/preview>

- 49 **fig. 19** http://www.designishistory.com/files/gimgs/49_swiss04.jpg
- 49 **fig. 20** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=bb7c06bb68cbe2c9>
- 50 **fig. 21** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=e197ebc90a447656>
- 50 **fig. 22** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=d486c78807d023e2>
- 51 **fig. 23** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=44abf85b216142b9>
- 51 **fig. 24** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=9a764dea53617da6>
- 51 **fig. 25** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=132a589ebd56d732>
- 51 **fig. 26** <http://www.historygraphicdesign.com/the-age-of-information/the-international-typographic-style/803-armin-hofmann>
- 52 **fig. 27** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjYwNDY4MCJdLFsicCI-sImNvbnZlcnQiLCItcmVzaXplI-DUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=7a719b01297e34e7>
- 53 **fig. 28** http://www.designishistory.com/files/gimgs/49_swiss01.jpg
- 53 **fig. 29** http://wwwcdn.printmag.com/wp-content/uploads/TM1961_n1_01-600x450.jpg
- 54 **fig. 30** http://www.thisisdisplay.org/collection/neue_grafik_magazine_issue_1/
- 54 **fig. 31** <http://www.historygraphicdesign.com/the-age-of-information/the-international-typographic-style/255-emil-ruder>
- 54 **fig. 32** http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/logo_abc_large.jpg
- 55 **fig. 33** Coleção privada de José Bártolo.
- 55 **fig. 34** https://theredlist.com/media/database/graphisme/History/logos_partie_1/paul_rand_2/016_paul_rand_2_there-dlist.png
- 55 **fig. 35** <https://www.abadiadigital.com/wp-content/uploads/2014/11/ibm-1956-1972.jpg>
- 55 **fig. 36** <https://www.abadiadigital.com/wp-content/uploads/2014/11/ibm-1956-1972.jpg>
- 55 **fig. 37** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/ads/>
- 55 **fig. 38** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/ads/>
- 56 **fig. 39** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/ads/>
- 56 **fig. 40** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/ads/>
- 57 **fig. 41** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/ads/>
- 58 **fig. 42** <http://www.codex99.com/design/great-ideas.html>
- 58 **fig. 43** <http://www.codex99.com/design/great-ideas.html>
- 58 **fig. 44** <http://www.codex99.com/design/great-ideas.html>
- 58 **fig. 45** <http://www.codex99.com/design/great-ideas.html>
- 59 **fig. 46** <http://www.codex99.com/design/great-ideas.html>
- 60 **fig. 47** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/>
- 60 **fig. 48** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/>
- 61 **fig. 49** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/>
- 61 **fig. 50** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/>
- 61 **fig. 51** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/>
- 61 **fig. 52** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/identity/>
- 62 **fig. 53** <https://www.pinterest.pt/knolldesign/>
- 62 **fig. 54** <https://www.pinterest.pt/knolldesign/>
- 63 **fig. 55** https://www.aiga.org/globalassets/migrated-images/uploadedimages/aiga/content/inspiration/aiga_medalist/md_goldenw_cbseye_640.jpg

- 63 **fig. 56** Coleção privada de José Bártolo.
- 63 **fig. 57** <https://i.pinimg.com/564x/da/ea/9e/daea9e62ea1a77fb0a029e02367b4f0c.jpg>
- 63 **fig. 58** <http://www.design-is-fine.org/post/150044843104/>
- 64 **fig. 59** <http://swedishdesign.org/PageFiles/624/Stockholm%20Exhibition.jpg>
- 65 **fig. 60** http://78.media.tumblr.com/5e6ec7b-ca3c0888811cc6c047ee0973e/tumblr_muklkjuwaG1rpgpe2o2_r1_1280.jpg
- 65 **fig. 61** <http://www.design-is-fine.org/post/105866725344/>
- 65 **fig. 62** http://78.media.tumblr.com/60f-59d6240bdca429f1d00389e-3dec74/tumblr_n37uhyqAXa1rpgpe2o1_1280.jpg
- 65 **fig. 63** https://belovedlinens.net/pic/designers/Maiija_Isola_Unikko_poppy1965.jpg
- 65 **fig. 64** http://3.bp.blogspot.com/_5AO-vZRiTM4/S9XvNnvBRGI/AAAAAAAAACW0/UvYf0Tk0yy4/s400/sven+markelius+1958+1.jpg
- 66 **fig. 65** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM0OTQyMSJdLFsicCIsImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDlwM-DB4MjAwMFx1MDAzZSJdXQ.jpg?sha=b1097a09e86f6610
- 66 **fig. 66** http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/thoughts_large.jpg
- 66 **fig. 67** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM3MjIwNSJdLFsicCIsImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDlwM-DB4MjAwMFx1MDAzZSJdXQ.jpg?sha=21869a9df840f41a
- 67 **fig. 68** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM1OTAYMSJdLFsicCIsImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDlwM-DB4MjAwMFx1MDAzZSJdXQ.jpg?sha=3bfaec917dea865a
- 67 **fig. 69** http://78.media.tumblr.com/3052e-0db72276b544e69d84a507f319e/tumblr_n5b2uzDx8Y1rpgpe2o2_r1_540.jpg
- 68 **fig. 70** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM1ODk5MSJdLFsicCIsImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDU-wMHg1MDBcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=8f113edc4b9b203d
- 70 **fig. 71** https://www.moma.org/d/c/installation_images/W1siZiIsI-jM1ODk5MSJdLFsicCIsImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDU-wMHg1MDBcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=8f113edc4b9b203d
- 72 **fig. 72** https://www.ernst-scheidegger-archiv.org/img/details/bill_18.jpg
- 72 **fig. 73** <https://www.moma.org/media/W1siZiIsIjQyNDg0NSJdLFsicCIsImNvb-nZlcnQiLCItcmVzaXplIDUxMng1MTJcdTAwM2UiXV0.jpg?sha=34a08819d29a0e0e>
- 73 **fig. 74** https://78.media.tumblr.com/83b-71c61df3aadde3264a3e76c1b430d/tumblr_mtl6uxFlgq1rpgpe2o1_1280.jpg
- 75 **fig. 75** <http://www.printmag.com/graphic-design/dual-vision-the-book-covers-of-alvin-lustig-and-elaine-lustig-cohen/>
- 75 **fig. 76** <http://www.printmag.com/graphic-design/dual-vision-the-book-covers-of-alvin-lustig-and-elaine-lustig-cohen/>
- 75 **fig. 77** <http://www.printmag.com/graphic-design/dual-vision-the-book-covers-of-alvin-lustig-and-elaine-lustig-cohen/>
- 75 **fig. 78** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/>
- 75 **fig. 79** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/>
- 75 **fig. 80** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/>
- 75 **fig. 81** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/>
- 75 **fig. 82** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/>
- 75 **fig. 83** <http://www.paul-rand.com/assets/gallery/books/>
- 76 **fig. 84** <http://dtcawebsite.com/forum-topic/24c24cp-and-522-citroën-ds-19-1956-1959-and-530-citroën-ds-19-berline-1963-1964-1970-and>
- 77 **fig. 85** http://www.thisisdisplay.org/images/made/collectionimages/huber_jazz_1_700_525.jpg

- 77 **fig. 86** <https://images.adsttc.com/media/images/55e7/0b46/8450/b5b8/8b00/13ba/slideshow/mononcle2.jpg?1441205057>
- 78 **fig. 87** <https://uploads3.wikiart.org/images/richard-hamilton/http-en-wikipedia-org-wiki-file-hamilton-appealing-2-jpg-1956.jpg!Large.jpg>
- 78 **fig. 88** <https://witness2fashion.files.wordpress.com/2016/04/dior-new-look458.jpg>
- 80 **fig. 89** <http://www.birkajazz.com/graphics2/fullerBN1583.jpg>
- 80 **fig. 90** <http://www.birkajazz.com/graphics2/mcLeanBN4013.jpg>
- 80 **fig. 91** <http://www.birkajazz.com/graphics2/hippBN1530.jpg>
- 80 **fig. 92** <http://www.birkajazz.com/graphics2/morganBN1557.jpg>
- 80 **fig. 93** <http://www.birkajazz.com/graphics2/morganLeeWay.jpg>
- 80 **fig. 94** <http://www.birkajazz.com/graphics2/navarroBN1532.jpg>
- 80 **fig. 95** <http://www.birkajazz.com/graphics2/davisBN1501.jpg>
- 81 **fig. 96** <http://www.birkajazz.com/graphics2/jacksonBN1509.jpg>
- 81 **fig. 97** <http://www.birkajazz.com/graphics2/monkBN1511.jpg>
- 81 **fig. 98** <http://www.birkajazz.com/graphics2/hubbardHubCap.jpg>
- 81 **fig. 99** <http://www.birkajazz.com/graphics2/griffinBN1533.jpg>
- 81 **fig. 100** <http://www.birkajazz.com/graphics2/smithBN1551.jpg>
- 81 **fig. 101** <http://www.birkajazz.com/graphics2/DonaldsonBN1591.jpg>
- 81 **fig. 102** <http://www.birkajazz.com/graphics2/donaldsonBN1566.jpg>
- 81 **fig. 103** <http://www.birkajazz.com/graphics2/blakeyBN1507.jpg>
- 81 **fig. 104** <http://www.birkajazz.com/graphics2/threeSoundsBN4072.jpg>
- 81 **fig. 105** <http://www.birkajazz.com/graphics2/parlanBN4043.jpg>
- 81 **fig. 106** <http://www.birkajazz.com/graphics2/bechetBN1204.jpg>
- 84 **fig. 107** https://www.tate.org.uk/art/images/work/P/P14/P14308_10.jpg
- 90 **fig. 108** https://www.tate.org.uk/art/images/work/P/P14/P14306_10.jpg
- 92 **fig. 109** <http://mediastore4.magnumphotos.com/CoreXDoc/MAG/Media/TR2/b/b/5/c/PAR163513.jpg>
- 93 **fig. 110** <http://mediastore2.magnumphotos.com/CoreXDoc/MAG/Media/TR2/b/3/5/8/PAR397145.jpg>
- 95 **fig. 111** <https://www.flickr.com/photos/biblarte/3449951930/in/album-72157606417593799/>
- 96 **fig. 112** <http://www.festivaldecinemabresilienparis.com/2011/img/nelson/riozonorte-cartaz2.jpg>
- 97 **fig. 113** http://d3swacfcujrr1g.cloudfront.net/img/uploads/2016/04/Deus_e_o_dia-bo_cartaz.jpg
- 97 **fig. 114** https://fiu-assets-2-syitaetz61hl2sa.stackpathdns.com/static/use-media-items/14/13702/upto-700xauto/567027c1/tumblr_mpezf3HHSv-1qanbwio2_500.jpeg?resolution=0
- 98 **fig. 115** Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian:
<https://www.flickr.com/photos/biblarte/2879702782/in/album-72157606417593799/>

- 100 **fig. 116** <https://masp.org.br/en/the-collection>
- 101 **fig. 117** Livro *Linha do tempo do design gráfico no Brasil* de Chico Homem de Melo e Elaine Ramos, 2011.
- 102 **fig. 118** <http://a-g-i.org/design/festival-internacional-de-cinema-do-brasil/>
- 102 **fig. 119** <https://www.pinterest.pt/pin/518336238360441021/>
- 103 **fig. 120** <https://www.pinterest.pt/pin/518336238360442181/>
- 103 **fig. 121** http://thiagolacaz.com/mavignier/1957_2000.270.jpg
- 104 **fig. 122** http://thiagolacaz.com/mavignier/1958_2000.265.jpg
- 105 **fig. 123** <https://www.pinterest.pt/pin/439382507391031327/>
- 106 **fig. 124** <http://thiagolacaz.com/mavignier/>
- 106 **fig. 125**
- 107 **fig. 126**
- 107 **fig. 127**
- 108 **fig. 128** <https://www.pinterest.pt/pin/518336238360442156/>
- 108 **fig. 129** <https://www.pinterest.pt/pin/518336238360442168/>
- 108 **fig. 130** http://thiagolacaz.com/mavignier/1963_2000.177.jpg
- 108 **fig. 131** <http://imgs.fbsp.org.br/files/01bsp-poster-720px.jpg>
- 110 **fig. 132** Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian:
<https://www.flickr.com/photos/biblarte/14648752734/in/album-72157624153537176/>
- 112 **fig. 133** http://1.bp.blogspot.com/-e-n8I-v72i_E/UJZ9Cmy6eSI/AAAAAAAAADK8/BU81e5DmBmo/s400/1851.jpg
- 112 **fig. 134** <http://lh3.googleusercontent.com/-TYP1ggXGvcM/VgJRoK9kNvI/AAAAAAAABoQ0/8cUNkEwt0QM/s1600/Moveis-Olaio.6.jpg>
- 112 **fig. 135** <http://2.bp.blogspot.com/-Jx5Y-mcJv7E/UJP99BCSqiI/AAAAAAAAAC38/OhDG1kD1xf4/s400/1805.jpg>
- 113 **fig. 136** Coleção Designers Portugueses, *Daciano da Costa*, José Bártolo (Coord.) (2016).
- 114 **fig. 137** https://78.media.tumblr.com/39125a9f6b-313c52d629a419845c5236/tumblr_miimd6CjQh1s6ujigo1_r3_1280.jpg
- 114 **fig. 138** https://78.media.tumblr.com/ac6ecc-28ce8a8d6eb45177214c5abf9c/tumblr_mkbbk1cAb4V1s6ujigo1_1280.jpg
- 114 **fig. 139** <https://livingdeadcovers.files.wordpress.com/2012/04/251.jpg?w=545&h=807>
- 115 **fig. 140** http://4.bp.blogspot.com/-xS-Qcr7quc3k/VBYX3NuWAZI/AAAAAAAAAgRE/l5kzwT_-Fk8/s1600/anjo%2Bancorado.jpg
- 115 **fig. 141** Coleção Designers Portugueses,
- 115 **fig. 142** *Sebastião Rodrigues*, José Bártolo
- 115 **fig. 143** (Coord.) (2016).
- 116 **fig. 144** Coleção privada de Jorge Silva:
- 116 **fig. 145** <https://livingdeadcovers.wordpress.com/>
- 116 **fig. 146** com/
- 116 **fig. 147** Coleção Designers Portugueses,
- 116 **fig. 148** *Sebastião Rodrigues*, José Bártolo
- 116 **fig. 149** (Coord.) (2016).
- 116 **fig. 150**
- 116 **fig. 151**
- 116 **fig. 152** Coleção privada de Jorge Silva:
- 117 **fig. 153** <https://livingdeadcovers.wordpress.com/>
- 117 **fig. 154** com/
- 117 **fig. 155**
- 117 **fig. 156**
- 117 **fig. 157**

- 117 **fig. 158**
 117 **fig. 159**
 117 **fig. 160**
 117 **fig. 161**
 118 **fig. 162**
- 118 **fig. 163** Coleção Designers Portugueses,
 118 **fig. 164** *Sebastião Rodrigues*, José Bártolo
 118 **fig. 165** (Coord.) (2016).
 118 **fig. 166**
 118 **fig. 167**
 118 **fig. 168**
 118 **fig. 169**
 118 **fig. 170**
- 119 **fig. 171** https://78.media.tumblr.com/8808464f08bbc1af3ab005431bf231a9/tumblr_o2oypbHMPw1tva-so0o1_1280.jpg
- 119 **fig. 172** https://78.media.tumblr.com/23de528e66a12aa91966c-1feeee90ea/tumblr_nfeffaa2IW1tva-so0o1_1280.jpg
- 119 **fig. 173** Coleção privada de Jorge Silva:
 119 **fig. 174** <https://livingdeadcovers.wordpress.com/>
 119 **fig. 175**
 119 **fig. 176**
- 120 **fig. 177** <https://pampatrimonioarteseuseus.wordpress.com/2015/06/19/morreu-o-designer-antonio-garcia/>
 120 **fig. 178**
 120 **fig. 179**
 120 **fig. 180**
 120 **fig. 181**
 120 **fig. 182**
- 121 **fig. 183** Coleção Designers Portugueses,
 122 **fig. 184** *Sebastião Rodrigues*, José Bártolo
 122 **fig. 185** (Coord.) (2016).
 122 **fig. 186**
 122 **fig. 187**
 122 **fig. 188**
 122 **fig. 189**
 123 **fig. 190**
- 124 **fig. 191** https://78.media.tumblr.com/cc73f371246def9cd80ec8d74afabcf0/tumblr_p0iirtpxSH1sizr65o1_r2_500.jpg
<https://www.fondazionebonotto.org/cn/collection/poetry/>
- 124 **fig. 192** <http://www.elfikurten.com.br/2016/02/decio-pignatari.html>
 124 **fig. 193**
 124 **fig. 194**
- 124 **fig. 195** https://www.fondazionebonotto.org/admin/download/file/ddee477_2842e2.jpg
- 125 **fig. 196** Livro *Linha do tempo do design gráfico no Brasil* de Chico Homem de Melo e Elaine Ramos, 2011.
- 126 **fig. 197** <https://www.aloisimagalhaes.org/gallery/>
 126 **fig. 198**
 126 **fig. 199**
 126 **fig. 200**
- 127 **fig. 201** http://www.logobook.com/wp-content/uploads/2016/01/Brasibel_SA_logo.svg
 127 **fig. 202**
 127 **fig. 203**
 127 **fig. 204**
 127 **fig. 205**
 127 **fig. 206**
 127 **fig. 207**
- 127 **fig. 208** http://www.logobook.com/wp-content/uploads/2016/01/companhia-do-metropolitano_sao_paulo_logo.svg
- 127 **fig. 209** http://www.logobook.com/wp-content/uploads/2016/01/industrias-paramount_logo.svg
- 127 **fig. 210** <https://www.aloisimagalhaes.org/gallery/843.jpg>
- 127 **fig. 211** <https://www.flickr.com/photos/camilaanzini/8181076407/in/album-72157631953785252/>
- 127 **fig. 212** <https://www.aloisimagalhaes.org/>
- 127 **fig. 213** http://www.logobook.com/wp-content/uploads/2016/10/Sardinhas_Coqueiro_logo.svg
- 127 **fig. 214** http://www.logobook.com/wp-content/uploads/2016/01/Securit_SA_logo.svg
- 127 **fig. 215** <http://www.aloisimagalhaes.org/>
 128 **fig. 216**

128	fig. 217		
128	fig. 218		
128	fig. 219		
128	fig. 220		
129	fig. 221		
129	fig. 222	http://www.jb.com.br/media/fotos/2012/07/02/610x472both/02praia.JPG	
130	fig. 223	Livro <i>Linha do tempo do design gráfico no Brasil</i> de Chico Homem de Melo e Elaine Ramos, 2011.	
130	fig. 224		
130	fig. 225		
131	fig. 226		
131	fig. 227		
131	fig. 228		
136	fig. 229	Coleção privada de José Bártolo.	
142	fig. 230		
147	fig. 231		
148	fig. 232		
150	fig. 233	Coleção privada de Sofia Silva.	
151	fig. 234	Coleção privada de José Bártolo.	
155	fig. 235	Coleção privada de Sofia Silva.	
155	fig. 236	Coleção privada de José Bártolo.	
157	fig. 237		
157	fig. 238	Coleção privada de Sofia Silva.	
157	fig. 239	Coleção privada de José Bártolo.	
158	fig. 240		
158	fig. 241		
158	fig. 242		
158	fig. 243		
158	fig. 244		
158	fig. 245		
159	fig. 246		
159	fig. 247		
159	fig. 248		
159	fig. 249		
159	fig. 250		
159	fig. 251		
159	fig. 252		
159	fig. 253		
159	fig. 254		
159	fig. 255		
160	fig. 256	Coleção privada de Sofia Silva.	
162	fig. 257		
164	fig. 258	Coleção privada de José Bártolo.	
167	fig. 259	Coleção privada de Sofia Silva.	
167	fig. 260	Coleção privada de José Bártolo.	
167	fig. 261	Coleção privada de Sofia Silva.	
167	fig. 262	Coleção privada de José Bártolo.	
167	fig. 263	Coleção privada de Sofia Silva.	
167	fig. 264	Coleção privada de José Bártolo.	
168	fig. 265		
168	fig. 266	Coleção privada de Sofia Silva.	
168	fig. 267		
168	fig. 268	Coleção privada de José Bártolo.	
169	fig. 269	Coleção privada de Sofia Silva.	
170	fig. 270		
171	fig. 271	Coleção privada de José Bártolo.	
172	fig. 272	Coleção privada de Sofia Silva.	
172	fig. 273	Coleção privada de José Bártolo.	
172	fig. 274		
173	fig. 275	Coleção privada de Sofia Silva.	
173	fig. 276	Coleção privada de José Bártolo.	
175	fig. 277	Biblioteca de Arte da Fundação Calouste Gulbenkian:	
175	fig. 278		
175	fig. 279	https://www.flickr.com/photos/biblarte/2878871457/in/album-72157606417593799/	
176	fig. 280	Coleção privada de José Bártolo.	
176	fig. 281		
177	fig. 282	Coleção privada de Sofia Silva.	
177	fig. 283	Coleção privada de José Bártolo.	
177	fig. 284	Coleção privada de Sofia Silva.	
177	fig. 285	Coleção privada de José Bártolo.	
177	fig. 286	Coleção privada de Sofia Silva.	

- 177 **fig. 287** Coleção privada de José Bártolo.
- 177 **fig. 288** Coleção privada de Sofia Silva.
- 177 **fig. 289** Coleção privada de José Bártolo.
- 177 **fig. 290** Coleção privada de Sofia Silva.
- 177 **fig. 291** Coleção privada de José Bártolo.
- 178 **fig. 292** Coleção privada de Sofia Silva.
- 178 **fig. 293** Coleção privada de José Bártolo.
- 178 **fig. 294** Coleção privada de Sofia Silva.
- 178 **fig. 295** Coleção privada de José Bártolo.
- 180 **fig. 296** Coleção privada de Sofia Silva.
- 180 **fig. 297** Coleção privada de José Bártolo.
- 180 **fig. 298** Coleção privada de Sofia Silva.
- 180 **fig. 299** Coleção privada de José Bártolo.
- 181 **fig. 300** Coleção privada de Sofia Silva.
- 181 **fig. 301** Coleção privada de José Bártolo.
- 181 **fig. 302** Coleção privada de Sofia Silva.
- 181 **fig. 303** Coleção privada de José Bártolo.



Nome

Eduardo Gageiro

Local da entrevista

Museu de Cerâmica de Sacavém

Data

15 de dezembro de 2017

Fotografias assinadas por Eduardo Gageiro na Almanaque**1960**

Março

Abril

Julho

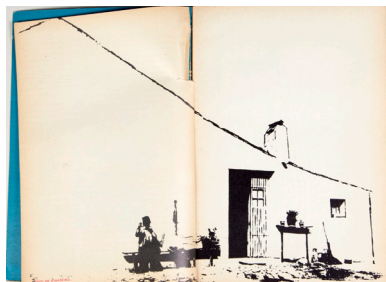
Outubro

Novembro

1961

Maio

Fotografias assinadas por Eduardo Gageiro na Almanaque



Nº 6 (março 1960)



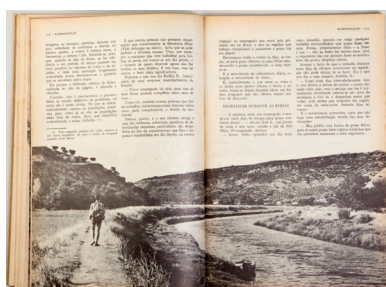
Nº 7 (abril 1960)



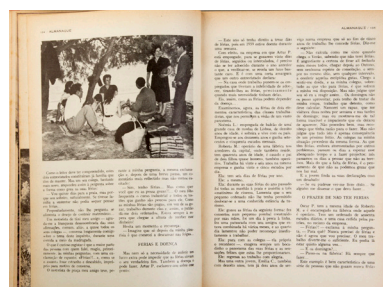
Nº 10 (julho 1960)



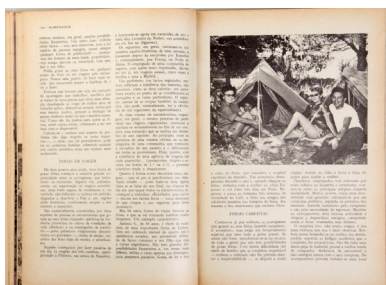
Nº 10 (julho 1960)



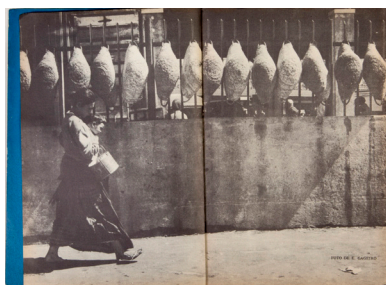
Nº 10 (julho 1960)



Nº 10 (julho 1960)



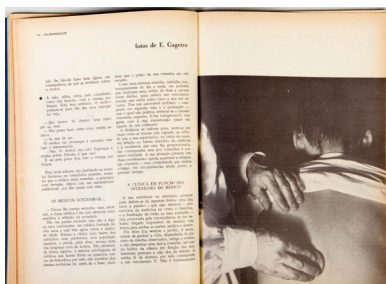
Nº 10 (julho 1960)



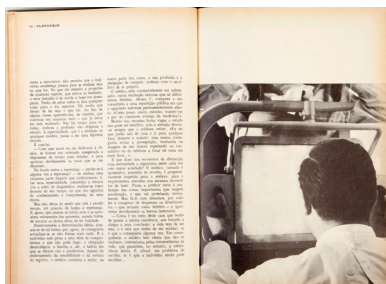
Nº 13 (outubro 1960)



Nº 13 (outubro 1960)



Nº 13 (outubro 1960)



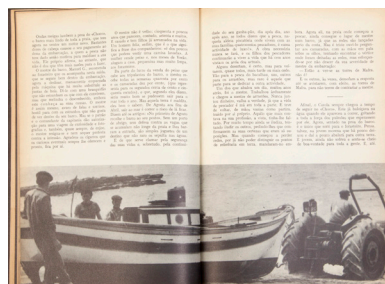
Nº 13 (outubro 1960)



Nº 14 (novembro 1960)



Nº 14 (novembro 1960)



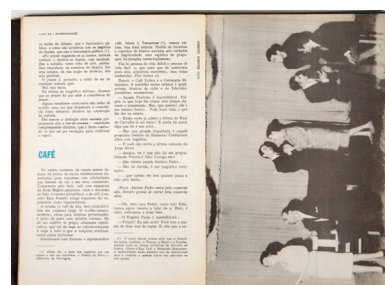
Nº 14 (novembro 1960)



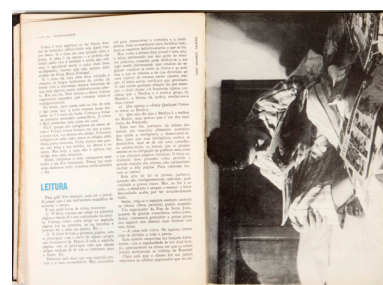
Nº 14 (novembro 1960)



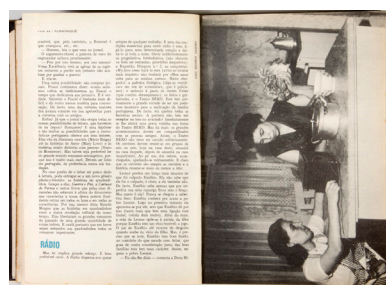
Nº 14 (novembro 1960)



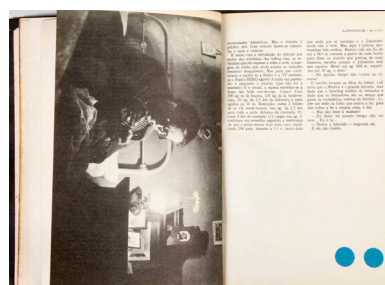
Nº 18 (maio 1961)



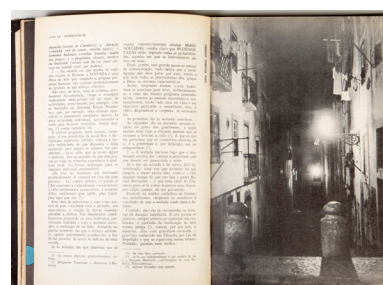
Nº 18 (maio 1961)



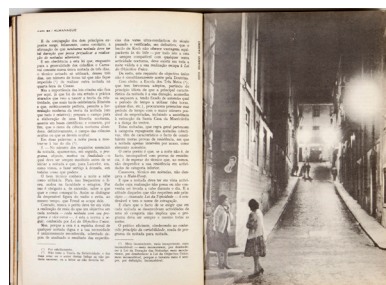
Nº 18 (maio 1961)



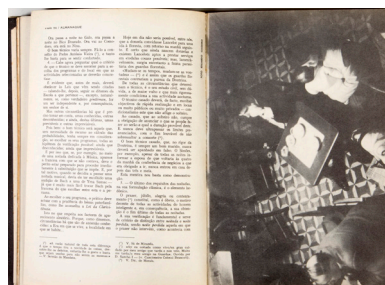
Nº 18 (maio 1961)



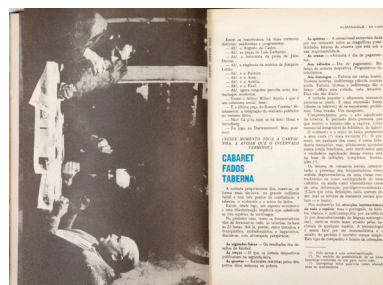
Nº 18 (maio 1961)



Nº 18 (maio 1961)



Nº 18 (maio 1961)



Nº 18 (maio 1961)



Nº 18 (maio 1961)



Entrevista

(ao ver a fotografia de abertura do nº 14 da Almanaque)

Esta fotografia é muito boa. Esta é das melhores fotografias que eu tenho.

Quando Sebastião fez este enquadramento, desta fotografia que é excelente, ele explicou-me o porquê. O formato original era quadrado, sendo um formato muito complicado. Ele podia publicá-la quadrada. Mas ensinou-me: "Tu repara, isto graficamente é muito bonito. Tu quiseste mostrar que as pessoas estão presas, mas com isto aqui em cima, não resulta. Nós podemos com o enquadramento valorizar ainda mais a fotografia". Ele é que fez este enquadramento. Aqui tinha o céu, ao cortá-lo a nossa vista concentra-se muito mais. Fui aprendendo também estas coisas. E eu queria sempre saber mais.

Está associada à capa da Almanaque do Sebastião Rodrigues correto?

Sim sim. Repare no simbolismo de tudo isto. Estes homens estão presos, estes homens não têm fuga de certo modo está a perceber? A vida era assim, as pessoas tinham que se limitar a uma prisão.

(continua a ver as fotografias publicadas na Almanaque)

Velhos tempos.

(continua a folhar as páginas)

Aaah são fantásticas! Como conseguiu comprá-las?

O designer gráfico Sebastião Rodrigues, era só considerado o melhor gráfico português. Consequia tirar partido das minhas fotografias.

Como integrou a equipa da Almanaque?

Já agora vou começar pelo princípio. Tenho de fazer uma introdução.

[20min]

O Mário Ventura Henriques um dia ele convidou uma série de jornalistas muito conhecidos e diretores de jornal e tal para um jantar. E eu fui. E então aproveitei a oportunidade para falar que eu gostava de ir para os jornais. E eles diziam que era muito difícil, até houve um que disse "isso está tudo controlado pelos fotógrafos, são mais que a gente!". Mas o Jorge Tavares Rodrigues que era do *Diário Ilustrado* disse-me "você apareça lá, quando puder amanhã ou depois e vamos conversar. E leve as fotografias para eu ver. E então levei-lhe as fotografias e ele recebeu-me simpaticamente. E disse "você vem para aqui amanhã", fiquei deslumbrado como é lógico. Esqueci-me da fábrica e fui para lá. O meu pai queria-me bater porque eu tinha abandonado a fábrica. E a minha mãe dizia-me, como todas as mães que gostam dos filhos, "mas tu não tens necessidade de ser fotógrafo!", como se fosse uma coisa pejorativa. E então lá fui eu

para o *Diário Ilustrado*, nunca tinha visto uma redação, estou ali muito atento a ver aquele movimento e tava deslumbrado e a pensar é isto que eu quero!

No *Diário Ilustrado* fui para o laboratório revelar as fotografias dos outros, porque eles mandavam mais que o chefe de redação. A redação do *Diário Ilustrado* era do outro lado da Rua da Misericórdia, o laboratório fotográfico, os linotipistas e os gráficos era na Rua das Gáveas e foi para aí que eu fui. A minha sorte é que essa gente era uma gente 5 estrelas. Eles apoiaram-me muito diziam “tem calma, isso é uma máfia, eles ajudam-se entre eles. Trocam fotografias entre eles. Nunca deixam entrar ninguém. São 4 ou 5” E eu posso dizer que era mesmo assim. E havia fotógrafos bons na altura simplesmente que eles nunca deixaram entrar!

[30min]

O Almanaque era na Rua da Misericórdia uns números abaixo do *Diário Ilustrado*. O Cardoso Pires, o Sttau Monteiro e o Sebastião conheciam o meu trabalho, e então perguntaram-me se eu queria colaborar no Almanaque. Eu fiquei encantado da vida, era ótimo, eu queria era colaborar em coisas com essa qualidade. Foi assim que comecei a colaborar com o Almanaque, e a conhecer mais pessoas que me ajudaram todas. Realmente existia ali um grupo de amigos extraordinário.

[40min]

Sabe que nessa altura à Brasileira iam os principais agentes da PIDE e os fotógrafos e tudo. E as pessoas conheciam-se. Eu fui noticiado, na altura estava com a malta do Almanaque. Quando decidi fazer o meu primeiro livro chamado Gente, com textos do Cardoso Pires, e com fotografias escolhidas por ele, os poucos que estavam dentro do assunto, avisaram: “A seguir prepara-te, prepara-te que eles não te vão deixar passar isto”, ou seja, que a PIDE não se ia esquecer e ia atrás de mim. No entanto, decido fazer o livro na mesma. Ele é que escolheu as fotografias e ensinou-me o método que uso sempre nos meus livros que é fazer intervalos, com grupos de fotografias e fazer um texto para as pessoas pararem e refletirem. Todos os meus livros são feitos assim. Convém existir um ritmo, como uma partitura musical, como um filme, ter altos e baixos e acabar em força. E então lá faço o livro, e no lançamento faço uma grande exposição nas belas artes, com fotografias grandes. A malta da imprensa apoiou imenso aquilo e fizeram notícias fantásticas sobre a exposição. (...) E foi nesta altura que me prenderam, já estava à espera que me prendessem.

Foi nessa altura que José Cardoso Pires foi para o Brasil?
Não. Foi antes. Em 1960 talvez, não sei bem, mas sou amigo da família sei facilmente. Conheço os filhos desde bebé.

[1:20:20 min]

O que motivou o grupo a criar a *Almanaque*?

Olhe era um grupo de intelectuais, julgo que realmente não havia nenhuma publicação onde eles tivessem mostrado o seu talento, que era cinco estrelas. Houve um homem chamado Magalhães, um homem também todo para à frente, que era de uma editora, a Ulisseia, e decidiu criar esta revista para uma elite.

Pois porque o preço da revista era um pouco elevado para a altura correcto?

Custava 15 escudos, não me lembro quanto custava o século ilustrado. Era caro na altura, mas é que para além de ter bons colaboradores não havia revistas neste papel, nem encadernadas nem nada. Quer dizer evidentemente que isto a intenção era atingir o máximo de pessoas simplesmente tinham que ter em consideração os custos. Não era por mim, e não sei quanto é que levaria o Cardoso Pires ou o Sttau Monteiro mas se calhar até não levavam muito. Eu acho que a despesa seria mais pela impressão. Aqueles pessoas também viram a revista como um veículo para mostrar o seu talento e poderem ao mesmo tempo falar de coisas que não conseguiriam falar de outro modo. Além de serem muito bons, eram homens com um certo sentido de justiça social e não eram pessoas materialistas, eu acredito que não cobravam muito. Agora uma capa em cartolina e a impressão destas fotografias, e tudo mais, não era fácil. E isto obedecia inclusivamente a um sistema de impressão diferente daquela dos jornais que era tudo feito numa tipografia. E esse processo de impressão não sei quanto é que custava na altura.

(ao ver as capas da *Almanaque*)

Já viu estas capas! Estas capas são fantásticas!

Olhe para estas capas! Este homem é considerado ainda agora um dos melhores gráficos de sempre! Era um homem muito modesto. Era um grande amigo dele.

Ou seja conviveu regularmente com o grupo da *Almanaque*?

Sim, sim!

Como é que eles produziam cada número? Eles encontravam-se em algum sítio em específico?

Não, eles tinham instalações. Na Ulisseia, na Rua da Misericórdia, eles reuniam-se lá. Quando estava livre do *Diário Ilustrado*, eu comia e convivia com eles. Eu adorava-os, e eles ajudaram-me muito. E como eu sempre fui muito curioso em saber mais, eles davam-me livros e coisas para aprender.

Como é que a revista *Almanaque* era vista? Porque a revista tem um certo tom irónico e humorístico, não existia nenhum problema com a censura?

Isso era reflexo da inteligência deles. Se vir, as coisas nunca são assim ditas, são ditas se calhar com subtilidade, com ironia. E, os

censores era muito estúpidos, com pouca cultura. Aquelas frases ou palavras que eram tabus para a censura, eles sabiam quais eram, mas eram capazes de dizer a mesma coisa de maneira mais violenta e que os censores não percebiam.

O ambiente entre o grupo era de uma certa cumplicidade e amizade?

Sim, sim! Era lá dentro e cá fora. A malta almoçava, a malta era estimada, a malta era considerada. Era um grupo de amigos.

Falou da Brasileira à pouco, também costumavam reunir-se lá?

Ali na Brasileira juntavam-se os intelectuais todos, e também os que gostavam de ser intelectuais, e aquilo era um caldeirada. E os inspectores da PIDE, os fotógrafos da PIDE, ali era tudo! E então, as pessoas conheciam-se, quando por exemplo entrava um inspetor e era conhecido, a malta falava do estado do tempo por exemplo. Aquilo era um Portugal esquisito!

A maior parte das suas fotografias, não sei se todas, estão assinadas. O mesmo não acontece com outros fotógrafos, que passaram por lá, nomeadamente, Mário Novais, José Cutileiro, Carlos Coelho da Silva e Armando Rosário, que não aparecem assinadas.

O Armando Rosário era um brasileiro muito bom fotógrafo, e o Novais também, não compreendo. Agora os outros eram bate-chapas, eram só fotografias documento com certeza.

Ou seja, não era por imposição sua que as fotografias apareciam assinadas?

Não, não! Eu agora não sei ao certo, só vendo, talvez seria por serem fotografias mais documento que não apareciam assinadas. Porque as fotografias boas eles faziam questão de assinar. Não era eu que impunha. Foi muito bom para mim ter fotografias assinadas no Almanaque. No *Diário Ilustrado* isso era impensável. Mas quando eu fui para o *Século Ilustrado* disse aos gráficos: “Epa desculpa, está aqui o nome do redator e não está o meu porquê? Faz o favor de pôr aí o meu nome!” Foi quando começou a haver o hábito de assinar as fotografias. No caso da Almanaque não dizia nada, eles decidiram. Eu não exigia nada, não tinha estatuto para isso. Eles é que assinaram e eu fiquei muito grato.

Quando eu fui como fotógrafo oficial para o *Século Ilustrado*, comecei a pedir aos gráficos para assinarem. Inclusivamente, uma das coisas que eu fazia e que também foi muito bom para mim, é que eu ia sempre que não estava de serviço, para a sala de montagem ver como era feita a paginação. Aprendi muito com eles, e também criei uma amizade fantástica que se mantém. Por exemplo, o grande gráfico que é o que faz o grafismos dos meus livros é o Zé Araújo era gráfico do *Século Ilustrado*. Os meus livros são muito bem paginados porque existe essa ligação. Tem que haver essa ligação para as coisas saírem bem.

E a oficina onde a Almanaque era impressa tinha essa ligação? O Diário Ilustrado onde trabalhou era impresso na Casa Portuguesa?

Era. Era na Casa Portuguesa. Mas a Almanaque era impressa com mais cuidado do que o jornal. As fotografias eram muito bem impressas, porque era um sistema um bocadinho melhor que um jornal diário. E a Casa Portuguesa na altura era boa, melhor que muitos jornais.

Um dos homens que trabalhou lá e foi linotipista, era o pai do Baptista-Bastos, o velho Bastos. Eu também conhecia essa gente toda, dei-me bem com ele. Como sabe os tipógrafos foram sempre pessoas que ganhavam mal, mas eram pessoas sempre muito politizadas, eram gente fixe. Há gente fixe sem ser politizada, mas quer dizer era gente interessada pelos mais humildes.

[1 hora e 34min]

Falamos do Armando Rosário à bocadinho.

O Armando Rosário era um brasileiro que foi lá pedir colaboração, e era muito bom fotógrafo.

Ele também trabalhou na revista Senhor.

Qual revista? Era muito fotógrafo! Sabe como lhe digo, os outros eram bate-chapas.

(ao ver a revista Sr.)

A revista também é paginada pelo Sebastião com certeza!

Não. Esta revista é brasileira, era paginada por Carlos Scliar juntamente com Glauco Rodrigues e Jaguar.

Mas o grafismo parece do Sebastião.

O Armando Rosário passou por Portugal, deve ter vindo cá fazer um trabalho qualquer. Eu convivi pouco com ele. Só o encontrei meia dúzia de vezes porque ainda trabalhava no Diário Ilustrado.

Tem aí fotografias dele?

Como conseguiu essas revistas?

Armando Rosário geralmente fotografava as raparigas no artigo “A Moça”.

Se calhar teve a trabalhar nesta revista brasileira primeiro e depois aproveitou e procurou no Almanaque. Se calhar foi isso.

(ao ver o artigo da Moça)

Ele é bom em reportagem, isto já é fotografia mais sofisticada. Eu também fotografei muitas raparigas bonitas do Parque Mayer. Tinha de fotografar as vedetas e as coristas bonitas e não sei que mais.

Mas para a Almanaque fotografou algumas raparigas? Porque existiam artigos dedicados a algumas raparigas sendo algumas estrangeiras.

Ai eu também tenho algumas fotografias. Tenho a impressão

que sim. Eu fotografei, uma até era namorada do Doutor Magalhães, eu lembro-me disso. Não devem ter assinada por se tratarem de reportagens.

Armando Rosário trabalhado na Almanaque e na SR. tal como José Cardoso Pires. O José Cardoso Pires teve exilado no Brasil correto?

Não sei. Sabe que o José Cardoso Pires tal como outras pessoas que viviam da literatura tinham dificuldades e tinham de procurar ganhar dinheiro de outra maneira. Para além disso eram muito controlados pela PIDE. E, os livros que eles queriam escrever, eles não podiam escrever. E depois, os livros que escreviam não se vendiam possivelmente. O que era muito problemático.

[1 hora e 42min]

Em relação às fotografias que eram utilizadas na Almanaque, eles utilizam muitas fotografias de contexto internacional, nomeadamente de estrelas de cinema e música. Como é que tinham acesso a essas fotografias?

Existia agências internacionais que vendiam. Mas também lhe digo uma coisa o *Século Ilustrado*, não sei se no Almanaque faziam isso, utilizava muitas coisas que vinham de revistas estrangeiras sem pagarem direitos. Havia pouco controlo e não era barato.

Sabe me dizer algumas revistas estrangeiras que tinham uma certa influência em Portugal?

Havia ali uma tabacaria no Rossio que vendia muitas na altura. Uma coisa que eu me esqueci de dizer, o José Cardoso Pires como era meu amigo e gostava das minhas fotografias e de me ter tido no Almanaque, disse-me: “Oh Gageiro, se eu fosse a si comprava a LIFE, porque vem fotografias excelentes e você aí aprende umas coisas.” E comecei a comprar a LIFE e na verdade era uma linguagem diferente.

A LIFE era americana mas existia a ÉPOCA italiana conhece?

Eu tenho uma fotografia minha numa capa da ÉPOCA. Penso que era o Vasco Gonçalves.

Eu colaborava em várias revistas estrangeiras. Colaborava, por exemplo, na Manchete do qual tenho uma história gira. Em 1975, eu estava ali no *Século* e depois há uma calçada, a calçada do Duque, estava lá numa mesa com uns colegas meus a tomar café e sempre com a minha máquina, e aparece-me um tipo que eu não conhecia com uma Nikon pendurada, a falar brasileiro. Dirige-se a mim “Está bom mestre? Olhe se faz favor diz-me onde é que é o *Século*?” e eu assim “Desculpe? Nós somos do *Século*. Já que vi que você é bate-chapas.” na paródia, ele nunca mais me esqueceu essa porque andava enganado, porque no Brasil bate-chapas é lambe lambe, e eu não sabia. E então, “O que é que o meu amigo quer do *Século*? Nós somos do *Século*”

“Quero falar com o Gageiro.” “Mas o Gageiro sou eu, como é que você sabe que eu existo?” “Sou amigo do Gil Pinheiro da Manchete. E mandou-me vir ter consigo” “E como é que você se chama?” “Sebastião Salgado” foi a primeira vez que o conheci, e que ele me conheceu a mim, mas vinha recomendado pelo Gil Pinheiro. Levei-o ao Século apresentei-o lá aos meus outros colegas do Século. E fui-o apresentando à malta toda que eu conhecia. E então, ficamos amigos para sempre. Somos grandes amigos e admiradores. Ainda no outro dia quando foi a última inauguração dele, no último livro dele, tava a almoçar em Campo de Ourique e tocou o telemóvel, “Rui Costa da assembleia.” “Ah! Sr. Doutor está bom?” colaborei também na assembleia, mas não estava ligado a nenhum partido. “Há aqui uma pessoa que quer falar consigo” “Então mas quem é?” “Oh Gageiro, estás bom? É o teu amigo Sebastião. Estou aqui a inaugurar uma exposição e estou farto de andar à tua procura, aqui o meu amigo Rui Costa não te encontrou. ” Mas eu tinha ideia de ir à exposição, e então fui à exposição e fez-me uma festa fantástica.

Na altura em que a Almanaque foi impressa já existia a técnica da impressão a fotografia a cores, no entanto, a maioria das fotografias surgem a preto e branco. Existia preferência pela fotografia a preto e branco?

A primeira revista a publicar fotografia a cores foi o *Século Ilustrado* com uma reportagem sobre o carnaval do Brasil.

Sim, sim. Eu nunca me senti realizado a fazer fotografias a cores, nunca. Faço fotografias a cores quando é preciso.

Em relação à Casa Portuguesa, disse que se dava bem com os gráficos e que os conhecia. Eu tenho aqui os nomes de um dos técnicos de impressão e composição da Almanaque.

(ao mostrar os nomes)

Alejandro Corona era espanhol. Eram especialistas gráficos. Sim, eu conhecia-os. Eles trabalhavam lá na Casa Portuguesa. Era na altura do *Diário Ilustrado* em que fui mandado para o laboratório.

Sabe me dizer quando é que a Casa Portuguesa fechou?

Não sei.

Nos anos 50 e 60, existia uma relação entre a cultura francesa e portuguesa, mas entre Portugal e Brasil também existia?

Se calhar a nível dos intelectuais, escritores, e assim de outro modo não.

Se tivesse que descrever a Almanaque muito brevemente, o que diria?

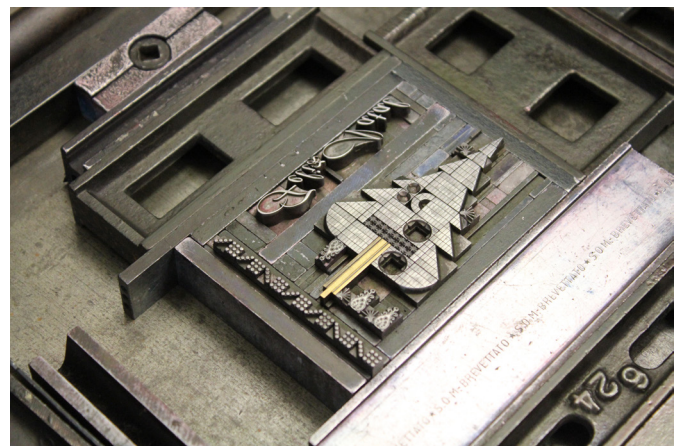
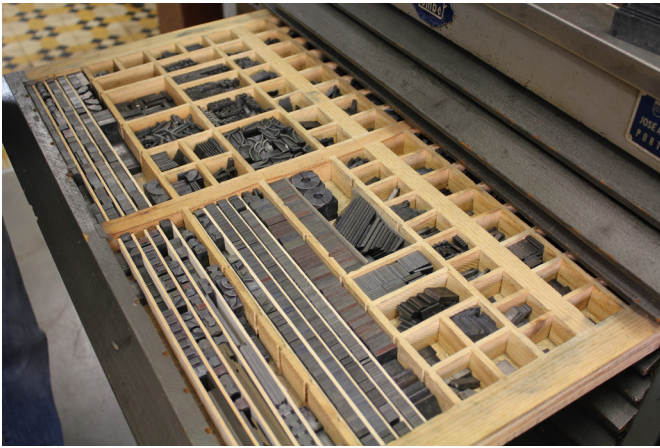
Era uma revista muito avançada para a época, tinha uma linguagem diferente. Era dirigida por grandes intelectuais de grande cultura, e de ideias, digamos de justiça, e que na verdade foi uma pedrada no charco na época. Foi pena nessa altura, as pes-

soas não terem mais poder económico para o Almanaque ser visto por mais gente, porque tinha de um certo modo contribuído para que as coisas evoluíssem mais.

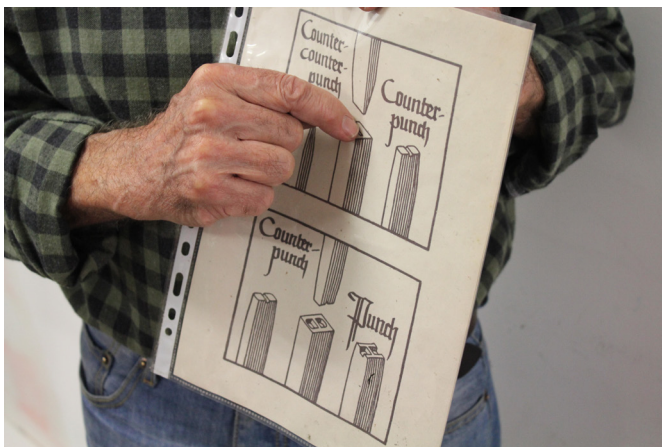
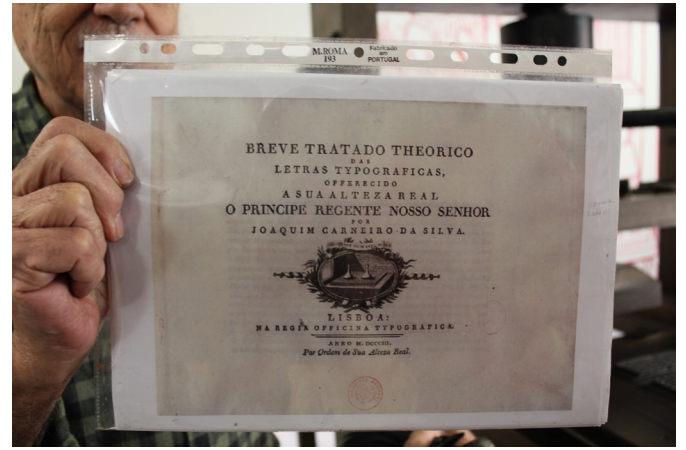








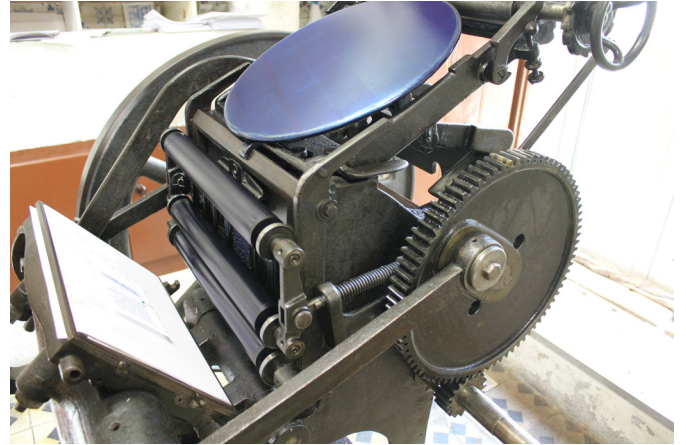














Nº 1 SR. (março 1959)



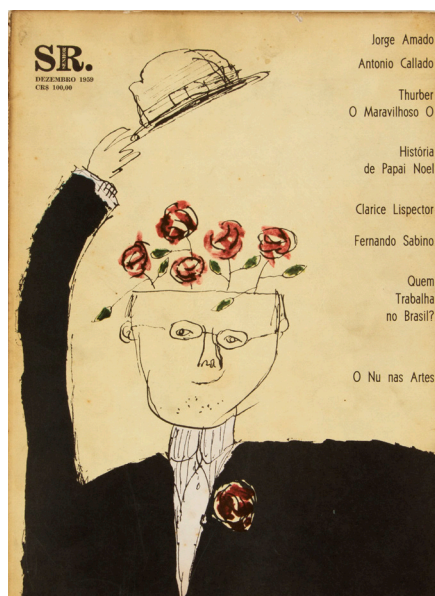
Nº 1 (outubro 1959)



Nº 4 SR. (junho 1959)



Nº 7 SR. (setembro 1959)



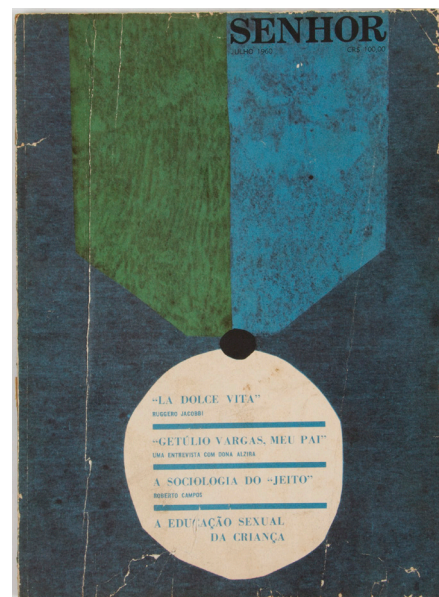
Nº 10 SR. (dezembro 1959)



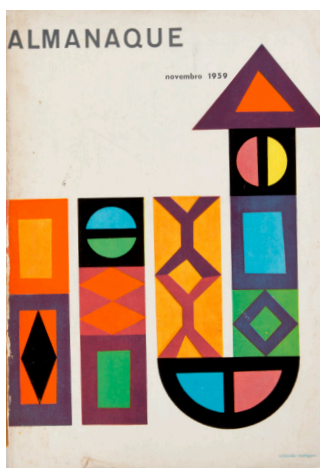
Nº 13 SR. (março 1960)



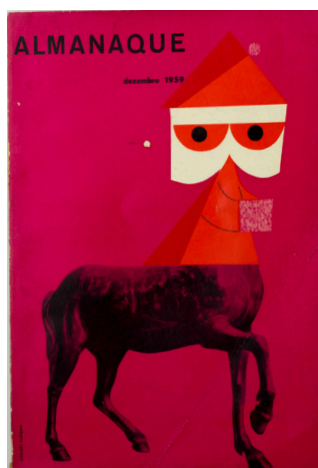
Nº 11 SR. (janeiro 1960)



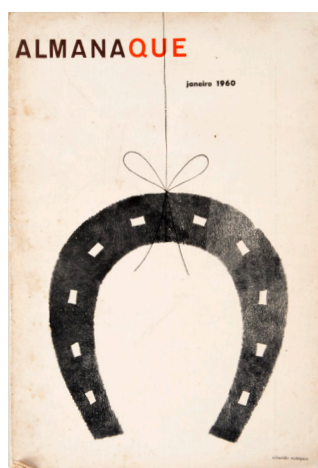
Nº 17 SR. (julho 1960)



N° 2 (novembro 1959)



N° 3 (dezembro 1959)



N° 4 (janeiro 1960)



N° 5 (fevereiro 1960)



N° 6 (março 1960)



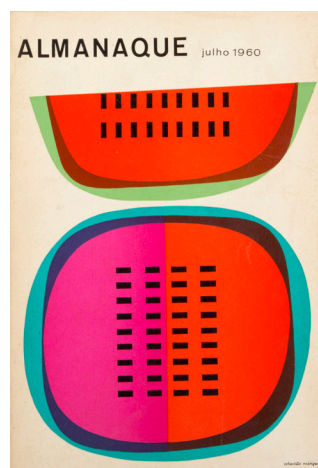
N° 7 (abril 1960)



N° 8 (maio 1960)



N° 9 (junho 1960)



N° 10 (julho 1960)



Nº 11 (agosto 1960)



Nº 12 (setembro 1960)



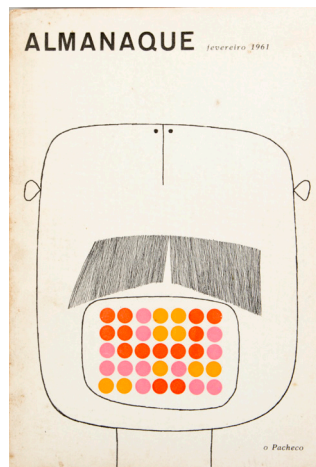
Nº 13 (outubro 1960)



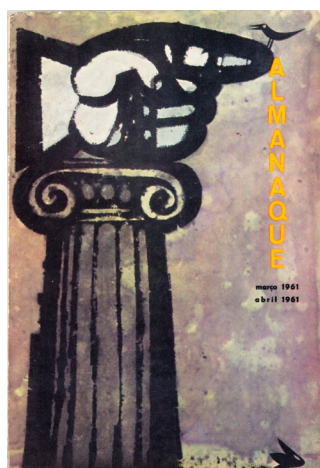
Nº 14 (novembro 1960)



Nº 15 (dezembro 1960 e janeiro 1961)



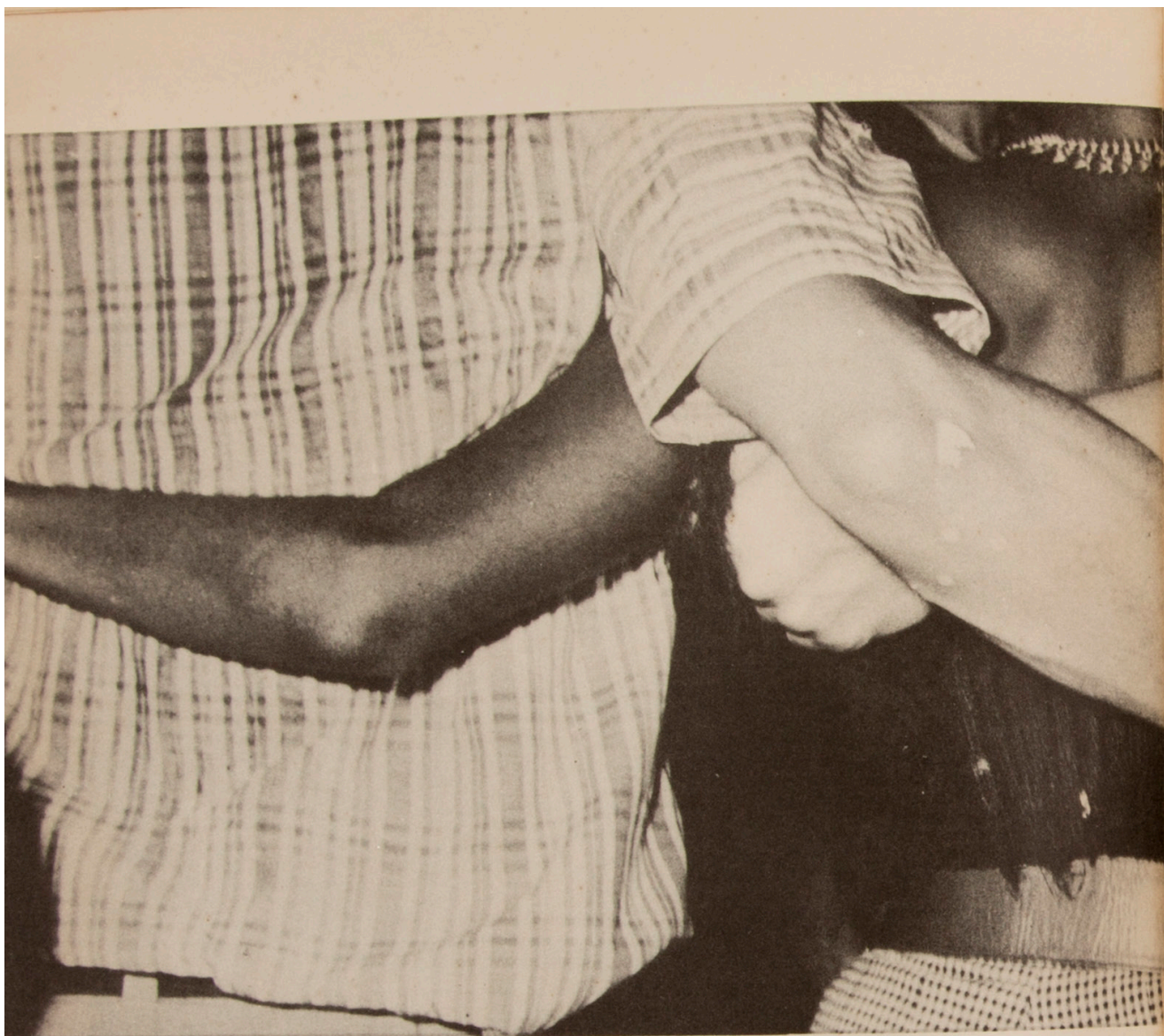
Nº 16 (fevereiro 1961)



Nº 17 (março e abril 1961)



Nº 18 (maio 1961)



ODYLO COSTA, filho

Pequenas Histórias do Preconceito



de Côr numa Terra Onde Êle Não Há

"Racial — Preconceito; no Brasil não existe; os americanos ficam admirados."
FERNANDO SABINO

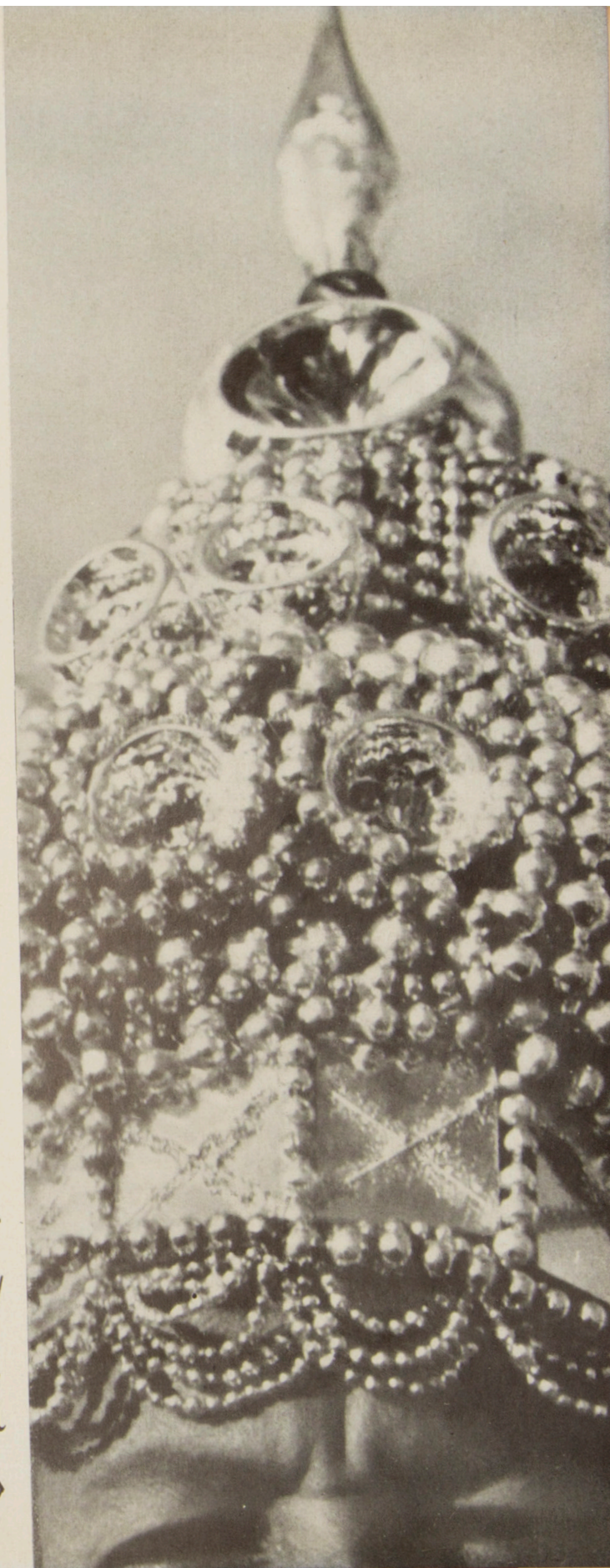
(Esboço de um dicionário brasileiro de lugares-comuns e idéias convencionais.)

POIS é, Fernando Sabino tem razão, êsse lugar-comum nos envaidece.

Eu, porém, gosto é de anedotas; juntei algumas. Penso nisso como aquêle senhor francês, de nome Henri Beyle, que também se assinava Stendhal: as historinhas verdadeiras são mais propícias a servir aos cálculos do

GUERREIROS DAS ALAGOAS

“Vai começar
meus vassalo/
Aquela fon-
ção guerreira/
Já está che-
gada a hora/
A honra tá
prisonera.” 



REPENSE

Se alguma coisa caracteriza a Civilização Ocidental é a possibilidade que confere, àqueles que nela vivem, de a negarem. O progresso nela tem sido feito por quem, não aceitando inteiramente os valores herdados, os REPENSOU criando contra eles novos valores. Assim para os sofistas, para S. Francisco de Assis, para Galileu, para Descartes, para Freud, e para tantos outros.

Pensar já foi uma necessidade, passou depois a ser um luxo, hoje em dia é um dever. Perante os progressos das ciências físicas, materializados nas armas termonucleares, as alternativas que põem ao mundo são a aniquilação ou uma coragem esclarecida que encara, de frente, a realidade.

Bertrand Russel, matemático, filósofo e escritor inglês, prémio Nobel da Literatura e um dos mais penetrantes espíritos contemporâneos, escreveu, especialmente para *Almanaque*, algumas páginas que inauguram uma série de artigos subordinados ao tema REPENSE. O *Almanaque* tem ainda o prazer de apresentar neste número, artigos do pensador Prof. Vieira de Almeida, da romancista Fernanda Botelho, do Arq. António Sena da Silva e do estudante universitário Vasco Pulido Valente, cada um dizendo de sua justiça sobre, respectivamente, a filosofia, o romance, a habitação e os problemas da juventude.

Para que o leitor leia, pense, repense,
e se lhe aprouver — DISCORDE.

A Revolução de 1930, o caráter da Revolução de 1932, os acontecimentos de 1935, o golpe de estado de 1937, o *putsch* integralista de 1938, o pronunciamento de 29 de outubro são alguns dos itens da entrevista com D. Alzira Vargas do Amaral Peixoto. Filha e íntima colaboradora do Presidente Vargas, D. Alzira esteve, durante longos anos extremamente importantes para a nossa vida política, em um posto privilegiado para observar os acontecimentos e, também, conhecer situações de bastidores que escapavam ao público e, mesmo, à maioria dos políticos. Apesar disso até agora, tem-se esquivado quase sempre a emitir opiniões sobre os homens ou os fatos, limitando-se a pequenas declarações. Sua decisão de editar um livro de memórias alterou muito esta posição e tornou-se notícia de primeira página. Tanto mais que a autora declara-se decidida a "não mudar a versão real dos acontecimentos, doa a quem doer". O livro foi o motivo da entrevista. Mas ultrapassamos o pretexto inicial. Este é um depoimento:

"Getúlio Vargas,

— Então, o Sr. é o carrasco?

E D. Alzira, sorrindo, sentou-se no sofá para conceder-nos a entrevista solicitada pouco antes.

Explicamos que não éramos propriamente "carrasco", apesar da função. Aliás, se não fôsse o improvisado do encontro, então sim, "a senhora iria ter perguntas de 'carrasco' mesmo". Mas o que desejávamos era alguns esclarecimentos e, em primeiro lugar, saber por que o livro iria sair agora e não em qualquer outra época, anterior ou posterior:

— Razões políticas ou de qualquer outra ordem?

— Não. Estou em aposentadoria política e não pensava em escrever o livro tão cedo. Mas, quando cheguei, passei dois meses com as meninas em um sítiozinho e pude verificar que os compêndios de História do Brasil são espantosamente resumidos sobre a figura de meu pai. Limitam-se quase a dizer: "Presidente de tanto a tanto; ditador de tanto a tanto", e assim por diante.

Foi sobretudo esse fato que me levou a escrever logo. Para evitar que as netas de Getúlio Vargas tivessem uma idéia deformada a respeito do avô. E não só elas, mas toda uma geração que, afinal, precisa formar juízo sobre uma pessoa que encheu um período tão grande de nossa vida política.

— Como foi concebida e realizada a obra? A senhora baseou-se em algum "diário" pessoal, ou preferiu dar uma visão retrospectiva, apresentando os fatos como os vê agora, e servindo-se de documentos e informações para completá-los?

— Grande parte se baseia em recordações pessoais (olhe que tenho ótima memória) e também em apontamentos.

— Mas a senhora era excessivamente menina, em uma parte do período abrangido pelo livro, que, ao que eu saiba, aborda a fase de 30 a 37.

— Sim. Mas sempre estive muito perto dos fatos. E, depois que passei a trabalhar diretamente com papai, ficou ao meu alcance todo o seu arquivo. Isso me permitiu completar informações e pontos de vista. Muitas vezes, quando via uma deturpação sobre um acontecimento, irritava-me e passava a escrever imediatamente a maneira exata como aquilo se tinha dado, com a idéia de uma resposta futura. Aliás, os volumes posteriores serão os mais documentados.

— Sobre 1930, D. Alzira, Prestes declarou certa vez que esteve pessoalmente com seu pai, no período preparatório da Revolução, quando já se convencera da inutilidade do movimento. Teria dito a Getúlio Vargas que não adiantaria de nada incluir pontos realmente populares em seu programa, pois não haveria condições de cumpri-los. Mas que, apesar disso, seu pai aproveitou algumas de suas idéias.

— Nesse período, como é natural, não estava a par dos acontecimentos. Mas tenho a impressão de que Prestes jamais se encontrou com meu pai nessa época. As ligações eram feitas por intermédio de Siqueira Campos e de João Alberto. A morte de Siqueira Campos ocorreu justamente quando tinha ido procurar Prestes, em uma última tentativa para sua participação no movimento, ou, pelo menos, para que não publicasse nenhum manifesto contra a Revolução.

Pessoalmente, nunca vi Prestes e tenho a impressão de que meu pai também só esteve com ele uma vez, em um comício em São Paulo, incidentalmente.

— E alguma vez ouviu-o emitir alguma opinião sobre ele?

— Nunca, a não ser uma vez, por volta de 1930, quando papai comentou: "É uma pena; tenho a impressão de que Prestes nasceu mais para construir do que para destruir."

— E há no seu livro alguma luz nova sobre a Revolução de 1932? Para muita gente ela foi, sobretudo, ou

"O General Góis sempre jogou dos dois lados, em tudo."

"Não, ainda não li (as "Memórias" de João Neves). Estou juntando o que sai para ler a raiva toda de uma vez."

"Nunca pude entender como o General Dutra foi a única pessoa que conseguiu atravessar as linhas integralistas sem ser molestado..."

Meu Pai"



apenas, uma tentativa de soffrear a ala mais radical de 30, o "tenentismo", digamos.

D. Alzira sorri, mas a resposta vem sem nenhuma vacilação:

— O movimento de 32 não foi nem paulista, nem constitucionalista, nem revolução. A explicação? Está no livro...

— Naquela época atribuiu-se ao General Góis uma posição de dubiedade. Um dos seus auxiliares diretos, o falecido General Otelo Franco, passou-se para o lado da rebelião. A senhora acha que o General Góis teria participado de uma combinação nesse sentido?

— O General Góis sempre jogou dos dois lados, em tudo.

Por uns minutos, a conversa focaliza a personalidade do antigo comandante do Setor Leste, que sempre se apresenta no centro dos acontecimentos, em seu livro de depoimentos. D. Alzira indica, aliás, que considera aquelas declarações cheias de inverdades. Desejamos saber, a seguir, se tinha alguma opinião sobre o caráter separatista que teria tomado a Revolução de 32.

— Esse caráter separatista apareceu no final. Não é aliás um segredo que os insurretos procuraram obter o reconhecimento internacional do "estado de beligerância". Houve mesmo alguns indivíduos (um deles político ainda vivo e muito conhecido) que procuraram entrar em contato com entidades não-governamentais norte-americanas, buscando apoio para o movimento.

— E 1935, D. Alzira? A senhora pode dar algum depoimento sobre a alegada denúncia que teria sido feita por Pedro Ernesto, comprometido com a Revolução? E terá sido mesmo o General Góis quem levou ao Presidente da República a notícia do levante?

— Em 1935 eu não estava aqui e não posso dar depoimento pessoal sobre isso. Sei apenas que quando Góis

foi a palácio papai já tinha seguido para o Campo dos Afonsos, que era um dos focos da insurreição.

— Chegamos praticamente em 1937. Na sua opinião, nesse ano, seu pai promoveu o golpe de estado ou viu-se, simplesmente, forçado a aceitar uma imposição dos militares?

— Nem isso, nem aquilo...

E, animada:

— O "Chico" Negrão já deu uma vez uma entrevista defendendo a tese de que 1937 salvou a democracia. O país estava à beira da guerra civil, com a luta aberta entre o integralismo e o comunismo. A guerra se aproximava. Havia o perigo de sermos apanhados inteiramente desprevenidos. O senhor me diz que o comunismo já tinha sido esmagado em 1935. Sim, em parte. Mas a conspiração dos dois grupos extremistas prosseguia: pouco antes de 1937 foram presos no Rio Grande do Sul vários comunistas a serviço do Flôres.

De fato, o movimento militarista já existia antes. Mas meu pai deu-lhe caráter civil.

— A senhora acha que, em caso de recusa de seu pai, o General Dutra, que era o Ministro da Guerra, poderia passar por cima dele e dar o golpe à sua revelia?

— É preciso não esquecer que o Góis estava na chefia do Estado-Maior...

— Visto por esse ângulo o golpe, como seria explicável o convite feito a Plínio Salgado para ocupar a pasta da Educação?

Esta foi a única vez em que tivemos a impressão de que D. Alzira sentira necessidade de medir a resposta.

— Havia a impressão de que o integralismo possuía mais raízes do que realmente tinha. Os propósitos construtivos que apresentava (não se pode negar que Plínio Salgado é um homem culto e inteligente) conduziam, por outro lado, a essa situação. Esse convite, entretanto, foi para mim uma profunda contrariedade. Estive zangada

Dêsses canaviais subia a canção magoada dos eiteiros. Eles próprios gemiam sob o arco invisível das brisas como os carros de bois gemiam em seus cocões (2). Assim como escuto, ainda hoje, o gemido dêsses canaviais e dos carros de boi rodando lentos e pesados para a moita (3), ouço também a triste canção de todos os escravos — pretos brancos e mulatos — plantando, limpando, cortando e cevando (4) a cana.

Filho, neto e bisneto de senhor-de-engenho, aprendi a amar êsse oceano verde, a dessedentar-me na torrente turva do caldo de cana, de espuma branca, brotando das moendas, a devorar cheio de apetite o mel com a macaxeira espedaçada e fumegante, a vetar (5) das grandes cubas de madeira o açúcar côr-de-ouro faiscante. Como poderia passar pela minha cabeça a idéia de atear fogo a um canavial, em que, menino, muitas vêzes ajudei os trabalhadores a apagar incêndios, investindo de ramo verde nas mãos contra a chama violenta? Seria o mesmo que incendiar a própria poesia.

Há trezentos anos passados, quando o Brasil dava os primeiros passos, já havia incêndios de canaviais. E quem ateou fogo às canas, em Pernambuco, pela primeira vez, foi o bravo João Fernandes Vieira, senhor-de-engenho, para não entregar ao holandês a riqueza mais cobiçada pelo europeu, naquele tempo. Hoje é ainda o senhor-de-engenho quem mais incendeia canaviais em Pernambuco. Por abertura financeira força, assim, a moagem de suas canas pela usina. E recebe mais depressa o seu quinhão para pagar o colégio dos filhos e comprar a roupa da festa. Outros, por economia, deixam de dar a última limpa e o mato cresce com a cana que é, agora, fina e dura, raquítica como uma taboca, mas rica em sacarina, porque é o fruto de uma seleção, como a POJ e a Climatôris, entre muitas variedades. O corte da cana, dentro do mato, torna-se antieconômico e lento. A solução: o incêndio. Essas coisas não se dizem. Há, é certo, outras causas para êsses incêndios: fagulha de locomotiva, ponta de cigarro, bucha de espingarda. O camponês, mesmo injustiçado, perseguido, vilipendiado, submetido a todos os processos de espoliação, só incendeia canavial quando é um doente, um piromaniaco. Afinal de contas Nero incendiou Roma. E o próprio Deus de Israel fêz arder sob o fogo Sodoma e Gomorra.

E quanto aos assassinatos de senhor-de-engenho? Eis outra lenda que se espalhou a meu respeito nos primeiros anos de luta. É possível que o nome de Julião tenha sido até associado ao de Lampião. Houve tempo em que ninguém quase me apertava a mão na rua ou se demorava em palestra comigo numa esquina qualquer. Era o temor de que a bala do capanga errasse o alvo. Colecionei ameaças de morte como outros colecionam selos, flâmulas e até imagens de santos. Fiz testamento e seguro de vida. Havia nos olhos dos amigos, na sua voz, nos seus gestos, algo de fúnebre, de patibular, de além-túmulo. Vários dêles vieram espiar-me (6) como faz a gente simples do campo quando visita um moribundo. Houve, é certo, preparação psicológica e até material contra a minha pacata vida. Mas houve, ontem, muitos menos do que hoje, o receio de que talvez fôsse pior, porque o melhor mesmo era não fazer o mártir. Fôra o toque do bom-senso. A nota da civilidade. A bossa nova, talvez. Deixar vivo para ver como é que fica. O tempo foi passando. A campanha tomou corpo. Os embates eleitorais, dando ensejo às denúncias em praça pública, nos comícios populares, de que o campo era uma chaga dolorosa no corpo da nação; o duelo pela imprensa; e pelo rádio; a industrialização; o avanço do socialismo dividindo o mundo, como uma laranja, em duas bandas; o esputinique, depois o lunique, e Fidel Castro; e a inflação; e Nasser, e a Argélia; e Acra, e Bandung, e o Cairo, e a Conferência dos Povos Subdesenvolvidos, e a China, tudo juntou-se às sécas do Nordeste, aos artigos de Antônio

Callado, aos congressos sindicais e estudantis, aos encontros dos bispos, e o certo é que logrei escapar das mãos de Caim. Na verdade, como poderia um bacharel em direito, filho, neto e bisneto de senhor-de-engenho, acostumado a lidar com os códigos, que sempre exaltou o voto, a democracia, a liberdade, pensar numa solução de sangue quando todos os caminhos, hoje, levam, inevitavelmente, à reforma agrária? Por que a sede de sangue se o que há é fome de terra? Abater um senhor-de-engenho seria para mim um parricídio pois venho dêle, dêsse ente contraditório, paradoxal, dialético, que tem dentro de si mesmo impulsos generosos e gestos de escravocrata, arrancos de D. Quixote e prudências de Sancho Pança.

Dir-me-ão que traí a minha classe. É certo. Estou, ideologicamente, em pensamentos, palavras e ações, com o camponês. E fi-lo, pode parecer inacreditável, em boa parte por amor à gente de quem descendo. Não quero vê-la pendurada nos postes ou esmagada pelo tufão da ira popular. Prefiro que ela se desfaça dos seus domínios amaldiçoados pela imprecisão dos escravos que, durante séculos de dominação do latifúndio, vêm arrastando a corrente que os degrada e sendo açoitados pelo látigo do feitor, a ter de assistir ao seu desfile diante dos tribunais populares para que eles ouçam o terrível libelo acusatório contra os seus antepassados e eles próprios. Vamos seguir a sabedoria de Antônio Carlos, o grande mineiro: "FAÇAMOS A REVOLUÇÃO ANTES QUE O POVO A FAÇA."

Foi por assim pensar que partimos com as Ligas Camponesas. Para os empedernidos, os obscuros, os que giram em torno de si mesmos, começamos muito cedo. Para os camponeses, os escravos, chegamos tarde a fim de arrancá-los da servidão e do silêncio que sobre eles os séculos fazem pesar. Estamos na era atômica e eles em plena Idade Média.

Encontramos, afinal, o caminho da liberdade. E por ele vamos, tombando aqui um soldado, outro adiante desertando, mas vendo crescer, dia a dia, a legião dos humildes, dos de-pouca-terra, dos sem-terra, todos recitando êsses versos que compus para eles, e que poderão ser, se lhes derem uma música, o Hino das Ligas Camponesas.

Companheiros e irmãos de sofrimento
Nosso canto de dor sobe da terra
É a semente maldita que o vento
Espalha pelo vale e pela serra.

(Estrilho) A bandeira que adoramos
Não merece ser manchada
Com o sangue de uma raça
Prêsa ao cabo da enxada.

Não queremos viver na escravidão
Nem deixar o campo onde nascemos
Pela terra, pela paz e pelo pão
Companheiros, uni-vos e marchemos!

(Estrilho) A bandeira que adoramos
Não merece ser manchada
Com o sangue de uma raça
Prêsa ao cabo da enxada.

Nossas mãos só têm calos de ouro
Atestando o trabalho honrado e duro
O Brasil sem nós não tem tesouro
Sem nós o Brasil não tem futuro.

(Estrilho) A bandeira que adoramos
Não merece ser manchada
Com o sangue de uma raça
Prêsa ao cabo da enxada. Δ

1) MANGAGÁ: Maribondo negro e valente que esconde a casa nas moitas dos desampados, quase rente ao chão. Sua picada é dolorosíssima e causa febre e calafrios.
2) COCÕES: Paus de madeira de lei engastados sob a mesa do carro de bois para sustentar o eixo. 3) MOITA: A casa de fabricar açúcar. 4) CEVAR: Colocar canas nas moendas. 5) VETAR O PÃO: Inverter a cuba e movimentá-la até extrair o pão de açúcar cristalizado. 6) ESPIAR: Visitar o doente quando está moribundo.

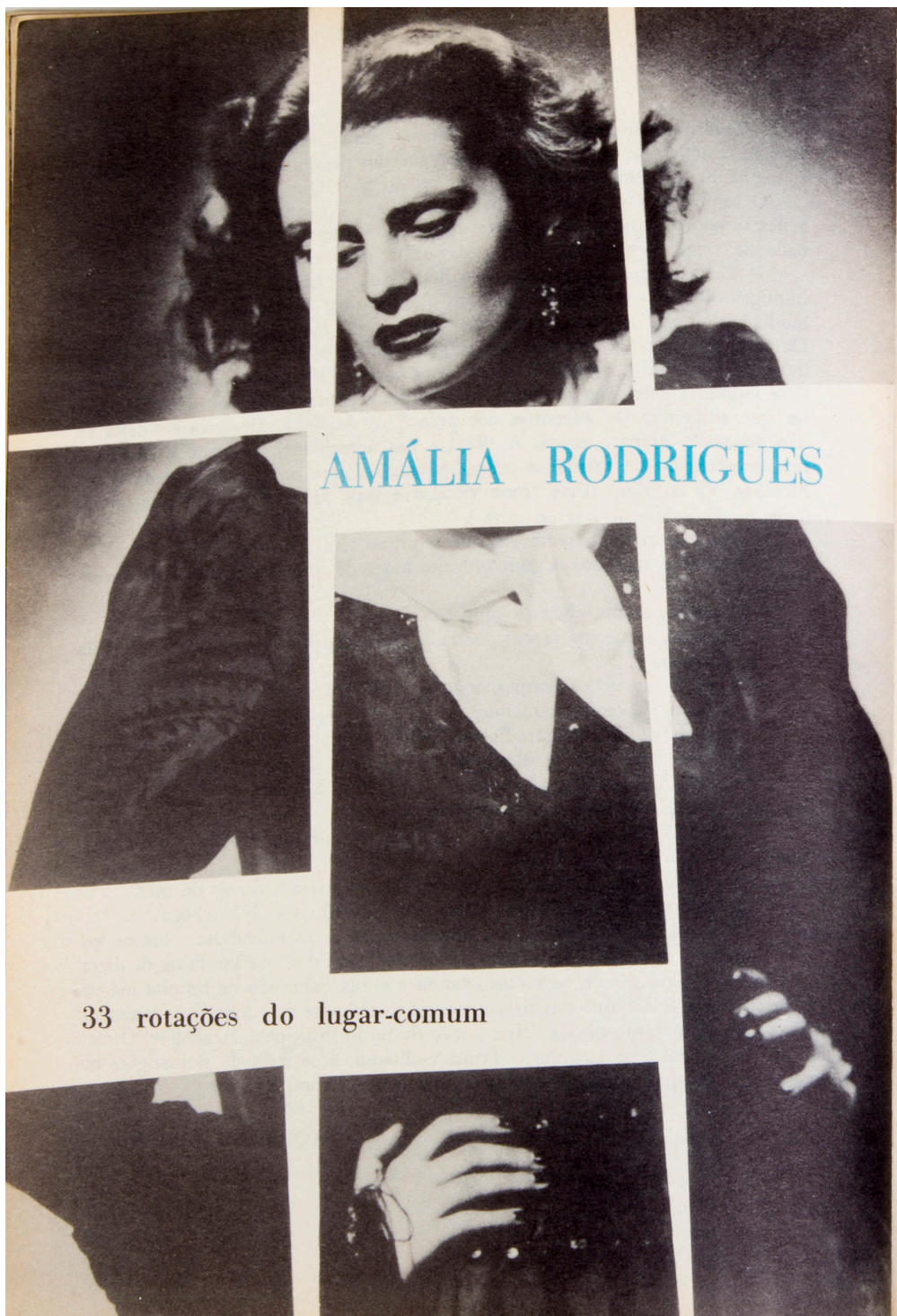
Fotos de FLÁVIO DAMM

Carioca



AS RAINHAS DO "STRIP-TEASE"

SR. n° 17 (julho 1960)



AMÁLIA RODRIGUES

33 rotações do lugar-comum



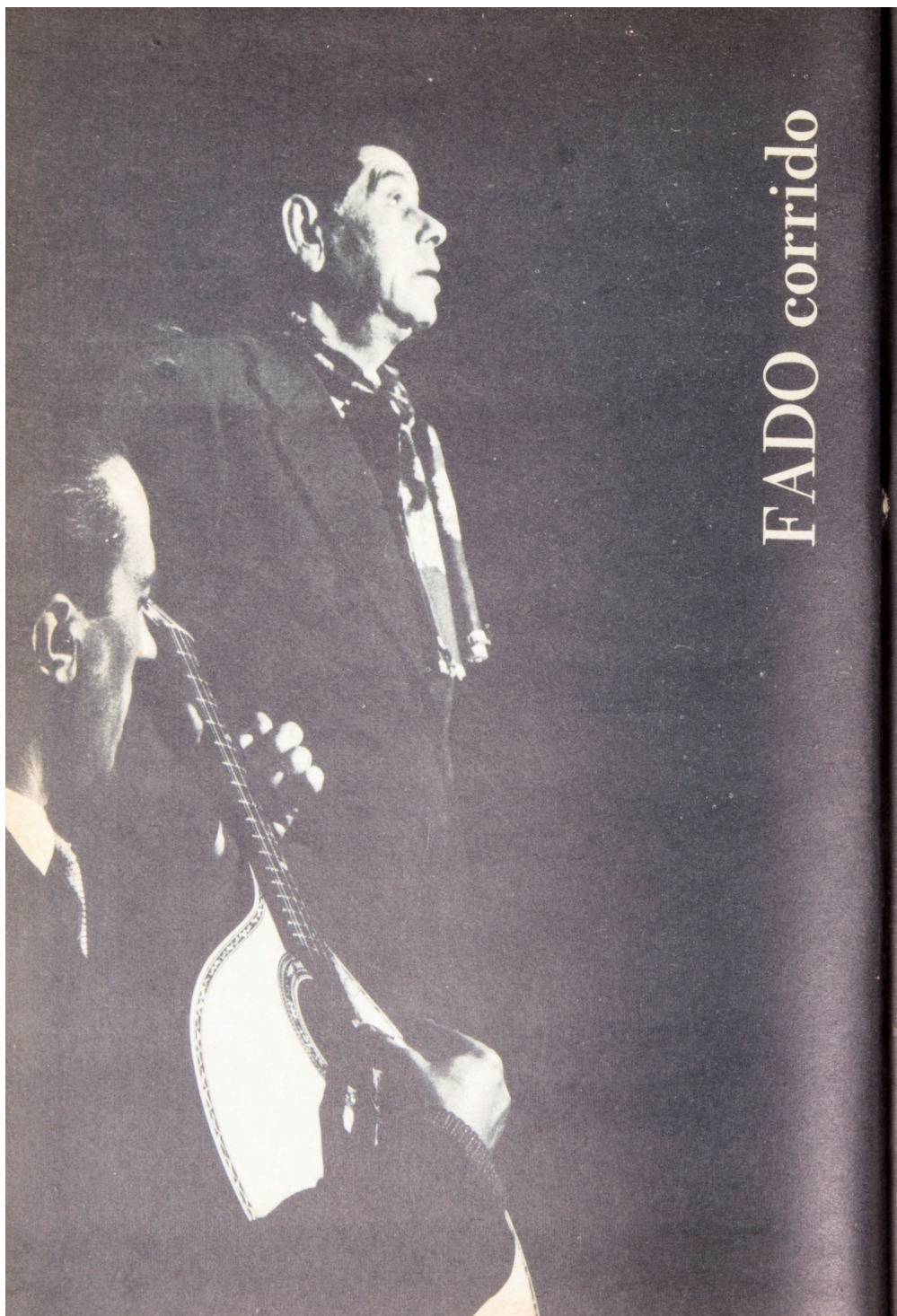
FOI para aí há doze anos. Xico Botelho, vagabundo militante e pintor de talento, que espargia a sua saudade lisboeta pelos salões da Barata Salgueiro, mais a contar histórias do mundo que conhecia do que a desenhar figuras nas aulas de ornato, começou um *crayon* de uma rapariga com xaile e olheiras de cílios, de quem tomara apontamentos furtivos durante deambulações marialvas por um Bairro Alto noctívago — mas já «fané» pela propaganda do nosso departamento da dita. Topara-a, disse na sua voz nasalada e cautelosa, numa casa de fados. À hora em que a noite tem um colapso e entra, decidida, a madrugada dos galos. Era uma mulher sem idade, de longos e belos cabelos, cansada do cansaço, que tinha uma popularidade familiar e caseira e que cantava uma Lisboa de que só os predestinados têm conhecimento. Possuía uma invenção súbita do amor, uma truculência de moça de bairro, um jeito pagão de deusa de ritual negro. Punha as mãos em reza e suplicava afagos, abraços e ternuras indizíveis. Clamava, carpia, soltava preces e cânticos de uma liturgia ímpia. Xico Botelho desenhou-lhe um busto muito belo, e Costa Pinheiro, hoje radicado em Munique e pintor, também, iniciou-se na nova religião, e fez um poema à rapariga que cantava fados:

*Os teus cabelos,
feitos de noite escura e pesadelos,
vão abarcar os mares
e pisar continentes,
beijar as pradarias*

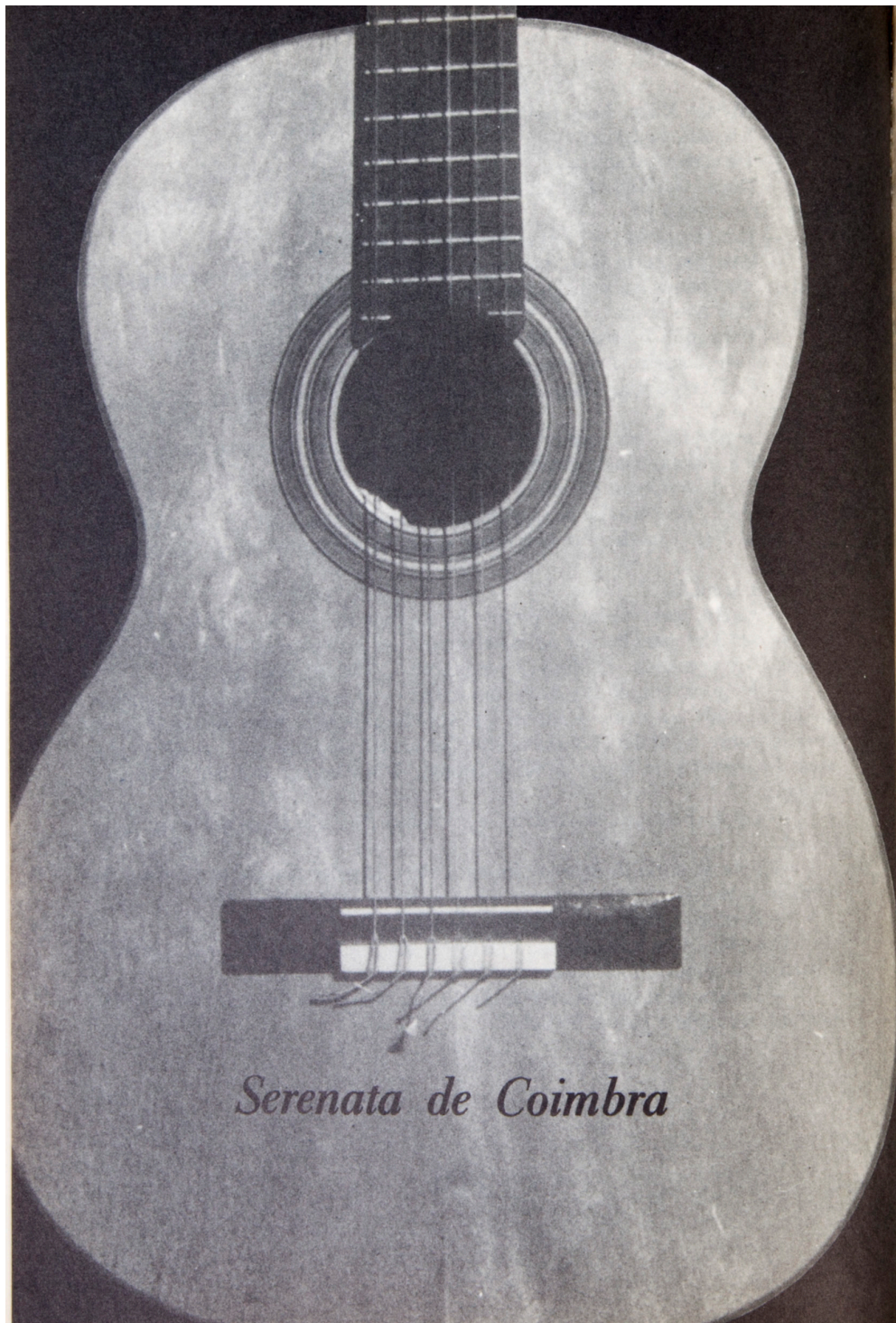
*incendiar os lagos,
levantar tiras de pó, nos caminhos do
[mundo,
e fazer do silêncio um silêncio profundo.
Os teus cabelos,
feitos de noite escura e pesadelos,
vão para a sua aventura
cheios de estrelas e de sonhos belos.*

PINHEIRO tornava-se um gesticulante aliado do Xico Botelho, e, na sua pitoresca terminologia, afirmava que a rapariga tinha, sobre todas as outras, a vantagem mastodôntica de não cantar com voz ortopédica. Meteu o poema num sobrescrito, após um selo e, na sua caligrafia de maiúsculas, escreveu: PARA AMÁLIA RODRIGUES. Apenas isto.

FOMOS todos lá, numa noite de chuva que encetava um mês, fartos, portanto, de recursos esportulados ao pé-de-meia paterno. Pouca gente, que a fama da rapariga era coisa de cidade portuguesa. Filipe Pinto menos rugoso e mais afiambrado, e tremuras nas mãos fibrosas, apelava por silêncios, sobretudo quando Raul Neto Chaves, recém-vindo de fomes parisienses, elevava mais a voz, a recitar mal bons versos de Paul Eluard. Beberricávamos conhaque velho, na fartança de dinheiros tidos sem fadiga, quando espiámos, na mesa ao lado, um grupo selecto de cavalheiros e damas, que falava francês baixinho. Num homem rotundo e espesso reconhecemos António Ferro; e Neto Chaves, sempre atento, informou que um



O Fado tem uma ficha imprecisa. Acerca das suas origens e da sua «definição» tem-se desenvolvido toda uma literatura mais ou menos «panfletária», com variações sucessivas em torno do castiço e da portuguesidade, glosando os motes das submissões sentimentais e do fatalismo histórico. Conhecem-se mil e uma «cantigas» (como dizem na intimidade os legítimos cantadores) em que se «explica» o Fado. Fado é ciúme, Fado é nostalgia, passado, arrogância de macho, etc., etc. Conhecem-se iconografias, resenhas bibliográficas e elegias históricas da chamada «canção nacional». E todavia as sucessivas peregrinações dos investigadores às raízes do Fado conduzem sistematicamente a um terreno de hipóteses confusas e a uma legitimidade nacional bastante problemática...





AS variadas mitologias portuguesas, uma das que mais têm resistido ao rodar dos tempos é a da Academia de Coimbra.

As variáveis comuns a todas as Academias encontram-se lá. E mais uma — o ambiente. Este parece continuar ainda hoje a explicar uma fenomenologia discutível, no entanto com talvez mais adeptos do que detractores.

— A irreverência fisiológica só encontra frenagem no apertar do cinto do fim do mês.

— O **futrica**, especialidade local tão característica, tem por única função fornecer brotinhos para os bailes do Grémio Operário.

— O Magnífico Senado, pairando acima da turba sapiente, com as azuis arentas e denso prestígio sonorizado a charamela e tecnicolorido na gama cromática das Faculdades.

(Cecil de Mille não pediria mais...)

O resultado, a ser diferente, admiraria. Talvez esteja aí a razão da sua perenidade.

Há no entanto uma instituição cujo valor formativo não tem sido totalmente aproveitado. A república representa um cadinho onde se queimam as raízes do egoísmo e onde se consegue, em grande grau de pureza, o sentido da solidariedade. A vida em comum não se compadece com as melhores qualidades histrionicas. Essa é uma das vantagens maiores da vida académica de Coimbra e por isso devia ter um maior fomento.

Andamos todos os dias a encontrar antigos contemporâneos da Universidade e todos os dias nos pasmamos do que eles faziam ou foram capazes. Mas é muito difícil esquecermo-nos quanto a um antigo «repúblico». Entre eles é quase impossível fazer batota. Todos os académicos de Coimbra tiveram as suas histórias. Não se pense que são inventadas. Só quem por lá passou sabe da verdade desta afirmação. Pequenos ou grandes exageros — sim — mas sempre um fundo de grande verdade.

Existiram os Castelões, os Pad'Zé, os Rantelhões, os Picas. São os «monstros sagrados». Também por isso se contam pelos dedos. Mas esses não seriam possíveis neste «filme sem subsídio»...

Vai-se contar em curta metragem um episódio também verídico que poderia ter por título «Os padres dão tiros?» ou «O que custa ser herói». Os actores foram recrutados entre habituais figurantes. As primeiras sequências mostram um académico, antigo seminarista conhecedor perfeito da arquitectura do Seminário, entusiasmando os componentes duma república imaginária a assaltarem o bem recheado galinheiro arcebispal. Nesta altura, o realizador esteve tentado a introduzir uma sequência na qual se demonstrava que a tendência ao assalto das capoeiras não era directamente proporcional às necessidades gástricas, mas antes a um atavismo histórico frustrado. Mas autocensurou-se.

Após pequena hesitação, a ideia é aceita por unanimidade, pedindo-se no entanto um desenho o mais possível detalhado da topografia do terreno e localização perfeita das instalações capoeirais.

Em grande plano aparece a seguir o **grão suplibilo** com o semblante carregado e ar de responsabilidade castrense, que vão tão bem aos chefes do Estado-Maior. Um encolher de ombros seguido dum acenar de cabeça no sentido ântero-posterior — trocado em miúdos na gramática cimentográfica — querará dizer ALLEA JACTA EST. Informação sumária dos acessos ao local do rapinango feita só pelo Estado-Maior — **Cena seguinte.**

HISTÓRIAS DA TERRA MINHA

A direita de quem entra, naquela terceira ou quarta mesa do Restauração, quase todas as tardes o Dr. Edmundo Bettencourt toma a sua **bica** e se demora na tertúlia. Sob os olhares atentos dos dois sujeitos que pontualmente **marcam** o ambiente e estudam palavras cruzadas, sussurram-se anedotas, reconstrói-se a **boémia** de Coimbra, **repete-se** o gesto de César, polegar virado para baixo, e o lente é condenado...

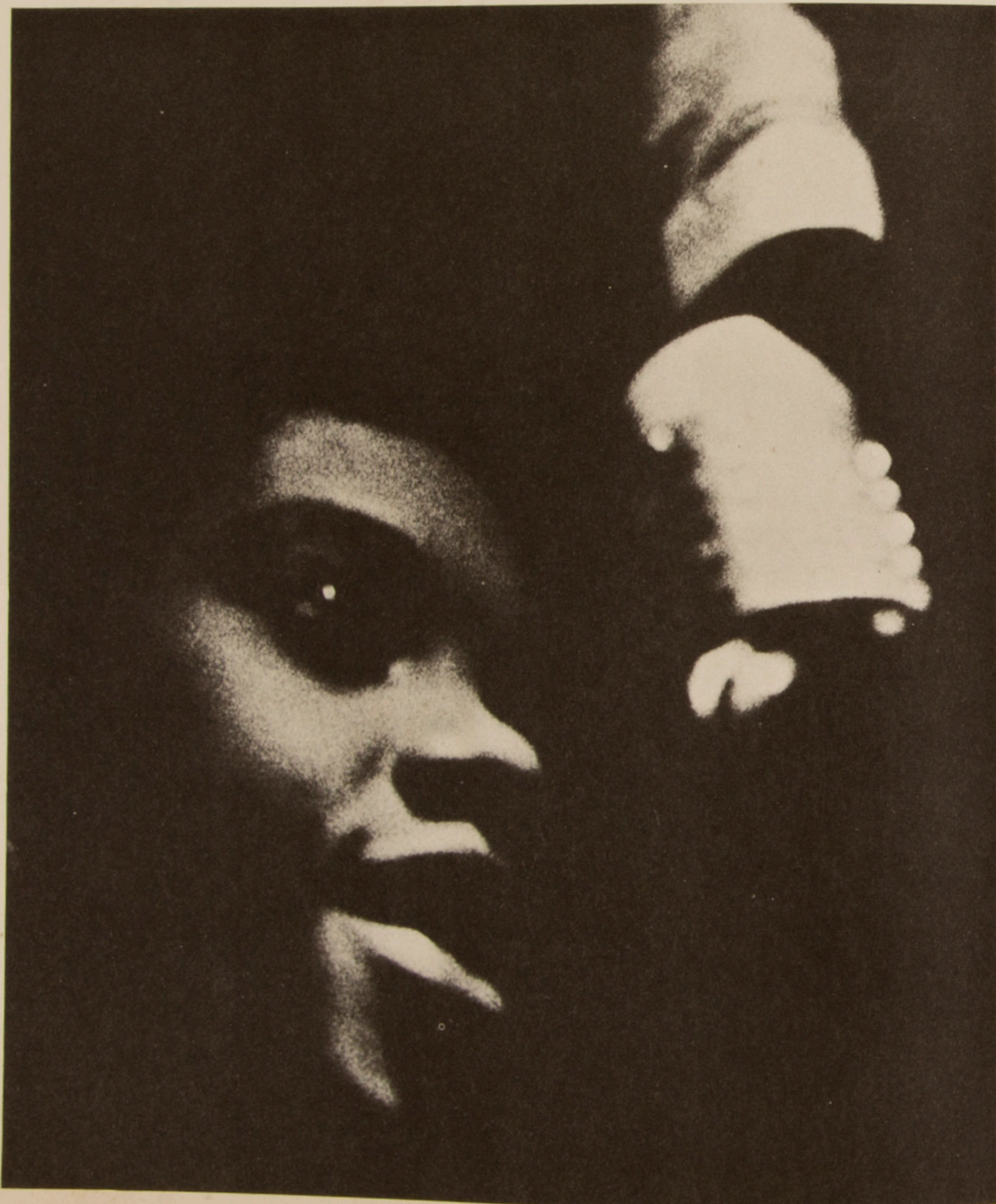
A maior parte das recordações da vida académica de Edmundo Bettencourt pertence já a uma tradição que muitos jornais revelaram. A «Presença», as serenatas e a **boémia** fértil (aquela serenata de latas ao António é um espanto!) já só espremidas escorrem alguma gota. No entanto...

A esta altura o Sr. já viu muita coisa inédita: luzes côm-de-rosa, verde e azul combinando com as músicas que vão sendo executadas. O porteiro uniformizado de cáqui. As damas sentadas em poltronas como as de um cinema, às ordens dos cavalheiros para dançar (exclusivamente). Cavalheiros e damas dançando, com figurações artísticas de primeira qualidade e com sabor muito próprio. Se o Sr. quiser dançar, dance. A pista é uma pista, não é um espaço perdido entre as mesas. Só, escolha a dama que melhor lhe pareça e convide-a para dançar. Ela nunca recusará. Quando terminar de dançar (a música não pára), agradeça e — principalmente — entregue o cartão. Cada música que o Sr. dançou (isto é, cada minuto) será marcada no cartão. E cada furo no cartão custar-lhe-á, no fim da noite, oito cruzeiros.

É claro que o Sr. pode levar a sua companhia, inclusive sua senhora. Exige-se o máximo de respeito no local. E isso representa uma economia, já que os cavalheiros acompanhados não perfuram cartão.

Mas o que realmente importa, melhor do que tudo, é a música. Saiba que ali estão, nas duas orquestras que se revezam, os mais bem pagos músicos do país. E, habitualmente, os melhores, inclusive alguns professores das nossas mais sérias orquestras sinfônicas. Além disto, os cantores são o que se pode exigir de não sofisticado, não comercial.

Quando nós tivermos, finalmente, com a cabeça no lugar, o Avenida será um dos esteios da noite carioca. E nós, provincianos, temos que gozá-lo agora. Porque, não demora muito, esses locais tornar-se-ão sofisticados centros da noite turística carioca. Competindo com o Crazy Horse Saloon e coisas do gênero. Δ



O CA MI NHO DA LI BER DA DE

FRANCISCO JULIÃO

TENHO sido acusado, em Pernambuco, de incendiário de canaviais e de assassino de senhor-de-engenho. Vez por outra, no curso dos últimos cinco anos, os jornais estampam essas notícias com sensacionalismo. Tornei-me assim um dos homens mais em evidência neste país, só porque mexi na moita do mangagá ⁽¹⁾. Não passo, na verdade, parodiando Eça de Queiroz, de um pobre homem do Bom Jardim, uma cidadezinha ladeirosa, triste e decadente, berço do Barão de Lucena, de Justino da Mota Silveira — médico de fama, de Dirceu Borges — jurista notável, e de Livino Ferreira — o Mestre Vivo, famoso compositor de frevos carnavalescos. Ali vivi toda a infância à sombra dos canaviais. Naquele tempo, os canaviais eram de “flor-de-cuba”, de “caiana”, de “cristalina”, de “preta” e de “crioula”, imitando as três raças e as misturas que fizeram o Brasil.

**AS LATI-
TUDES
DA
FELI-FRA
CIDADE**

As mulheres francesas são tolerantes, argutas e ciosas da sua independência. Amam a inteligência e detestam a hipocrisia.

A parisiense: um mito que se mantém. É melhor deixá-la como a imaginação dos seus fans, através do mundo, a tem construído. Para quê insistir, por exemplo, no facto apontado pela estatística de ser Paris a cidade da Europa em que o consumo de sabão é proporcionalmente mais baixo? Há a parisiense com a face e o corpo de Brigitte Bardot (no filme «La Parisienne» a cena mais importante passa-se na casa de banho da muito parisiense Brigitte Bardot); há a cínica da comédia de Berque; há a rapariga apresentada em milhares de formas diferentes pelos pintores, de Van Dongen a Domergue. Há a parisiense de Prévert com a sua «fúria de viver» e há a que se mostra aos turistas nessa espécie de Jardim Zoológico que se chama Place Pigalle. Há a parisiense de cabelo comprido e roupas negras, à Juliette Greco, falando arrastadamente de folhas caídas e do ódio dos domingos, entre as ruínas sentimentais de Saint-Germain des Prés; há mais a representante da geração negra que

anda de «scooter» ou no *Jaguar* com rapazes em «blue-jeans»; a que segue a moda da última Lolobrigida; as gatinhas à Audrey Hepburn, ou à Marina Vlady, ou à Brigitte Bardot e ultimamente até à maneira das ninfas do Fragonard. Há a parisiense que calcorreia muitos quilómetros por dia, perfumada e vestida segundo a última e mais elegante das modas, diante das mais ricas mulheres do mundo, nos salões de *Haute Couture*, e a rapariga que, em salas muito mais pequenas, e diante de um público de homens se despe com a mais excitante lentidão. Podemos mencionar ainda a «midi-nette», que se aventura à noite, pelos vários bairros, e Mimi de *Bohème*, mas continuando no campo *Eros*.

Há, além destas, as centenas de milhares de parisienses que passam duas horas por dia no *metro*, comem *sandwiches* à pressa ao meio-dia, e não têm tempo para se dedicar a essa elegância pela qual são, erradamente, célebres. Há as parisienses que podem ser vistas abraçadas aos seus queridos nos lugares mais iluminados e desconfortáveis. Esta é uma das características. Pode até supor-se

NÇA



Das ninfas de
Fragonard à
Brigitte Bardot —
dois séculos
de beleza feminina

Como Inc

JOÃO BETHENCOURT

Delinqüên e Suas Va

UMA das características mais importantes, hoje em dia, de uma grande cidade é, sem favor nenhum, a delinqüência juvenil. Nenhuma grande cidade é realmente grande se não puder orgulhar-se de uma boa percentagem de juventude transviada, a qual possa, de fato, impressionar o estrangeiro ilustre ou mesmo o simples turista.

Há, contudo, administradores retrógrados, que não se importam com esta exigência da vida moderna e que fazem o possível para diminuir o prestígio de sua "urbs" — seja reduzindo o número de jovens delinqüentes, seja deformando as estatísticas que revelam a sua verdadeira proporção. Poucas semanas atrás, por exemplo, uma cidade latino-americana de certa importância viu-se gravemente prejudicada pela imprudente declaração de seu Juiz de Menores, o qual, num banquete oferecido pelo Lions Club, declarou:

"Llenos de um gran orgullo patriótico, es con placer que comunicamos a Ustedes la extinción completa de la llamada delincuencia juvenil. No tenemos más, en nuestra ciudad, delincuentes juveniles: todos los nuestros delincuentes son, desde ahora, mayores."

Esta notable victoria fué obtenida gracias a un método práctico, verdadero obo de Colombo: acá nós extinguiamos, definitivamente, el menor. E, extinguiendo el menor, extinguiamos, automaticamente, el menor delincuente."

Ora, como um dos atrativos turísticos maiores dessa cidade era precisamente a sua delinqüência juvenil (que a todos seduzia com o seu "charme" exótico e pitoresco),

a redução do turismo foi imediata e flagrante. Abalou gravemente a disponibilidade de divisas do país e provocou uma violenta alta no custo de vida. Houve, pois, como sempre há nestes casos, pronta intervenção das forças armadas, que souberam naquele momento da conjuntura nacional, agindo com alto espírito patriótico, depor o Presidente da República, fechar o Congresso e liquidar com a democracia para os próximos 50 anos. Tudo isto, porém, mais a demissão do Juiz de Menores, pouco ou nada ajudou, porque a juventude delinqüente, justamente ferida em seus bríos, entrou em greve por prazo indeterminado, recusando-se a continuar delinqüindo, mesmo em benefício da pátria.

Isso demonstra quão delicado é o problema do menor transviado e com quanto tato devem agir as autoridades a fim de não ferirem susceptibilidade de quem quer que seja.

O PROBLEMA NACIONAL

POR sorte, em nosso país, o perigo não é imediato (embora exista) e graças à eficiente atividade das autoridades jurídicas e policiais, a nossa juventude transviada encontra-se em formidável estágio de desenvolvimento. Promete mesmo crescer com a rapidez e o entusiasmo com que crescem as outras coisas boas em nossa terra, quais sejam, a inflação, o preço das utilidades, o empobrecimento da classe média, o cafajeste e a goiaba.

umentar a ia Juvenil tagens ■

Importante é não esmorecer, permitindo que entidades verdadeiramente patrióticas como a polícia, a censura, os órgãos encarregados da supressão do menor, continuem seu trabalho em ideais nobres e elevados.

Assim, as atividades de adolescentes devem continuar recebendo da imprensa o destaque que têm tido até o presente momento, dando-se preferência a flagrantes de curras, de batidas aparatosas da polícia, 98 investigadores cercando um casal que perturba a moral das famílias ao beijar-se numa praia deserta da Barra da Tijuca.

Igualmente educativo será o contato de jovens com soldados de polícia, guardas, investigadores, etc., que são, como se sabe, pessoas eminentemente bem dotadas para lidarem com adolescentes, não só pelo seu preparo cultural mas também pelo seu nível intelectual e sensibilidade. Aliás, é fato constatado que, depois de cada uma dessas batidas, intensifica-se de maneira notável e muito animadora a atividade dos moços delinquentes.

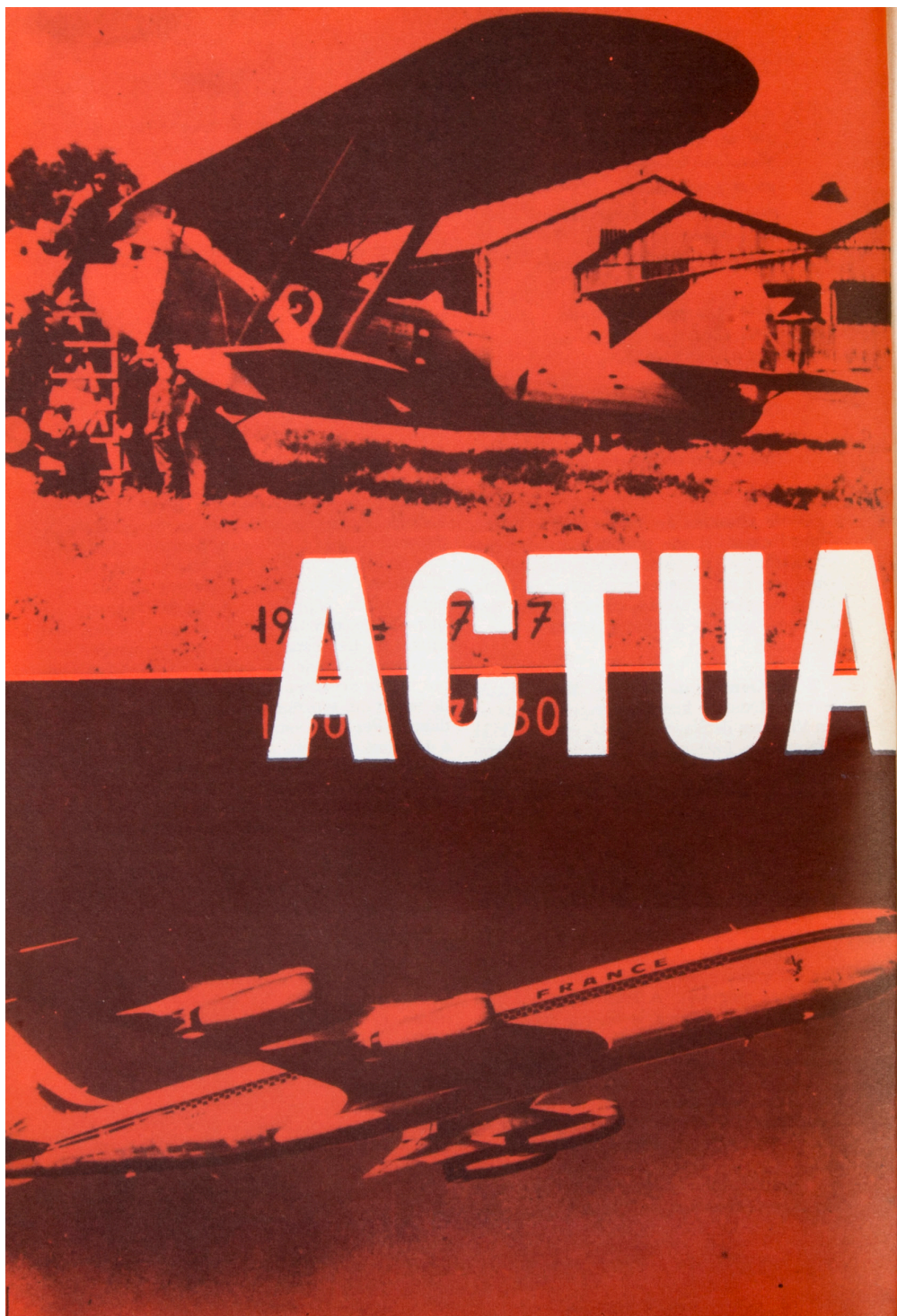
Também os estabelecimentos criados para a formação de jovens transviados devem multiplicar-se, pois a sua existência apenas nos grandes centros como o Rio de Janeiro não dá para suprir a crescente demanda de outros mercados do território nacional. Há urgente necessidade de criar mais institutos, onde o candidato a delinquente possa aprender no aconchego de celas promíscuas, no ameno recolhimento das enxovias e solitárias, através do sereno exemplo dos criminosos mais velhos e inspetores, toda a complexa técnica necessária que habilita o delinquente diplomado.

UM CASO DOLOROSO

COMO se vê o terreno é fecundo e a ação das autoridades eficiente. Contudo, muito longe estamos ainda de uma juventude delinquente ativa, de fato, e numerosa, que possa fazer jus aos nossos foros de país civilizado. Somos uma nação jovem, temos um longo caminho a percorrer, e se há muito que elogiar no que se fez até o presente momento, há também muito que criticar, muito que sugerir. E é o que faremos em seguida, dentro do clima construtivo que nos caracteriza.

Ora, justamente num dos setores mais importantes, no setor de proibições, verifica-se falha severíssima. A lei fundamental da natureza humana ("Quanto mais se proíbe uma pessoa de fazer alguma coisa, mais cresce a vontade de fazê-la"), tem sido muito pouco explorada. As proibições atualmente em vigor são um nada, uma ninharia, jamais levarão ninguém a revoltar-se de jeito algum.

Basta dizer que até às oito horas da noite menores podem tranquilamente permanecer em estúdios de televisão, quando sabemos que desde cedo, desde uma, duas da tarde, já se passam naqueles locais cenas absolutamente inenarráveis. Outrossim, qualquer criança pode ouvir, seja na TV, seja no rádio, depois das dez horas da noite, a palavra "amante", apesar da violenta taquicardia, náusea e dor de cabeça que a mesma palavra provoca em menores de 18 anos. E mais: em certos casos, menores podem até participar de peças de Shakespeare, Sófocles, Bernard Shaw, embora se saiba quão nocivos são os efeitos da boa literatura em gente jovem e até em gente adulta.



No dia 1 de Setembro de 1930, o Brégot, «Ponto de Interrogação», pilotado por Costas e Bellonte, ligava Paris a New York em 37 h e 17 m. Trinta anos depois desta façanha os grandes quadrimotores comerciais voando a 950 km, com 120 passageiros fazem o mesmo trajecto em 7 h e 30 m.

Estes cartazes colocados em Londres têm levantado celeuma e provocado discussões. Anunciam três produtos conhecidos: o «gin» Gordon, as lâmpadas Aladdin e a cerveja Guinnee. Até aqui nada de anormal. Mas os indivíduos que aparecem nos cartazes — são negros. Porquê? Perturbação das firmas perante os problemas raciais? As firmas entretanto dizem nada saber do assunto, tratar-se de um engano, etc. Mas o facto fica: no coração de Londres estes cartazes foram afixados.

LIDADES



ÊSTES são os dez métodos tipo que os homens vêm empregando há muitos e muitos anos:



1. O bruto. É o tipo mais comum. Utiliza-se apenas da sua masculinidade física para provocar a mulher. Não tem nenhuma sutileza. É rude, direto, simples, na maioria das vezes decepcionante.

2. O casamenteiro. Também é um tipo comum. Faz as mais apaixonadas declarações de amor. Chega a repetir frases ouvidas em filmes ou lidas em livros. Diz poeminhas. E chega a sugerir o casamento. Depois diz ele, "como aos olhos de Deus o homem e a mulher já são praticamente casados, por que não antecipar os prazeres da vida em comum?" As mulheres de certa experiência, diante de tal técnica, dão boas risadas e convidam o homem a desaparecer. O pior é que há homens que casam mesmo, para conseguir seu objetivo.



3. O comprador. É outro tipo fácil. Chega com presentes. Torna evidentiíssimo que não quer compromissos, que está realizando um negócio e que não admite complicações. É, antes de tudo, um bruto.



4. O irmão mais velho. É o tipo conselheiro. Aproxima-se da gente para ser o amigo que procurávamos. Mostra-se compreensivo, atencioso, carinhoso. Perde noites inteiras ouvindo nossas histórias e desventuras. Aconselha-nos. Oferece-se para brigar com todos os que nos ferem. É um paciente, principalmente. Tem todo o tempo do mundo para preparar o bote. Um dia, quando menos esperamos, estamos nos dentes, convencidas de que este é o homem da nossa vida. Nada disso. O tempo todo ele só tem uma idéia na cabeça, exatamente aquela que agora aceitamos.

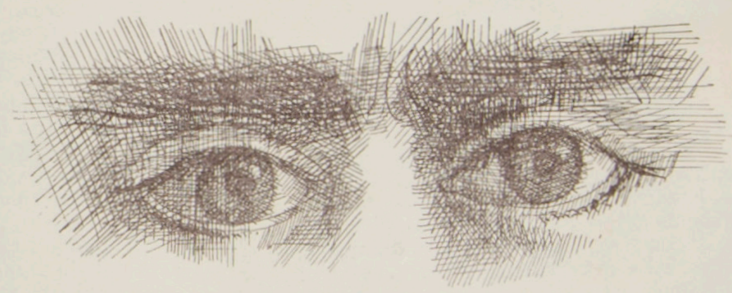
5. O canastrão. É, em geral, um homem casado. Diz que é infeliz, profundamente infeliz. Sua mulher não o compreende, os filhos fazem o seu martírio, o patrão e os colegas não entendem o seu valor. Reclama a falta de carinho do mundo. Ameaça suicídio. Mas não está nunca disposto a abandonar a mulher, os filhos, o patrão, os colegas ou a vida. "A sociedade, sabe?" — é a sua explicação. Apela para os nossos sentimentos maternos. Vai ao requinte de chorar.

6. O filósofo. É o mais divertido. É um homem de aparente cultura. Começa sempre a conversar sobre a situação atual do mundo. Mostra como tudo mudou e como hoje não podemos mais pensar no amanhã. Afinal de contas, garante ele, "com bomba atômica, bomba de hidrogênio e tranquilizadores, com a Rússia e os Estados Unidos fazendo picuinha um com o outro, não haverá amanhã". Diz que "por isso e por tudo o mais é que se deve procurar viver cada segundo com intensidade, sem pensar no amanhã e lembrando que a noite é nossa hoje, agora mesmo". As moças (principalmente), emocionadíssimas, perdem a virtude assim.



7. O ateu. É um individualista. Para ele "a velha moral não vale mais nada" (menos para sua família, é claro). Diz que "as coisas hoje são vistas através de um novo ângulo (o que mais lhe convém no momento), e que isso é muito natural". É um superior: "que importa o que os outros pensam de nós? Só importa o que nós pensamos de nós mesmos". E muita moça pensa que ele pensa diferente dos outros; e cai.

8. O freudiano. É um técnico. Sabe tudo o que há sobre complexos e preconceitos. Leu toda a obra de Freud e decorou o que mais lhe convém. É capaz de provar com a mais espetacular argumentação que "a supressão dos desejos cria os mais sérios problemas, acabando por desequilibrar a pessoa". Diz que "é preciso dar vazão aos desejos e sentimentos para não sofrermos recalques". Trata as moças como se elas fossem inteligentes. E elas, pela inteligência, para serem cultas, cedem.



9. O falso tímido. Procura sempre fazer com que você dê o primeiro passo. Não quer também complicações ou aborrecimentos. Detestaria ser chamado de sedutor. É dos que dizem "sei que você me ama como eu também a amo" e acrescentam: "Mas precisamos pensar bem". Garante que gosta tanto de você que "prefere ser honesto e insatisfeito". Acaba dizendo que está tão atraído que prefere "deixar de vê-la, para não perder sua amizade". Quando diz isso é porque sabe que está "no ponto". A moça, então, não permite que ele se afaste. Aceita o convite para o jantar e cede. Mas não acontece no mesmo dia. O falso tímido é também o falso honesto e recusa. Diz que "hoje estamos emocionados" e que prefere que ela pense no assunto, "resolvendo a frio". A moça fica pensando, pensando, pensando. No dia seguinte, enfraquecida de tanto pensar, acontece. Com a proteção o falso tímido ganhou mais confiança e mais prazer, como o atirador que "dá uma chance à caça".

10. O superior. É um tipo perigosíssimo. Não se interessa por sexo (segundo afirma). É, à primeira vista, honestíssimo, incorruptível, inconquistável. Não paga jantar, não convida para ouvir hi-fi em seu apartamento, não presenteia, não faz galantelos, não fala em casamento, não dá conselhos, não chora, não discute moral, nunca leu Freud. Mas também não é tímido. Faz-se de caça e em plena corrida pára, de repente, vira-se e ataca.

E pronto.

Não há como vimos, originalidade. E todos os métodos, do mais simples ao mais complicado, baseiam-se em primarismos. Mas adiantará ao homem procurar originalidade? Isto é segredo, que deve ficar entre nós mulheres: não. Adianta a nós mas não adianta a eles. Porque no fundo, no fundo mesmo, as mulheres é que escolhem e decidem quando, como e por quem vão ser conquistadas. △



HIDROMEL

Quando os "dog days" (no Rio de Janeiro, êsses dias de calor em fevereiro e março) chegarem, tome, numa vasilha, água de fonte; a três partes dela acrescente uma de mel clarificado; ponha essa mistura em vasilhas de barro e faça com que seja mexida longamente por suas escravas. Deixe a descoberto, protegida apenas por um pano fino, por quarenta dias e quarenta noites.

LAGOSTA À AMERICANA

A melhor receita para êste prato foi dada por Charles Monselet.

Tome a lagosta mais soberba e cheia de vitalidade que encontrar, corte em pedaços e jogue, ainda respirando (como?) em azeite do melhor, numa caçarola que já esteja sôbre fogo forte; acrescente sal, pimenta, alho picado, bom vinho branco, massa de tomates frescos, muito tempêro. Cozinhe mais ou menos meia hora; antes de servir, ponha um pouco de "consomé" meio gelado e polvilhe ligeiramente com pimenta-caiena.

Monselet declara que se a mulher de Putifar tivesse dado ao casto José esta iguaria não teria o desprazer de ter sido esnobada naquela histórica e memorável ocasião.

Realmente estimulante, acrescente.

TESTÍCULOS DE CORDEIRO

(Outra receita do antigo livro de cozinha de Scappi.)

Tome alguns testículos de cordeiro, limpe-os e remova-lhes as membranas. Ponha numa caçarola funda com gordura de capão ou um pouco de manteiga. Cozinhe-os lentamente de ambos os lados. Assim que absorverem a gordura, acrescente uma boa pilada de canela, dois ou três cravos e uma pilada de açafraão. Quando quase prontos, o suco de meio limão.



MIOLOS DE PARDAIS

Os pardais sempre foram considerados estimulantes. Aristóteles já escrevia: "Propter nimum coitum, viz tertium annum elaborantur". Também recomendados pela escola de Salerno. Tome alguns miolos de pardais machos e melade dêsse número em miolos de pombos que ainda não voaram. Pegue um nabo, uma cebola e cozinhe-os em caldo de ervilhas. Corte em fatias o nabo e a cebola, ponha-os numa caçarola funda com meio copo de leite de cabra e ferva o leite até que seja quase completamente absorvido pelos legumes. Depois, ponha nesse caldo os miolos e polvilhe-os com cravo moído. Tire do fogo assim que começar a ferver e sirva quente.

TORTA DE TESTÍCULOS DE BOI

(Do livro de Bartolomeo Scappi, cozinheiro particular de Sua Santíssima Majestade, o Papa Pio V.)

Para fazer esta torta de testículos de boi, tome quatro dêles e ferva em água e sal. Desembarace-os da membrana que os cobre. Corte em fatias, polvilhe com pimenta branca, sal, canela e noz-moscada. Prepare à parte um picadinho de rim de cordeiro, com bastante mólho, três fatias de presunto magro, uma boa pilada de manjerona, timo e três cravos.

Prepare a massa para torta. Depois, arrume em camadas no prato de torta, primeiro uma de presunto, outra com as fatias dos testículos, e assim por diante. Antes de cobrir a torta, regue com um copo de vinho. Ponha no forno e sirva quente. Δ



Menu



"GINESTRATA"

(Uma receita da Renascença.)

Bata seis gemas de ovos, acrescentando aos poucos um copo de Madeira, uma xícara de caldo de galinha e uma colher de chá de canela em pó.

Passa por uma peneira. Cozinhe em vasilha de barro, a fogo lento. Mexa constantemente, ajudando uma colherzinha de manteiga.

Quando engrossar, tire do fogo, despeje nas vasilhas que vão à mesa e sirva quente com noz-moscada e açúcar polvilhados por cima.

GELEIA DE MARMELO

Tome seis marmelos. Descasque-os, corte-os em pedaços, ponha-os numa panela com 250 g de passas, 250 g de ameixas secas, 250 g de cerejas em calda. Ajunte três copos de vinho branco, dois de vinho tinto, grãos de pimenta, cravos, um pouco de gengibre em pó e uma mão cheia de pinhões. Torre 450 g de pão e ajunte também. Ponha tudo numa panela e ferva lentamente, mexendo sem parar, para não pegar no fundo. Quando cozidos, o que você perceberá pela cor e pelo falo de os marmelos terem-se reduzido a uma pasta, ponha tudo numa forma e deixe esfriar.

Matioli diz que as mulheres que comem muito marmelo terão filhos de notável habilidade e energia.



Ponha numa vasilha um pouco de pão torrado; ajunte 150 g de açúcar, um tablete de açúcar saturado de essência de flor de laranjeira; rale meia noz-moscada e misture com a mesma quantidade de canela e gengibre em pó. Deite tudo isso numa vasilha, junto com um litro de boa cerveja escura, uma garrafa de "sherry" e um pouco de soda.

A soda é o menos importante dos ingredientes e pode ser dispensada.



BEBIDA PARA DEPOIS DO AMOR

Um quarto de copo de vinho Madeira, um quarto de copo, de Maraschino, a gema de um ovo, um quarto de copo de creme de leite e outro tanto de velho conhaque. Sirva sem misturar, tendo o cuidado de não deixar quebrar a gema do ovo. Deve ser tomado de um só gole.

(Altamente recomendado pelo meu amigo, barão de M..., diz o autor.)

"VULVAE STERILES"

Apicius dá cinco ou seis receitas desse prato no Sétimo Livro, chamado Polyteles. Os romanos eram grandes apreciadores dessa iguaria. Horácio faz-lhe o elogio na Décima-Quinta Epístola e também Plínio na sua História Natural, bem como Martialis.

Tome dessa parte da anatomia de uma leitoa, deite em mólho de escabeche de vinho branco, no qual foi antes cozida uma cebola picada, um ramo de alho, uma pilada de erva-doce, pimenta em grão, um pouco de gengibre, uma pilada de açafraão e sal.

Depois de ter deixado a carne assada nessa infusão por algumas horas, retire-a e cubra-o com farinha de trigo; ponha no fogo, numa caçarola, com uma colher mal cheia de azeite; deixe dourar de ambos os lados. Filtre o mólho e umedeça com êle a carne, de quando em quando. Quando estiver quase cozida, acrescente o sumo de um limão ou laranja e sirva quente.

GELEIA DE CRAVOS VERMELHOS

250 g de açúcar, um copo água, 250 g de cravos vermelhos e frescos. Soque num pilão as pétalas dos cravos, apenas a parte vermelha. Ponha o açúcar e a água numa panela até formar uma calda, deite então os cravos esmagados e deixe ferver muito lentamente, até que se tornem em pasta. Bata bem e despeje em pequenas vasilhas.

Essa compola é muito útil para as pessoas de temperamento frígido.



Um outro reparo: há no «Oh Lacerda» um único telefone que esteve todo o, almoço, ocupado pela proprietária do restaurante. Inútil será fazer comentários.

Por mais louvável que seja a «descontracção», deve dizer-se que só é de admitir nos restaurantes em que faça parte da «atmosfera» do mesmo e meia tonelada de cebolas penduradas no tecto não criam «atmosfera» que desculpe a «descontracção» das cozinheiras, das criadas e da patroa que fala ao telefone.

A Avenida de Berna não é St. Germain-des-Près, e nos restaurantes de St. Germain-des-Près, a descontracção é estudada e acaba à porta da cozinha.

Na quinta-feira almoçou o Inspector Gourmet no «Petit Restaurant de Algés». Trata-se de um restaurante modesto e asseado onde a comida é bem apresentada e bem confeccionada. Pena é que alguns restaurantes pretensiosos não imitem o «Petit Restaurant de Algés». Os carapaus fritos com açorda estavam deliciosos como o estavam as ervilhas que acompanhavam o frango...

Na sexta-feira o Inspector Gourmet almoçou no «Polícia», um restaurante popular cujos preços são convidativos e onde vale a pena almoçar. Pena é que os proprietários do «Polícia» tenham sido mal orientados no que diz respeito à decoração do restaurante. Em qualquer cidade civilizada o «Polícia» estaria decorado duma forma atraente. Infelizmente, em Portugal, levados pelo amor aos nossos azulejos do século XVIII, concluímos que todos os azulejos são belos... mesmo os brancos que são fabricados para decorar as

paredes dos urinóis públicos e dos corredores dos edifícios velhos adaptados a hospitais novos...

Aparte a decoração, o «Polícia» é um restaurante que bem merece a preferência do público: o chispe com feijão branco, a hortaliça e chouriço de sangue dificilmente poderiam ser melhores... os pivotês com ervilhas são óptimos e, se não fossem umas linfáticas batatinhas mal fritas que vimos de longe, na mesa dum freguês, quase poderíamos beber à saúde dos cozinheiros...

A conta era razoável. Tão razoável que, habituados aos outros restaurantes de Lisboa, julgámos estar errados...

Ficam aqui, bem expressos, os nossos agradecimentos aos proprietários deste restaurante que continuam a servir bem e a não roubar os fregueses.

Oh! Quem não admirará os progressos deste século! Quem não admirará a iluminação azulada e horrorosa dos tubos néon?! (haverá alguém que não aprecie uma senhora transformada em boneca de cera azulada e um homem com ar de quem está com cólicas de figado?). Ninguém. Não é possível fugir ao azulinho tão queridinho dos restaurantezinhos desta Lisboazinha tão queridinha de todos nós (como somos queridinhos...).

Uma última nota. — Lá fora, nessa Europa pagã que não tem a felicidade de ter o Tejo à porta e o Cristo na Outra Banda, não há um só restaurante que se preze iluminado a néon. O progresso e o «brincas com o progresso» são coisas diferentes.

O Inspector Gourmet



DETERMINE O SEU GRAU DE ESTUPIDEZ



gaur.

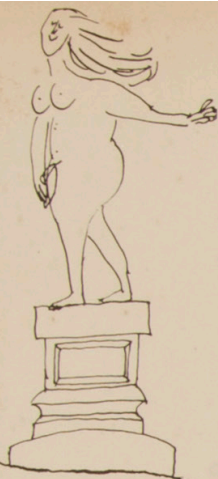


OS SEUS GOSTAM

PROVAVELMENTE, NÃO. MAS SE ASSIM FOR (É ESTA A OUTRA FACE DAQUELA PERGUNTA) RESULTA ISSO DESTA VERDADE MUITO SIMPLES: A LEITORA GOSTA DE RECEBER VISITAS... EM TODO O CASO O INQUÉRITO QUE SE SEGUE TEM A GRANDE VANTAGEM DE INFORMAR AS NOSSAS LEITORAS DAQUILO QUE ELAS JÁ SABIAM: QUE OS SEUS AMIGOS GOSTAM (OU NÃO GOSTAM) DE OS VISITAR.

AMIGOS DE O VISITAR?

- | | SIM | NÃO |
|---|-----|-----|
| 1 Passa por ser especialmente hospitaleira? | | |
| 2 Os seus amigos costumam muitas vezes visitá-la de improviso para tomar um aperitivo ou mesmo para jantar? | | |
| 3 A sua casa costuma ser a escolhida pelos seus amigos para ser assaltada ou para a passagem do ano? | | |
| 4 Os seus amigos costumam pedir-lhe conselhos acerca da decoração das suas casas? | | |
| 5 Os seus amigos costumam demorar-se, quando a visitam, mais do que esperam? | | |
| 6 Os seus amigos têm um canto preferido na sua sala? | | |
| 7 Quando encontra os seus amigos na rua eles têm um ar mais descontraído do que em sua casa? | | |



Matou, enquanto dormiam, todos os clientes do hotel sem distinção, e, de cela em cela, chegou finalmente ao banheiro, onde, não podendo praticar nada de terrível, puxou com toda a força a corrente do vaso sanitário, mas com quem mais desapiedado se mostrou foi com os criados, que dormiam com as lindas estrangeiras. Não deixou ninguém vivo atrás de si; e não contente com essa chacina, pegou a quebrar os vidros leves e os cristais preciosos das salas de refeições, a arrancar das paredes as tapeçarias orientais e os numerosos quadros, autênticos, de Giotto e de Cimabue. O sol ainda não despontara no horizonte do mar dos piratas negros e já Girgentotto implacável semideus da *mafia*, podia dizer-se senhor incontestável do lugar. Contudo, limitou-se a procurar uma laranja azedinha para aplacar a sua sede ardente de vulcão, depois, está claro, de atear fogo às paredes do convento.

DA proa do bergantim *Mustafá*, o amante ciumento viu desmoronar-se em escombros o hotel afamado no mundo inteiro; e aprestava-se, no seu fóro íntimo, a voar provisoriamente para o paraíso dos malandros, a fim de fugir às perseguições da polícia e da justiça que o enviariam, inevitavelmente, para a cadeia. Os ventos do sul varreram num sópro os restos do braseiro e a rocha voltou a ser, como por obra de magia, nua e cinzenta, tal como fôra no tempos das ninfas e dos sátiros perseguidos por Polifemo. O sol não tardou a mostrar-se, dourando soberbamente o seu cume. Então Girgentotto descortinou, no ponto mais alto da colina, a grande e imortal Petronilla, ereta sobre o seu pedestal de mármore, uma solenidade toda helênica e num equilíbrio impecável. Com o olhar transfigurado, ela contemplava a enseada de ouro de Taormina, maravilhoso postal ilustrado; segurava com a mão esquerda a folha de olmeiro parcialmente levantada pelos ventos, enquanto a mão direita esfregava de leve os seios de marfim, não por pudor, mas para evitar as picadas dos marimbondos que, em largos enxames, como nuvens, se elevavam da cratera central em demanda da aurora. Nessa incômoda posição, a desventurada amante teria desafiado os séculos e as intempéries. Mas o lance inesperado e definitivo não demorou a verificar-se.

Girgentotto, enternecido e entusiasmado pelo feliz desenlace da sua aventureira estada em Taormina, incomodou-a amorosamente:

— Você ainda não acabou de fazer pose, Petronilla? — E a linda muçulmana desceu, balançando suavemente os amplos quadris. Na companhia do seu homem, que acabava de dar-lhe tão grande prova de amor, ela levantou a vela para o golfo natal da laranjeira, a bordo do histórico bergantim *Mustafá*. Δ





George

“A carne me aborrece. Um corpo de mulher não me desperta mais do que uma vaga sensação de lástima. Há qualquer coisa de patético num corpo, na forma pela qual ele nos olha: o umbigo e os mamilos, o corpo inteiro da mulher guarda uma certa expressão de olhos que nos fitam (isso, para não mencionarmos o próprio olhar). Percebe o que eu quero dizer? — Ele apontou para a mulher. — Haverá algo mais absurdo? Positivamente não. Em momentos como este, daria tudo para ser uma pura inteligência.”

“Recordo-me destas palavras, recordo que elas me causaram uma profunda impressão. Senti que qualquer coisa extraordinária estava na iminência de se dar, mesmo depois de tudo quanto havia acontecido. E, tão logo acabou de pronunciá-las, meu amigo George correu os olhos em redor da sala com uma expressão de quem está se despedindo, uma centena de adeuses a todas essas coisas aparentemente sem importância, mesas, cadeiras, copos de bebida pelo meio; mas, nem uma única vez em direção da mulher desnuda... Correu os olhos de adeus em torno à sala, e antes que pudéssemos perceber que estava realmente se despedindo das coisas, saiu andando e se atirou pela janela.

Corri imediatamente ao parapeito ainda a tempo de vê-lo cair ao solo. Felizmente o apartamento era no primeiro andar, de modo que não se machucou. Mas, o certo é que não havia mesmo por onde se machucar e, ainda que o tombo fôsse do terraço, o resultado teria sido o mesmo. Porque a verdade é que ele não caiu. Acomodou-se ao solo. Cheguei à janela ainda em tempo de ver o movimento de flutuação, como uma pena, uma fôlha — incrivelmente leve! — com que ele descia. Tocou o solo com os pés, inteiramente ereto. Concertou o chapéu na cabeça — creio que ele o havia apanhado de cima da mesa ao deixar a sala —, assentou a gola do paletó e saiu

ISAAC ROSENFELD

TRADUÇÃO DE IVO BARROSO

andando com seu ar característico, de homem preocupado, os olhos baixos, como se nada houvesse acontecido."

— Como é que você explica isso? — perguntei, suspeitando tratar-se de alguma burla. É com brincadeiras semelhantes que Stanley costuma desforrar-se de alguma vantagem, imaginária ou real, que eu possa ter sobre ele. — Como foi possível a George aterrissar assim tão de leve?

— Nada mais simples — respondeu ele — e pude notar que tinha a frase preparada. — Os homens se sustentam pelas próprias dúvidas.

— Por favor, conte-me como foi.

— A história é longa. Se você puser mais alguns discos na eletrola e abaixar bem o volume, eu lhe contarei. Não há nada melhor do que se conversar com fundo musical. Principalmente hoje em dia...

— Por que *hoje em dia*? Gosta de Mozart?

— Qualquer coisa. Não vamos mesmo ouvir...

— Mas, que tem a ver *hoje em dia* com a história?

— Nada. Estou apenas fazendo espírito. Desde o dia em que George pulou por aquela janela, vivo dizendo tolices; tenho tanta inveja dele... Sirva-me outra bebida, sim...

"O caso passou-se numa festa; todos os nossos conhecidos estavam lá. George chegou atrasado, creio mesmo que foi o último a chegar; ficou durante uma hora, hora e meia no máximo. Mas, o importante é que ele foi o último a chegar. A festa estava no auge da animação. Nada havia de estranho em seu procedimento. Entrou, cumprimentou os amigos, serviu-se de uma bebida (os donos da casa a essa altura já estavam começando a negligenciar os convidados), conversou com algumas pequenas..."

— Mas, não estou contando a história direito. Não era bom dizer que nada havia de estranho no procedimento de George. Você decerto estará esperando algum milagre.

Fêz uma pausa e demorou-se em sorver uns goles da bebida. Seus olhos castanhos e salientes — como se tivessem deslocado ante o maravilhoso e nunca mais retornassem às órbitas, embora se tratasse evidentemente de um caso de tiríde, aliás pouco frequente nos homens — percorreram as bordas do copo e, furtivamente, deslizaram pelas paredes, os quadros, os meus livros, cobiçosos das coisas que possuía. Era um olhar de desapontado encantamento, como os de alguém que estivesse a esperar inutilmente pela repetição de algum prodígio, mas em cujo fundo eu podia vislumbrar toda uma gama de invejas...

"Você sabe como são essas festas. A maioria delas não tem a menor dignidade; bebidas, dança, anedotas, todas as pessoas reunidas, mas nada, nenhuma comunicação interior; festas que só servem para isolar as pessoas ainda mais. Evitam-se uns aos outros durante semanas inteiras após uma dessas reuniões. Uma ou outra procura ainda manter um certo padrão moral, mas isso só serve para complicar ainda mais as coisas. Festa realmente boa creio que nunca mais houve outra, desde aqueles tempos em que nós seis brincávamos de cabra-cega e éramos crianças demais para conhecer nossos defeitos. Essa que eu falo era uma das grossas. Percebi-o logo de início, e olha que cheguei cedo. Na hora em que George entrou, algo desagradável estava a ponto de se dar. Aparentemente as coisas estavam correndo normalmente, muita música, barulho de conversa na sala, pares dançando, todo mundo já meio alto e rindo às gargalhadas. Mas, no íntimo... George percebeu-o de imediato. Como eu ia dizendo, a farra estava grossa quando ele entrou e isso o feriu profundamente. Era como uma doença..."

Fechou os olhos meio constrangido, como que para indagar se eu o considerava imune.

As pessoas se juntam, bebem um pouco e antes que dêem pela coisa, vão se contagiando uma às outras.

Todos estavam se divertindo *à larga*, o que tornava a festa ainda mais repugnante. Os casados estavam brincando de — como é mesmo o nome? — essa espécie de

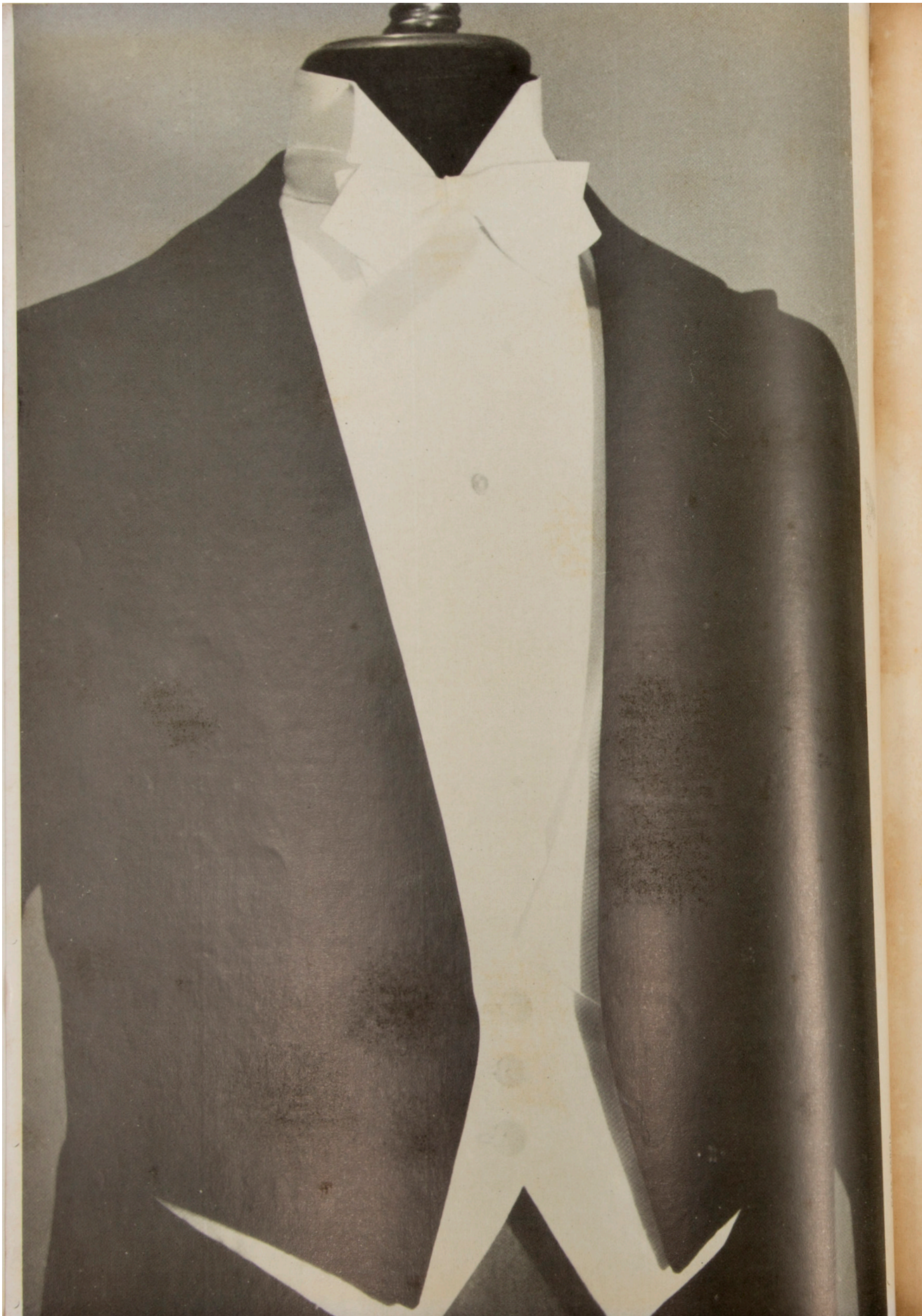
cotillon em que há um determinado número de cadeiras onde os pares se sentam, sobrando sempre uma pessoa... Acontece que alguns solteiros estavam também na brincadeira e não se podia distingui-los dos casados, pois todos se portavam inconvenientemente. Havia um namoro descarado, coisa que não acontece no interior. Sexo, sexo, sexo, tudo sexo, na mais sórdida acepção do termo. As festas do interior são verdadeiros modelos de decência; eu frequentei muitas delas. Essa estava longe disso. Decência, sim, porque o pessoal de lá é, no que tem de melhor, gente de muito respeito. Sensíveis, modestos, e, acima de tudo, gente com senso de responsabilidade. Um indivíduo vê uma mulher que o agrada, uma velha amiga que há muito tempo não encontrava ou uma garota que é nova na sociedade. Muito bem; aproxima-se e fala-lhe. Mas um homem nunca está só neste mundo, nem a moça. Ambos têm que respeitar o ambiente. Isso é fatal, não pode ser evitado. Conversam, apenas. Mas, enquanto conversam, demonstram uma certa jovialidade no olhar.

Cada um deles, se fôr o caso de vir a dar-se bem com o outro, há de reconhecer que esse encontro casual proporcionou-lhe um novo objetivo da vida: contato social, promessa de um novo prazer, solidariedade humana, dê-se-lhe o nome que se queira dar. O fato é que se compreendem. E compreendem também que cada um é escravo de seu próprio mundo, mesmo que esses mundos sejam iguais. Eis aí quanta coisa está envolvida no fato de um homem e uma mulher estarem juntos. Proximidade que anseia por uma sensação, por um contato. Se perdura a jovialidade dos olhos, então marcam um encontro discreto. Um número de telefone, uma saída juntos. Ninguém precisa saber. Com esse ato de discrição, mesmo se nada mais vem a acontecer, ambos já provaram a mais profunda intimidade. É um dos mais sublimes momentos da experiência humana. Que vem a ser, afinal, esse sentimento mútuo natural das criaturas? Será talvez, se me permite, mesmo uma forma de castidade...

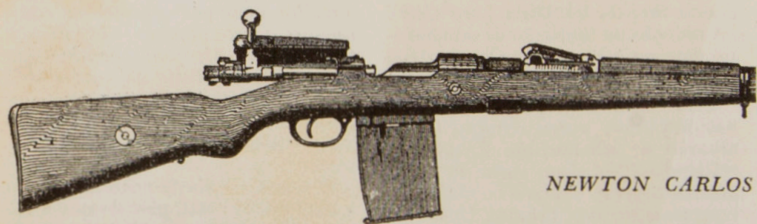
Assim é que procedem, corretamente, os do interior. Não vivem arrastando a cama para a sala nem trocando trancos na frente de Deus e todo o mundo. Sabem a importância que tem o fato de se ir para a cama com uma dona, e ela mais ainda. (Na verdade, a consciência dêsse fato parece que emana da mulher. Pois que, no final das contas, a decisão é dela). Uma das coisas mais emocionantes é você reparar, é surpreender a decisão que nasce dos primeiros contatos e vai aos poucos atingindo a plenitude, enquanto os olhos ficam procurando a sintonia. Vá lá! Estou sendo irremediavelmente romântico!

Ele me apanhou fitando-o demoradamente, como se eu estivesse surpreso de sabê-lo capaz de semelhantes sentimentos. Na verdade, eu estava reparando a inchação volumosa de seus olhos.

Seja como fôr, eles é que dão o bom exemplo. Os daqui, são uns porcos! Lá estavam, na festa, de olhos lúbricos, gelatinosos, a recitar versinhos facetos, doidos para agarrar nas mulheres. A escória da Universidade. Não os colegiais sensatos de uma cidade qualquer do interior, mas a inata e incestuosa esfregação dos universitários da Capital e suas espôsas sem juízo, a gritar bem alto as suas frustrações, num raivar de impotências. Nenhum ato, nenhuma discrição, nenhuma esperança, nada nos olhos, olhos que são turvos, inexpressivos e raiados de sangue. É tudo para valer, logo de saída, que se dane todo mundo, desde que cada um possa gozar a infelicidade alheia e, nesse ínterim, ficar de olho na mulher do amigo, a licenciosidade de uma justificada por igual licenciosidade do outro. E o que redundava disso tudo? Nada; uma "ressaca", se muito. A concupiscência é preservada intacta. Até a próxima vez, até a próxima festa, quando voltará de novo a gritar, para ser novamente reprimida, com uma dor de cabeça, entre as mil hipocrisias de uma vida convencional. No duro que sinto vergonha pelos meus amigos.



40 ANOS DE DESARMAMENTO ARMADO



NEWTON CARLOS

EM 1922, a mais gloriosa unidade da Marinha de Guerra americana, o encouraçado "Kentucky", foi escolhida para vítima de um sacrifício que seria feito em nome da paz eterna entre os povos. Com tôdas as honras de estilo, cercada pelas unidades de elite das potências mundiais, ela iria a pique no meio do Atlântico. O ato, de alta pompa, simbolizaria o desarmamento geral, tranqüilizando um mundo recém-saído de seu primeiro conflito total.

Desde o fim da guerra de 1914 a 1918 que se procura estabelecer um acôrdo efetivo de redução de armamentos, como instrumento de garantia da paz. Na verdade, os acôrdos feitos em nome da paz, do ano de 1500 antes de Cristo ao ano 1860 depois de Cristo, atingem à cifra de oito mil. Todos êles, segundo Victor Cherbuliez, estavam supostamente destinados a garantir uma paz segura. Cada um durou, no entanto, apenas dois anos, em média.

Vamos recuar a janeiro de 1922. Reunidos em Washington, representantes de cinco potências mundiais decidem assinar um acôrdo de desarmamento, com a seguinte redação inicial: "Os Estados Unidos, a Grã-Bretanha, a França, a Itália e o Japão, desejando contribuir para a manutenção da paz geral e reduzindo a competição dos armamentos, resolveram, com a finalidade de alcançar êsse objetivo, concluir um tratado de limitação dos respectivos armamentos". O afundamento propositado do "Kentucky" daria o toque real, e ao mesmo tempo festivo, ao novo tratado da esperança.

Desde que começou a Conferência de Washington, convocada porque o fim das hostilidades parecia não haver significado o fim das disputas, os peritos das potências mundiais estavam decididos a interromper a carreira de uma arma de perspectivas aterradoras: o submarino. Os americanos logo propuseram proibir o uso de submarinos contra navios mercantes. Algumas propostas dos Estados Unidos aprovadas pela Comissão Naval da Conferência: 1. Confirmação das leis existentes determinando as regras da guerra naval; 2. Aplicação dessas leis ao caso especial dos submarinos; 3. Aplicação da nova lei internacional que proibia o uso de submarinos como arma de guerra contra navios mercantes; 4. Tratar como piratas os comandantes de submarino que violassem essas leis.

Outras normas de guerra aprovadas em Washington, em 1922: 1. Os navios mercantes de mais de 10 mil toneladas não poderiam ser transformados em cruzadores; 2. Os de menos de 10 mil toneladas não podiam receber canhões de mais de oito polegadas; 3. Uma linha geográfica determinou as ilhas do Pacífico que poderiam ser fortificadas; 4. As potências signatárias do acôrdo deveriam abandonar seus programas de construções de navios de guerra; 5. Nenhum navio de guerra poderia ser armado com canhões de mais de dezesseis polegadas.



Rego, muito hirtó, até ao cemitério Oriental, e outro J. Rego, mais novo, ainda tímido, lhe vier ocupar — «a vaga».

Poderá objectar-se que o que disse até aqui é um caso particular. Será? Quantos milhares de portugueses não vivem exactamente assim, acrescentados ainda de mulheres e de filhos, toda uma multidão girando à volta de um ordenado baixo, de um trabalho desinteressante, de uma incapacidade de viver, com intensidade, com gosto — ao menos com tranquilidade.

Não é apenas por concreta e imediata falta de dinheiro que muitos deles não descansam — é também porque não sabem trabalhar. Porque durante o trabalho descansam e durante o descanso conservam má consciência. Porque se gastam nos cafés. Porque acham que nada vale a pena, porque a vida lhes corre entre dois bocejos e um Director-Geral — ou sentados pacatamente atrás do balcão da pequena loja onde se empregaram. Porque gastam o sono da noite dormitando durante o dia. Porque lhes ensinaram que os sapos são amigos dos homens que perdido numa floresta o musgo nas árvores indica o lado Norte, que o Benfica foi fundado antes do Sporting, que o Infante D. Henrique vivia em Sagres, que D. Manuel II foi o último rei de Portugal — mas ninguém os ensinou a ser felizes.

E porque, no fundo, no fundo, sabem que se não lhes pode acontecer grande bem, não lhes acontecerá também grande mal.

Vivem entre a casa de penhores, o café, o emprego e a renda limitada — em banho-maria. Acima deles paira, pousam, uma complexa mitologia de ricos, de licenciados, de portugueses de primeira. Têm talvez o que merecem.

*Fazendo letra bonita
e o vento andando lá fora,
rumorejando nas árvores,
levando nuvens pelo céu,
trazendo um grito da rua
(quem seria que gritou?)
e a gente praqui fechados
na penumbra das paredes,
curvados prás secretárias
fazendo letra bonita,
enchendo impressos, impressos,
livros, livros, folhas soltas,
carimbando, pondo selos,
bocejando, bocejando,
bocejando.*

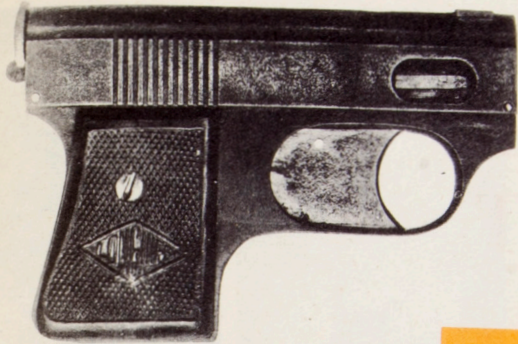
Tenho diante dos olhos a imagem dum pequeno funcionário da província com que o acaso me fez contactar um dia. Baixo, magrinho, peludo, com ar triste, óculos muito fortes, ocupava-se ele a preencher folhas de despesa e a colar selos fiscais em recibos. Tinha um olhar resignado e doce com um pequeno brilho furtivo de inteligência. Muito míope curvava-se sobre o trabalho quase roçando o nariz nos papéis e colava os selos com cola que cuidadosamente tirava de um tubo. A sua caligrafia era miúda e correcta. Um ritual exacta e brando presidia aos seus gestos.

Os burocratas sempre me fascinaram e, fiquei-o contemplando. Uma janela à esquerda deixava entrar a luz do Verão e as cores de um jardim esplêndido onde floresciam dalias e magnólias.

E, de repente, um vento súbito passou agitando os papéis na secretária. Com a mão esquerda o meu burocrata fê-los assentar de novo e disse baixo, numa reprovação muito resignada e muito doce:

— Ah, Dr. Vento...





O CRIME

ao alcance de todos

O GRUPO DOS QUATROS

Durante mais de duas semanas, um bando de quatro discolos aterrorizou determinada região, roubando e ameaçando algumas das suas vítimas. Durante a perseguição policial o meu amigo, detective Bil Richards, foi assassinado brutalmente por um membro do bando que o matou a tiro.

Finalmente o trabalho da Polícia viu-se coroado de êxito, ao serem presos os quatro homens e, apesar da dificuldade em vencer o mutismo de criminosos tão empedernidos, consegui reunir estas informações.

Os seus nomes são Cliff Munson, Ike Hale, Hank Crawford e George Beatty. Um dos quatro costuma usar sempre faca e desdenha o uso de armas de fogo. O tio de Hale é jogador profissional e está casado com a irmã do assassino do detective Bil Richards. Hale e o o faquista são ruivos. Cliff Munson e o faquista insistem em que George Beatty se ocupara exclusivamente na condução do

carro do bando, apesar da suave objecção do assassino.

O assassino e o faquista eram, há anos, amigos. Há uma semana, George Beatty e o assassino, às escondidas dos outros **gangsters**, levaram a cabo um roubo por sua própria conta.

Agora, depois de estudadas estas informações, poderá indicar-se qual dos quatro homens matou o detective Bil Richards.

SOLUÇÃO

O assassino não é o faquista, pois Bil Richards foi morto a tiro. Hale não é o faquista nem o assassino. Cliff Munson não é faquista nem o assassino. George Beatty não é o faquista nem o assassino. Portanto, dado que Beatty e Hale são amigos, dado que Beatty e Hale não são nem o faquista nem o assassino e dado que Munson não é o faquista, Cliff Munson deve ser o assassino.

O FELIZ ANO NOVO DA SRA. THUNDERBY

JOÃO BETHENCOURT



MUITOS responsabilizam o próprio Sr. James Potters pela bofetada que levou do Sr. Thunderby, logo ao iniciar-se o ano.

Outros lançam a culpa sobre a Sra. Evelyn Thunderby, nascida Brooks, a qual, de tanto atormentar o marido, acabou por transformá-lo num monstro de agressividade.

E finalmente existe um grupo, de tendências extremistas, que teima em acusar a Cia. Telefônica.

Esteja com quem estiver a razão (ponto sempre dúbio em tais disputas), o pedido insólito do Sr. Thunderby não deveria ter sido feito. Quanto a isto não há vozes discordantes. Vozes há, porém, no meio destas, que defendem o Sr. Thunderby, mostrando que ele hesitou e que por pouco não satisfaz a bizarra vontade da espósa.

Poucos dias, poucas horas mesmo, antes do prazo supremo, o Sr. Thunderby não sabia ainda a quem recorrer. Desfilava, em pensamento, um grande número de candidatos: amigos, colegas de trabalho, parentes. E quanto mais os desfilava, mais se convencida duma realidade melancólica: não havia um que não fôsse rir dele ao tomar conhecimento de seu dilema. Com exceção, talvez, do acima referido Sr. James Potters, que sempre dera mostras no trabalho, e fora dele, dum caráter simples e sincero. Premido pelas circunstâncias, o Sr. Thunderby acabou por criar coragem. Na manhã do dia trinta de dezembro, dirigiu-se ao jovem colega, numa hora em que se achavam a sós.

“Desejava fazer-lhe um pedido, Sr. Potters.”

“Pois não. Sente-se, por favor.”

Ofereceu-lhe a cadeira ao lado da escrivaninha. Thunderby aceitou.

“A minha senhora”, disse, após um instante de hesitação e embaraço, “é um pouco... quero dizer... acredita em certos... a palavra, creio, é: augúrios.”

Olhou para o Sr. Potters, que aguardava o resto.

“Por isso gostaria que... que o senhor nos telefonasse para nos desejar um feliz ano novo.”

O Sr. Potters encarou-o por um minuto sem compreender. Depois, como era um rapaz delicado:

“Mas claro. Com muito prazer.”

“O senhor não compreendeu”, disse o Sr. Thunderby. “É preciso que o senhor me telefone amanhã, alguns minutos após a meia-noite.”

Desta vez o Sr. Potters não entendeu mesmo.

“É que”, completou o Sr. Thunderby, “como dizia, a minha mulher é um tanto... supersticiosa. Algumas de suas convicções são profundamente arraigadas. Ela...”

ela está certa de que só terá sorte no ano vindouro se a primeira pessoa a felicitá-la após a meia-noite fôr um rapaz mção.

O Sr. Potters arregalou os olhos.

"Ah!?"

"Ela tem estado meio adoentada. Seria um grande conforto para ela, Sr. Potters, e creia-me, para mim também."

O Sr. Potters hesitava.

"Mas ela acha que se uma pessoa mção..."

"Exatamente. Ela terá um resto de ano feliz."

O escritório inteiro conhecia as complicações domésticas do Sr. Thunderby. Potters, que era mesmo um excelente rapaz, logo que compreendeu o problema em todo o seu alcance, tratou de abreviar o embaraço do colega.

"Não há dúvida. Tenho o máximo gosto em ajudá-lo."

Thunderby ficou aliviadíssimo. Apertou comovido a mão de Potters, expressou-lhe calorosos agradecimentos e retornou à sua escrivaninha.

Achando o caso engraçado, Potters contou-o à sua senhora, na mesma noite. À reação, porém, não foi aquela que ele esperava.

"Meu bem, você não devia ter aceitado. Passaremos o ano bom no sítio dos Quendall e você sabe como é difícil conseguir de lá uma ligação interurbana."

"Diabo! Tinha-me esquecido."

"Principalmente à meia-noite, na entrada do ano novo", reforçou a Sra. Potters a sua argumentação. "É melhor recusar do que não cumprir uma promessa."

Por azar, no dia seguinte, isto é, 31, o Sr. Thunderby não compareceu ao trabalho: sua senhora estava passando mal. Potters pensou em lhe telefonar; chegou mesmo a chamá-lo uma vez, mas ao ouvir a voz cansada do Sr. Thunderby, teve pena e desligou. Contudo, necessitava dar uma solução ao caso. Saíndo para o almôço, veio-lhe a idéia.

"Jim", disse ao mocinho atlético que guiava o elevador. "Serias capaz de me ajudar num negócio?"

"Talvez", respondeu Jim prudentemente.

"Olha: a esposa de um amigo meu é muito supersticiosa. Acha que para ter sorte no ano novo, é preciso que..." E explicou o caso.

"Entendo", disse Jim.

"Eu ia me encarregar da mensagem, mas estarei em Greenberry à noite. Tu achas que podes telefonar por mim? Ela não me conhece; basta dizeres que és um jovem e desejares a ela feliz ano novo."

Jim fez uma careta:

"É que eu estarei com uns amigos festejando, e o senhor sabe, nessas horas a gente pode se esquecer."

Potters meteu a mão no bolso, tirou o papel com o nome e o telefone e mais uma nota de cinco dólares.

"Ainda não te dei nada para o Natal", disse.

O rosto de Jim iluminou-se:

"Pode contar comigo."

"Mas vê lá", recomendou Potters, mais uma vez. "Alguns segundos após a meia-noite."

Logo que ficou sozinho, Jim pôs-se a pensar. E quanto mais refletia, tanto maior era a certeza de que algo não estava certo. Já tinha dezessete anos e não era bôbo. "Supersticiosa! Pois sim! Este cara é amante da dona. Deve ter havido qualquer enguio. Será o marido? Ou será que ele simplesmente deseja abandoná-la?"

Via uma encantadora senhora abraçando o Sr. Potters, pedindo-lhe, chorosa, que não partisse. Depois, insensivelmente, Jim foi tomando o lugar do Sr. Potters e era a ele que a dama abraçava, queixando-se do ingrato amante. E Jim a consolava, dizendo que Potters era um canalha, indigno de tão grande amor. Lentamente, passou a acariciar-lhe os ombros suaves, a beijar o colo arfante e lhe ren-

der ternas homenagens com mãos febris. Por fim, a infeliz senhora esquecia definitivamente o vil Potters para se entregar toda aos afagos ardorosos de seu jovem admirador.

Às sete e trinta, Jim já gastara três dólares em bebida; visões incendiárias enchiam-lhe a cabeça. Às nove compareceu ao bar onde se reuniam amigos e companheiros de trabalho. Respondeu dum modo frio e reservado aos seus cumprimentos alegres — o homem do mundo, cheio de dignidade e experiência, por quem as mulheres se matam de paixão. Permaneceu em silêncio o tempo todo, não reagindo às perguntas e aos gracejos primários do pessoal. Consultava as horas com ar misterioso. O tempo passava infernalmente devagar. Por fim, ocorreu-lhe um pensamento: por que esperar até meia-noite? Quem sabe se a oportunidade não era agora? Olhou o relógio: dez e trinta. Algo lhe dizia que chegara o momento. Levantou-se devagar e com o coração palpitando freneticamente, dirigiu-se à cabine telefônica.

O telefone tocou exatamente quatro vezes antes que alguém atendesse.

"Alô!" Era uma mulher.

"Sra. Thunderby?", perguntou Jim e assistiu-se com o som que emitira. Estava completamente rouco.

"Um momento. Vou ver se pode atender."

Jim pigarreou várias vezes e ficou repetindo "alô, alô", até conseguir um tom natural. Alguns segundos depois, uma voz débil surgia do outro lado.

"É a Sra. Thunderby?", inquiriu Jim com ternura.

"Ela mesma."

"Alguém lhe envia votos de um ano novo muito feliz", e procurou envolver as palavras numa atmosfera de suave mistério.

"Quem é?", interrogou a Sra. Thunderby.

"Falo por alguém que lhe quer muito bem."

"Quem?", insistiram do outro lado.

"Seu coração não adivinha?"

"Podia dizer seu nome, por favor?"

"O ano novo trar-lhe-á felicidade infinita", sussurrou Jim, dum modo significativo.

"Queira dizer seu nome, cavalheiro!" Dessa vez era impossível não perceber a aspereza do comando.

O mção hesitou um instante. Não estava preparado para isso.

"Jim", falou, um tanto sem jeito.

"Que Jim", insistiu a Sra. Thunderby.

"Jim Spadovsky".

"Spa, o quê? Não entendo."

"Spadovsky."

"Não conheço ninguém com esse nome. 'Que deseja?'"

A esta altura, o homem do mundo já desaparecera completamente. E Jim gaguejou atropalhado:

"Foi o Sr. Potters quem me pediu hoje no elevador, porque seu marido tinha falado com ele para lhe telefonar, mas como ele vai para fora..."

"Um momento." E a Sra. Thunderby dirigiu-se para alguém ao seu lado, em voz alta: "Alice, por favor, fale com esse idiota. Não entendo uma palavra do que ele diz."

A voz que atendera em primeiro lugar surgiu novamente:

"Alô. Quem está falando?"

"Olhe madame, eu não tenho nada com isso. A mim disseram que eu devia telefonar para esse número e desejar feliz ano novo, porque eu sou jovem."

"Ah", disse a voz. "Um momento". E para a Sra. Thunderby: "É o mção que o teu marido encomendou para te desejar feliz ano novo, querida."

"A essa hora? Deixe-me falar com ele. Alô! O senhor não sabe que agora são somente 10 e meia?"



Brinquedo de papel usado pelos chineses antigos para libertarem a sua agressividade, emprega-se também o nome para designar o simpático pássaro sul-americano que todos nós conhecemos. São os papagaios muito úteis e práticos por juntarem às vantagens da fala a alta conveniência da estupidez — virtude cada vez mais rara entre os homens onde, graças aos antibióticos, à orientação profissional e aos acordos de desarmamento, a inteligência, graças a Deus, triunfa.

O papagaio não engana: repete quanto ouviu sem nada acrescentar. Os seus relatos podem pecar por laconismo mas nunca por excesso e o seu convívio é agradável e estimado. Pode ser vector na transmissão de uma doença grave, a psitacose (não confundir com bicos de papagaio). Há papagaios de várias cores mas estão a usar-se mais os verdes e amarelos. O papagaio alimenta-se como qualquer vulgar ave, não lhe dando a fala privilegiados especiais neste campo.

O PAPAGAIO DO PRÍNCIPE DE NASSAU

Um papagaio de extrema inteligência respondia a todas as perguntas que lhe eram postas. Era muito velho e tinha um porte imponente. O príncipe de Nassau uma vez mandou-o vir a fim de o poder admirar. Estava cercado de criados quando o papagaio chegou e disse:

— Quem são tantos homens brancos?

Perguntaram-lhe então se conhecia o príncipe. Respondeu imediatamente:

— É um general qualquer.

— De onde vens? — perguntou-lhe o príncipe.

— De Surinam.

— Que fazes lá?

— Guardo galinhas.

E, como o senhor de Nassau começasse a rir, o papagaio acrescentou:

— Estás a rir-te! Posso fazê-las também vir aqui. — Imitou então o grito daqueles que guardam galinhas e imediatamente meia dúzia delas entraram na sala.

PAPAGAIOS CULTOS

Rodígimes lembra um cardeal que comprara por cem escudos ouro um papagaio que sabia recitar sem se enganar os Actos dos Apóstolos. Afirma-se, de resto, que outro destes pássaros servia de capelão num barco, dizia as orações aos marinheiros reunidos e recitava em seguida o rosário.

O PAPAGAIO DE PSAPHON

Um certo Psaphon imaginou deificar-se através do seu papagaio. Ensinou o pássaro a dizer: «Psaphon é um Deus» e largou-o numa floresta cheia de papagaios que passaram a repetir a frase de tal maneira que alguns índios que nela habitavam se chegaram a convencer da divindade de Psaphon.

O PAPAGAIO DE HENRIQUE VIII

Goldsmith conta que Henrique VIII tinha um papagaio branco dotado de grande facilidade de palavra. Vivia num quarto que dava sobre o Tamisa e tinha aprendido várias frases que ouvia pronunciar aos marinheiros. Um dia em que brincava no poleiro, perdeu o equilíbrio e caiu ao rio, mas pôs-se imediatamente a gritar: «Um barco!, a mim, um

barco! Vinte libras a quem me salve!» Um barqueiro, confundindo a sua voz com a de um homem afogando-se, acorreu a salvá-lo e levou-o ao rei que o compensou com as vinte libras.

O PAPAGAIO DE MISA EDWARDS

Conta André Billy a história deste papagaio por ele bem conhecido e que pertencia à famosa Misa Edwards, introdutora dos «ballets» russos em Paris. «No seu poleiro», escreve o ilustre membro da Academia Goncourt, «o papagaio de Misa estava tão velho que parecia mais um pedaço de barro do que um pássaro. Passava por ter nascido sob o reinado de Luís XIV. Duas ou três vezes por ano deixava cair do bico estas palavras desencontradas:

— «Isto já não vale mesmo a pena!» — Era de cortar o coração.»

PAPAGAIO GAIO

Papagaio insensato,
quem te fez assim?
Que não sabes falar
brasileiro
e já sabes latim?

Papagaio insensato,
ave agreste, do mato,
que diabo em ti existe,
verde-gaio,
que nunca estás triste?

Papagaio do mato,
se nunca estás triste,
quem foi que te ensinou,
por maldade,
a palavra saudade?

Papagaio triste
papagaio gaio,
quem te fez tão triste
e tão gaio,
triste mas verde-gaio?

Papagaio gaio
quem te ensinou, em meio
do mato, a repetir,
papagaio,
tanto nome feio?

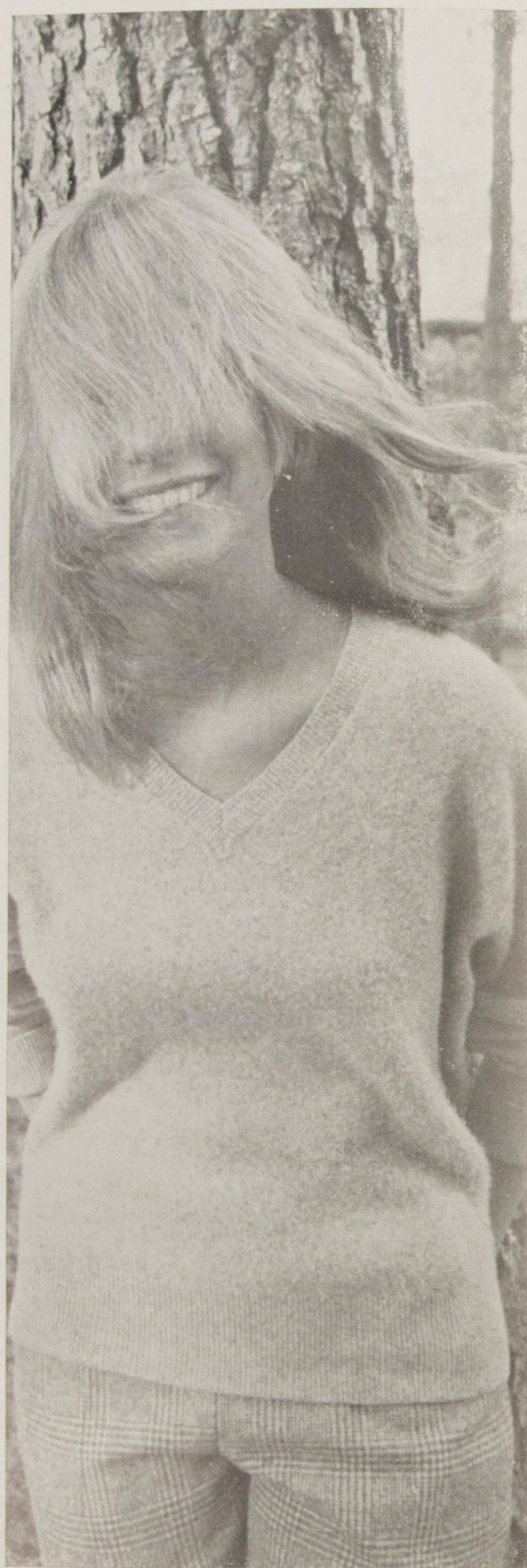
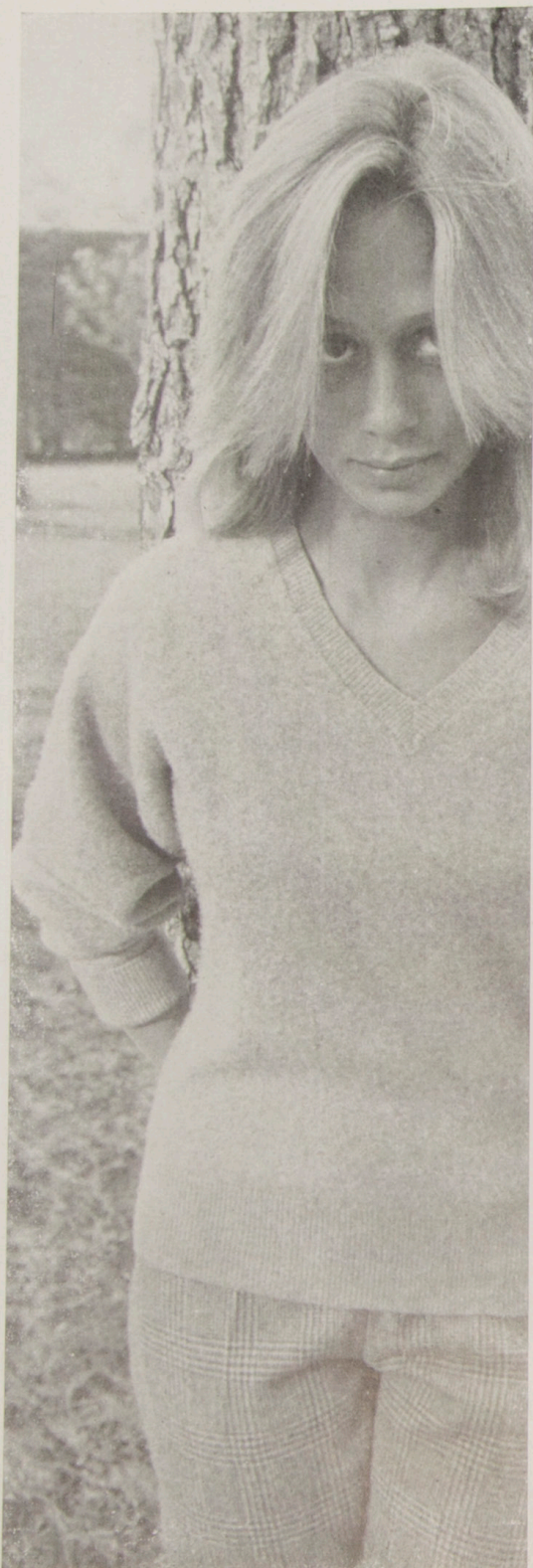
Gaio papagaio,
gaio, gaio, gaio,
que repetes tudo...
Antes fosses
um pássaro mudo.

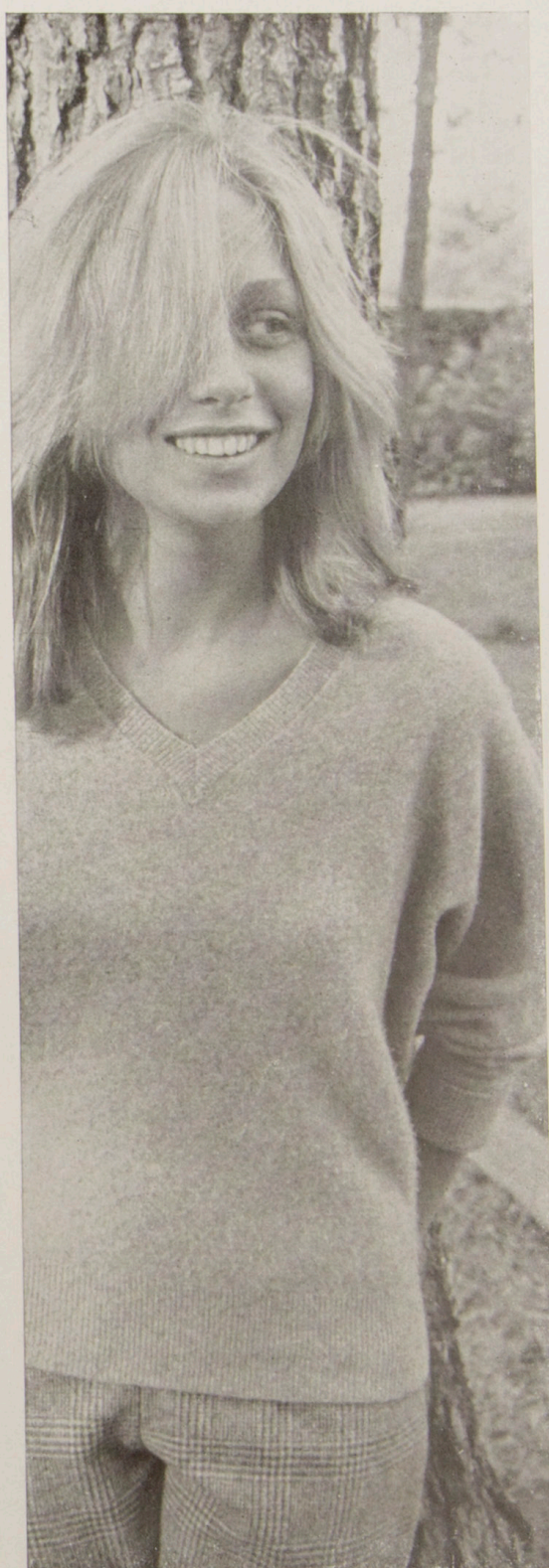
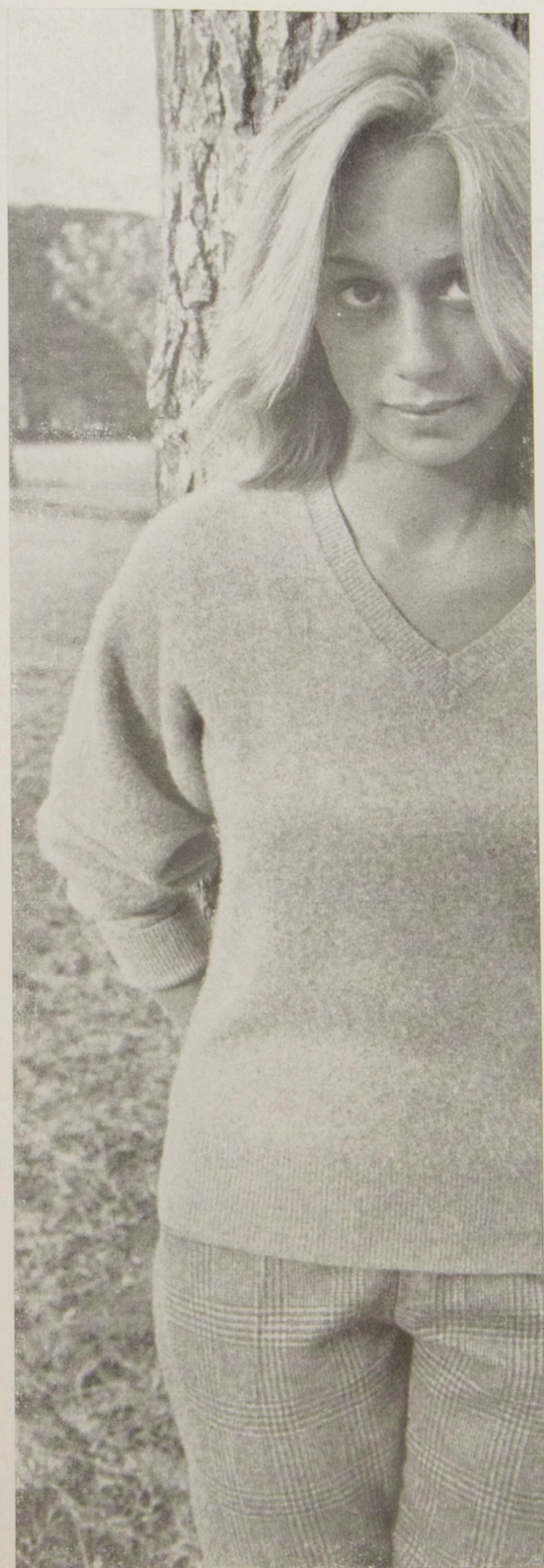
Papagaio do mato,
se nunca estás triste,
quem foi que te ensinou,
por maldade,
a palavra saudade?

Papagaio gaio
gaio, gaio, gaio.

CASSIANO RICARDO









FOTOGRAFIAS DE ARMANDO ROSÁRIO

Solte as velas da
imaginação...
embarque na venturo-
sa nau do noivado de
Irina Grecco e Jardel
Filho, e acompanhe-os
nesta deliciosa viagem
pelo tranquilo Mar das
Boas Compras, rumo
das trepidantes Catara-
tas de SR. Apostamos
que você se divertirá à
grande, e descobrirá, de
amena forma, o roteiro
seguro para as compras
de aparelhos elétricos ou
utilidades para seu lar!
O cenário é facilmente
reconhecível: uma das
modernas lojas de
Serva Ribeiro, em
qualquer ponto da
cidade. Todos a
bordo?
... então vamos
largar!





O Senhor
botou o homem
pra dormir,
tirou uma costela
— sem pedir —
e fez
uma mulher.
Que se chamaria
Virago,
pois de varão
foi tomada.
Mas que se chamou
mesmo foi Eva.
E os dois
tiveram filhos,
e netos, bisnetos,
etc.
Até Margareth,
margarida.
Muita gente
vai agora
aos tribunais
reclamar
indenização.
Como herdeiros
de Adão,
querem de volta
a costela
Ou ela.
△



FOTOGRAFIAS DE SASSO





as mais belas mulheres do mundo



A-PE-RI-TI-VO

Quantas vezes recorremos às pastelarias quando, afinal, poderíamos nós próprias resolver os nossos problemas? Servir um **hors d'oeuvre** fica sempre bem. Quantas vezes o não servimos porque dá muito trabalho a pensar em fazê-lo ou a pensar em encomendá-lo?

Será difícil de preparar o **Cancanbre au Roquefort**? Aqui tem resolvida a dificuldade, minha senhora. Quantas visitas espera? Duas? São ao todo quatro, não é? Contamos, é claro, com o marido, e pensamos que os filhos irão para a cama.

Compre então um pepino de tamanho médio, umas cinquenta gramas de Roquefort, outro tanto de queijo branco e grãos de aipo (uma colher das de sobremesa chega).

Corte agora umas rodela de pepino, que terá o prévio cuidado de não descascar. Tire o recheio de cada rodela até metade e encha depois as rodela com uma mistura dos dois queijos temperados com grãos de aipo. Depois... frigorífico até que chegue a hora de servir os acepipes.

Muito difícil, muito trabalhoso, muito caro, não é? E já agora, outra receita difícilima:

ESPARGOS COM NOZES

As visitas são as mesmas, nós somos os mesmos e os meninos foram para a cama. De que precisamos então? Precisamos de espargos, para começar. E que lhes fazemos?

Cortamos-lhes os pés — deixando apenas um pedacinho de modo a que possamos depois pegar neles sem o auxílio de palitos... (E a propósito: nunca se esqueça de pôr na

mesa um ou dois pratinhos para que as visitas coloquem aí os palitos de que já não necessitam. Não lhes crie problemas, minha senhora. Pode dar-se o caso de os seus convidados serem tímidos, e à falta de sítio onde os ponham, meterem-nos no bolso do colete ou no fundo dos maples).

Descascamo-los primeiro, cozemo-los depois em água e sal. Entretanto preparamos um molho derretendo a manteiga (40 grs) e juntando-lhe nozes picadas, sumo de limão e uma pitada de pimenta.

Coloque depois os espargos (bem escorridos) em rodela de pão torrado. Regue-os com o molho.

Misture um terço de **gin**, um terço de vermute doce francês, um terço de vermute seco italiano. Ponha uma azeitona.

Misture um terço de gin, um terço de licor de cacau e um terço de nata. Agite. Ponha gelo, caso lhe apeteça. (Este **cocktail** foi servido no casamento da actual rainha-mãe de Inglaterra).

Ponha na coqueteleira um torrão de açúcar, uma colher das de chá com água, o sumo de meio limão, meia medida de brande e uma medida de conhaque. Misture gelo e agite. Sirva com uma rodela de limão.

Misture dois terços de **gin**, um terço de vermute seco italiano e limão; acrescente limão ou laranja à vontade, desde que não chegue a atingir um terço da medida. Agite e sirva.

**OS
TRÊS
AMORES
DA
BB**



BRIGITTE BARDOT

vista ao microscópio



Houve uma época em que, quando um escritor ou um jornalista estavam sem assunto, escreviam sobre a inevitável «Dama das Camélias».

Hoje, para tal, tem Brigitte Bardot...

De há três anos para cá, ela é um assunto diário. Qualquer dos seus costumes, dos seus gestos ou das suas palavras é transformável em notícia avidamente publicada por qualquer jornal, do mais categorizado e circunspeto ao mais brejeiro e especulador.

Quem é no entanto essa rapariga de que pouco se sabe, apesar dos quilómetros de crónicas que quotidianamente se escrevem em todo o Mundo a seu respeito?

DO ANONIMATO À GLÓRIA

Brigitte Bardot tem hoje vinte e cinco anos e a sua carreira começou aos dezassete, depois de uma vida tão burguesa como a da maioria das raparigas francesas da sua idade. Trinta filmes em oito anos, deram-lhe no entanto uma celebridade sem paralelo na história do cinema ou de outra Arte qualquer.

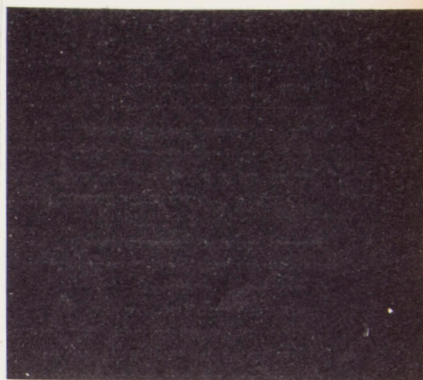
Antes do cinema, estudara dança clássica e pisara os palcos no desempenho de «Invitation au chateau» de Anouilh, uma coisa que se não é extraordinária, não está no entanto ao alcance de qualquer «bicho careta de saias...». Serve isto para nos dizer que, além de se despir, Brigitte sabe fazer qualquer coisa de mais edificante.

Se quisermos usar de certa precisão, diremos que a sua carreira cinematográfica começou em Roma com «Helena de Tróia», um filme de produção americana em que teve um pequeno papel. Para tal teve que suportar os inevitáveis e sinuosos testes americanos que mais tem contribuído para perder verdadeiras revelações que para descobrir bons actores...

Quando esta aventura romana começou a dar os seus frutos e os jornais passaram a ocupar-se dela, foi a altura dos homens de cinema da França descobrirem que tinham em Itália uma possível vedeta. Deram-lhe uma oportunidade em «Caroline Chérie», em que a vedeta era no entanto Martine Carol, a «coqueluche» das plateias francesas ou não francesas desse tempo. Marc Allegret dava-lhe pouco depois uma «chance» bastante mais considerável entregando-lhe um papel bem razoável em «Futures Vedettes» enquanto que René Clair lhe oferecia outro em «As Grandes Manobras» ao lado de um monstro sagrado do teatro e do cinema da França — o malogrado Gérard Phillipe — ídolo da juventude de todo o Mundo.

Entra-se na época em que um homem que está hoje na moda (ainda que a esse tempo fosse um ilustre desconhecido) manobra toda a actividade de Brigitte Bardot: Roger Vadim.

Dessa tutela sai «Cette Sacrée Gamine». «Et Dieu crea la femme»: o início de uma



carreira deslumbrante e de uma fortuna prodigiosa.

A CARREIRA E A VIDA DE TODOS OS DIAS

Falar do que foi a carreira de Brigitte, não interessa. Já foi contada e comentada em todos os tons e com todas as intenções. Debrucemo-nos antes sobre a sua vida.

Aos dezoito anos, Brigitte está casada com Roger Vadim, um homem que come, respira e pensa cinema. De Brigitte faz uma vedeta «sexy» e secretamente, conta com ela para triunfar.

Mas a sua vida conjugal não é aquilo que pudesse considerar-se um céu aberto e limpo. A alimentação é frequentemente qualquer coisa de muito teórico e é a própria Brigitte quem cozinha ou lava a roupa. A casa em que viviam, era uma máquina de fazer desespero, de tal forma era desconfortável e fria. As dificuldades de dinheiro eram frequentes e não era positivamente nesse ambiente que poderiam criar-se condições para a felicidade. Mas trabalhavam. Muito, duramente, por um futuro que acreditavam próximo e ridente.

Qual é o balanço desses anos de dificuldade e de vida em comum?

Uma nova vedeta e um novo realizador.

Vadim é um cavalheiro excessivamente orgulhoso para o reconhecer e sempre pronto

a dizer que «inventou o maior fenómeno cinematográfico do século» (BB), mas Brigitte, mais razoável, afirma que lhe deve muito na sua formação de artista, mas que em contrapartida, o lançou na sua carreira. E isto é verdade. Foi Brigitte Bardot quem, arriscando uma oportunidade vital para a sua carreira, impôs ou empurrou o nome de Vadim para a glória.

BRIGITTE — UMA MULHER GENEROSA

E isto diz-nos de uma virtude de Brigitte de que os jornais não costumam falar: uma generosidade ilimitada que usa constantemente para com todos os seus amigos ou mesmo para quem a serve.

Na realidade, o pessoal contratado por Brigitte e que trabalha em sua casa ou guia os seus carros, é tratado como se fossem «copains» da rapariga mais célebre da actualidade.

Voltando a Vadim, é evidente que ele não era de forma o homem que poderia apaixonar a loira Brigitte para todo o sempre. A vida comum entre estes dois pequenos génios da cinematografia francesa começava a ter o aspecto de uma tortura chinesa e muito nobremente concordaram em separar-se.

O resto da sua vida amorosa está também excessivamente documentado nos jornais para que tenha para nós o mínimo interesse.

três minutos com sofia LOREN

Há por aí muito bom cinéfilo que pode não saber quem é Renoir, Duvivier ou Abel Gance mas sabe perfeitamente quem é Sophia Loren, o que já não é mau. Assentes nesta verdade, e desde que estávamos decididos a falar neste número com uma pessoa que dedique a sua existência à feitura de fitas de melhor ou mais duvidoso gosto, optámos pela italiana, mulher extremamente interessante, dadas as suas medidas exorbitantemente generosas, até porque falar com qualquer daqueles realizadores, demanda um exercício cerebral que resultaria monstruoso para quem acaba de passar umas férias deliciosas. E por outro lado, falar com Sophia tinha outro interesse. Que pensará de todas as coisas que preocupam actualmente a Humanidade essa mulher de quem um acintoso crítico dizia recentemente «ter quatro quilos de talento — dois de cada lado?»

Aos leitores que exigem deste género de entrevistas uma certa tonalidade intelectual, que tenham paciência; é excessivo pedir a



uma mulher que seja simultaneamente bela e inteligente. Manda a sabedoria que nos contentemos com uma das coisas.

Acrescentemos que esta entrevista — real — só foi possível graças à gentileza da «Paramount», companhia produtora para que Sophia tem trabalhado em filmes que são por via de regra um êxito, como «Escândalo na Corte» e «Começou em Nápoles».

No melhor estilo «Vaudeville», este celebrado redactor interrogou a vedeta que não se fez rogada nas respostas, ainda que duvidemos que não tenha andado nisto a mão deveras hábil de um senhor chamado Carlo Ponti, homem largamente preocupado com o destino de uma mulher que não é senão uma das suas invenções.

Para satisfazer os corações mais ou menos sentimentais que neste momento andam altamente preocupados com o processo movido pelas autoridades italianas contra o celeberrimo casal, digamos da nossa repulsa pelo barulho feito contra uma coisa que é vulgar na Itália como em qualquer outro país no mundo e que adquire importância apenas quando os comparsas de semelhante história se chamam Carlo Ponti e Sophia Loren...

E sejamos oportunistas, fazendo do amor o motivo inicial desta conversa de três minutos — que é quanto dura um período dos nossos telefones...

— Sophia, agora que está metida nessa alhada judicial, que pensa do amor?

— Que é, apesar de tudo, uma coisa maravilhosa.

— E da felicidade?

— ...Que existe realmente.

— E da ternura?

— Que é uma fraqueza muito agradável...

— E do ciúme?

— ...Um agradável inferno.

— E da amizade?

— Uma coisa muito rara, infelizmente.

Estava esgotado o assunto «amor». Faltava um derivado: a calúnia.

— Que pensa da calúnia, senhora Ponti?

— Que penso? Odeio-a e desprezo-a de uma maneira tal que não me dá forças para odiar mais nada!

Passemos a coisas mais positivas. O dinheiro; ou a inveja, por exemplo.

— O que penso do dinheiro? Que tem exactamente o valor que se lhe dá. Quanto à in-

veja, penso que é a irmã mais feia da ambição.

(E esta?...)

Um dos pormenores mais em foco nas biografias de Sophia, é o medo que ela experimentou quando, por diversas vezes, se sentiu só diante da sua carreira, sem a ajuda daquele que tinha feito de si, (rapariga pobre de um bairro miserável napolitano) uma «senhora vedeta».

Vejamos que pensa do medo esta mulher que tantas vezes o sentiu:

— O medo — responde Sophia — é uma sensação deveras interessante, mas quando se está certa de se estar protegida...

Por ocasião do célebre roubo das jóias verificado em Londres quando participava nos trabalhos de mais um filme de que é a vedeta, Sophia teve um daqueles bons ataques de raiva no melhor estilo napolitano. A imprensa local, reportando-se ao assunto, debruçava-se mais sobre a cena que a italiana fez quando descobriu o desaparecimento, que propriamente sobre a esplêndida colecção de jóias que não há meio de aparecer, apesar das investigações de uma respeitável colecção de polícias de todo o mundo. Assim sendo, e à falta de melhor, perguntemos a esta vítima do banditismo internacional o que é para si a cólera.

— A cólera?... uma das mais feias transformações da fisionomia humana.

Nada mal, como vêm...

Timidamente, sugerimos a Sophia Loren que nos esclareça o que vale para si o termo «inteligência». Positivamente à vontade, a sólida vedeta responde:

— Inteligência, é um dom que se pode ocultar...

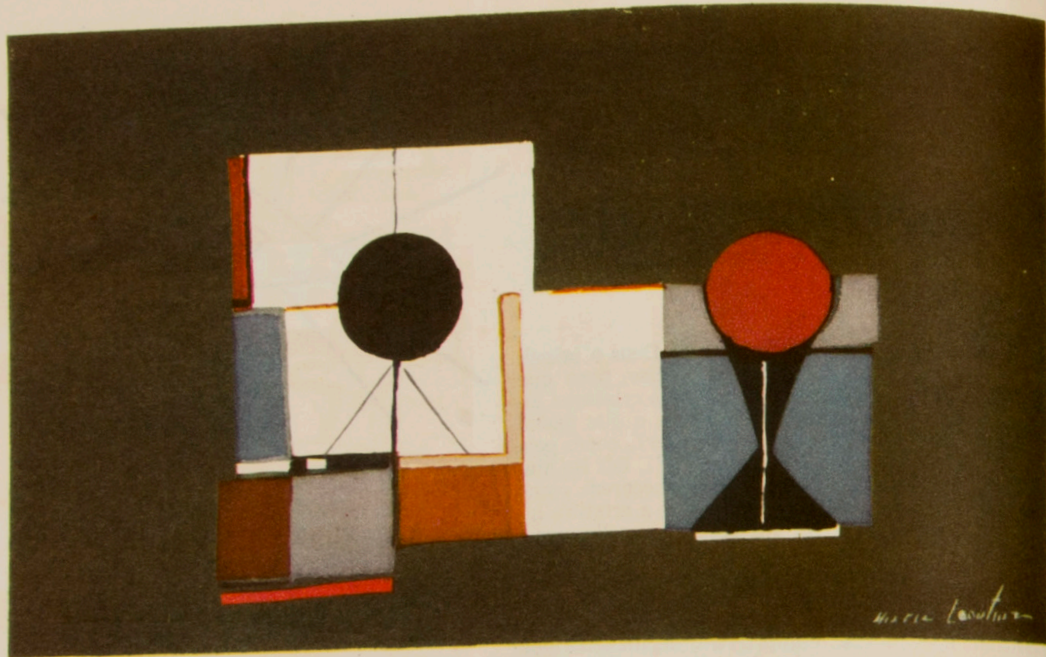
Inquietante resposta, para o que estávamos a pensar. E que bem que Sophia sabe ocultar esse dom! Para disfarçar a nossa perturbação, perguntamos, um tanto deslocadamente, o que pensa da Televisão.

— Uma coisa esplêndida, até porque se pode apagar facilmente...

Sinistra rapariga, esta...

Estava acabada a entrevista. Três minutos, para descanso de muitas almas, são evidentemente curtos para mais do que escrevemos.

Até nisto dos períodos que regulam as conversas telefónicas, a natureza foi prodigiosamente previdente...



DJANIRA / primitiva / Trabalhadores de cacau ↓

Depois de Rousseau, o primitivismo veio revalorizar artistas autodidatas. Diz Djanira: "Na minha pintura procuro mostrar, de modo simples, sem complicações, todo o meu amor à vida e a tudo o que me emociona. Mas na procura do desenho, composição e cores, escapam muitas coisas íntimas".

MARIA LEONTINA / abstrato-onírica / Cena I ↑

A linha, a forma e a cor, dosadas pelas reações inconscientes da artista, são recolhidas dentro de uma organização abstrata. Maria Leontina recria no espaço plástico climas de sonho e de lirismo. A princípio foi expressionista figurativa. Hoje, abstrata, ainda está coerente.





PORTINARI / expressionista / São João Batista

O artista deforma o que é aparente para todos nós. Nesta deformação está sua maneira de ver, de sentir e de explicar o que está sentindo. Transformada a figura, o objeto leva a sua marca muito pessoal e é a sua expressão desse objeto. Daí chamar-se essa tendência de "expressionismo".



TARSILA / pintura "pau brasil" / Casas

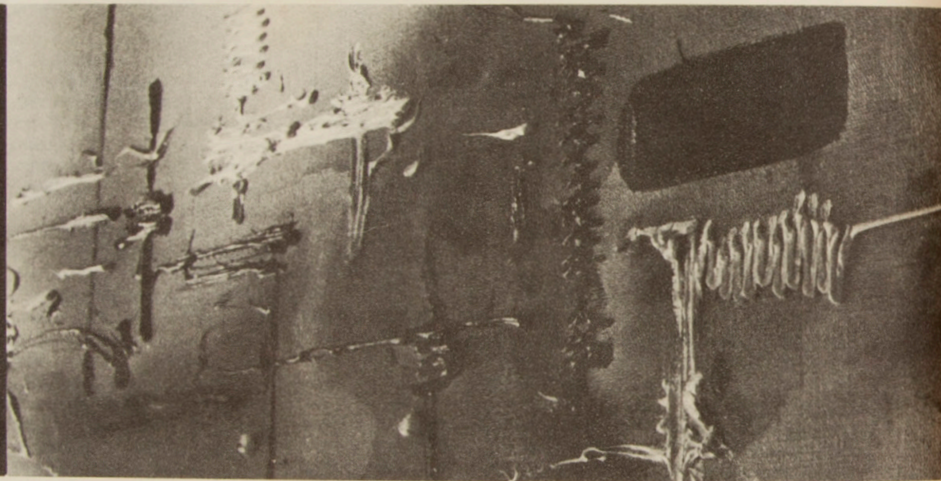
"Impregnada de cubismo, teórica e praticamente, senti, recém-chegada da Europa (1924) um deslumbramento diante das decorações populares das casas de S. João del Rei, Tiradentes, Mariana, Sabará, Ouro Preto e outras cidades cheias de poesia popular". E daí nasceu a "pau brasil".

ARTE DE HOJE

MÁRIO de la Parra é um gravador chileno, indivíduo amável, cuja aparência sugere a de um jóquei bem nutrido, aposentado. Mário acredita na fraternidade entre os artistas plásticos, quer divulgá-los todos, desde que sejam antiacadêmicos (a palavra moderna em relação a uma arte que está conosco há tanto tempo é uma redundância). Isto, no Brasil, onde as tendências artísticas e seus representantes mais sugerem os filiados da CBD a digladiar-se com maior veemência do que é dedicada ao trabalho criador, a mudar de time, ou de tendência, se preferirem, com a desfaçatez de um camaleão; terra onde ninguém sabe se a maioria dos críticos de artes plásticas critica o trabalho do próximo, ou se dita o trabalho do próximo.

1. Mathieu é um pintor.
2. E de valor.
3. O que ele se propõe é perfeitamente válido, no terreno aberto pelas pesquisas formais dos post-impressionistas.
4. No instante em que o academismo mais feroz se instala nos museus ditos mais avançados (academismo que se manifesta nessa permanente cópia de tudo o que foi buscado — e encontrado — pelos mestres da pintura contemporânea, em repetições mecânicas que estão presentes em tôdas as latitudes), o resultado de um Mathieu pode ser uma boa sacudidela nesse academismo. (Está claro que, inevitável e rapidamente, dele nascerá novo academismo).
5. O que causou celeuma aqui foram as suas exibições, consideradas atitudes "pour épater". E daí? A qualidade de sua pintura não depende disso. E suas atitudes fazem dele um dos caracteres mais pessoais e interessantes da sua geração.
6. Além disso, o escândalo aconteceu porque os nossos pintores se acham tão submetidos aos críticos de arte (seus mentores muitas vezes

MATHIEU, OU A PROPÓSITO DE MONSIEUR



FOTOGRAFIAS DE ARMANDO ROSÁRIO

até em questões de conduta pessoal), que a vinda de Mathieu, perfeitamente à vontade, perfeitamente sabedor de como organizar a sua promoção, teria de irritar. Principalmente por que é possível que Mathieu origine a rebelião entre alguns artistas brasileiros mais indóceis, que não mais pedirão licença aos seus orientadores.

7. Mathieu não rasga dinheiro; muito pelo contrário. E é bom verificar que um artista pode viver — e muito bem — do seu trabalho.

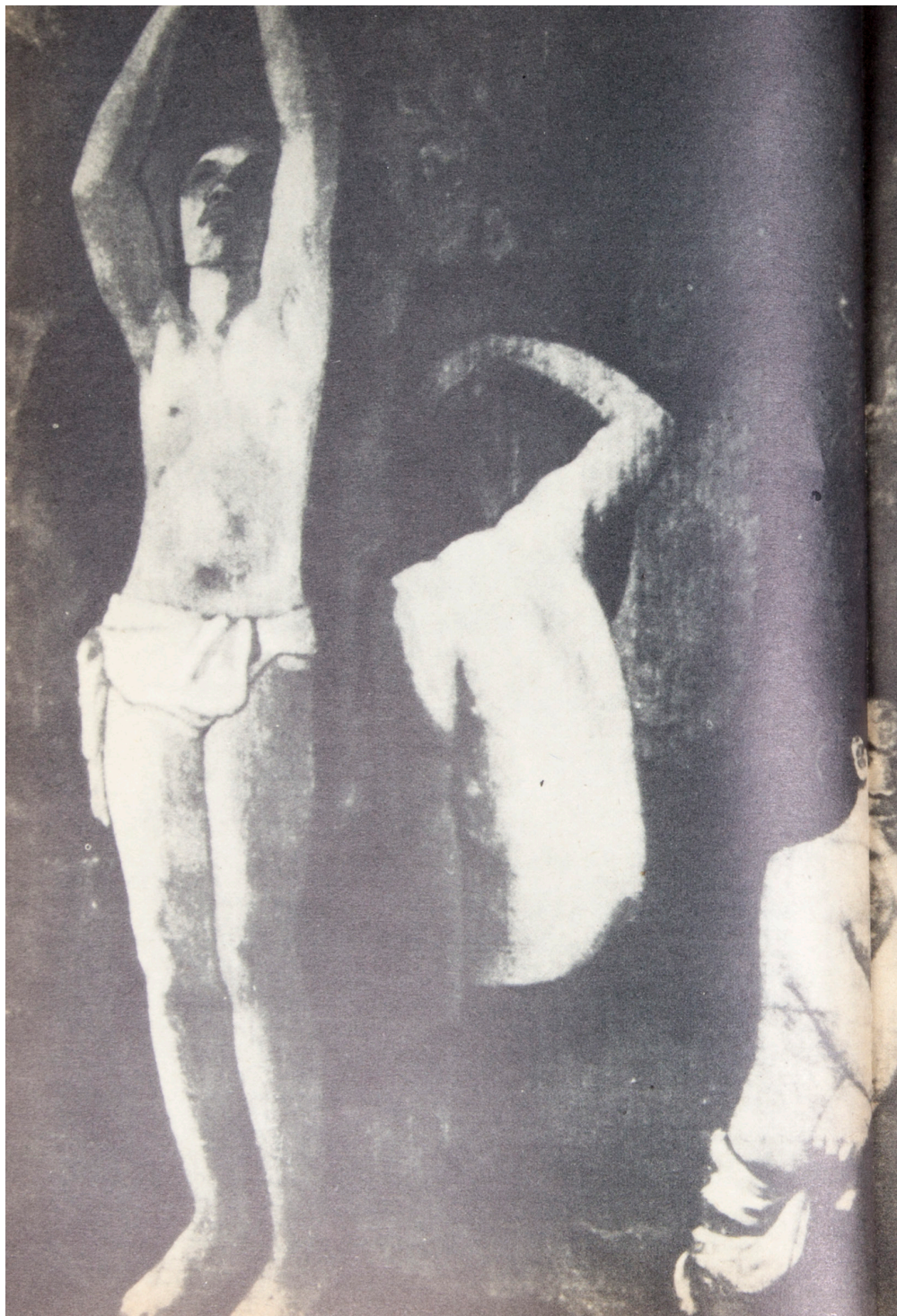
De onde se conclui que: primeiro, é preciso ser pintor; segundo, ter talento; terceiro, se o temperamento ajudar, fazer um pouco de exibicionismo que ajuda a vender.

Nós, que nem sempre estamos de acôrdo com D. Niomar, aproveitamos para tornar público que, toda vez que prestigiar artistas de valor, nacionais ou estrangeiros, exibicionistas ou não, com ou sem o apoio dos papas da crítica, dessa ou daquela tendência, contará com o nosso humilde apoio.

Moral da história: Imoral mesmo é exibicionismo de mau pintor. Δ



SR. n° 11 (janeiro 1960)







ROUAULT

em Lisboa

No *Miserere*, publicado apenas em 1948, e agora exposto em Lisboa, as formas despojam-se de todos os artifícios inúteis. O pitoresco que aparecia ainda nas obras precedentes de Rouault desaparece em proveito dum expressionismo veemente das figuras e duma dramática oposição entre os brancos e os negros. As formas não são apenas acentuadas pelas zonas obscuras mas também pelo vigor do traço que lembra o chumbo dos vitrais. Rouault manda passar mecânicamente para a chapa de cobre os desenhos a tinta da China. Depois inicia o seu trabalho pessoal de gravador com todos os instrumentos possíveis: buris, roletes, limas, raspadeiras, etc., que ele utiliza ao sabor da sua inspiração, descobrindo novos processos como o uso dum pincel embebido em ácido. Insatisfeito, ele recomeça indefinidamente o mesmo assunto.

Todas as gravuras têm títulos ou legendas de um extraordinário poder de evocação vi-

sual. Rouault apresenta-nos uma galeria de personagens que representam as misérias humanas e os apetites da carne; os maus juizes, os reis e os grandes da terra com máscaras feroces, as chamadas mulheres de vida fácil, os palhaços.

Surgem-nos também paisagens luminosas, aldeias sacudidas pelas catástrofes, ruas vazias onde se exprime toda a solidão das cidades. Mas o grande artista não ignora a doçura de certos rostos de mulher e de criança. Nesta obra grandiosa, a técnica do branco e negro impõe a sua rude e estranha disciplina.

Como diz Bernard Dorival: «De Cristo ao Homem, do Homem a Cristo, ainda de Cristo ao Homem e, por fim, do Homem a Cristo. A miséria e a guerra são portanto aniquiladas na vitória do Amor divino, e este que é o livro da Dor é igualmente o livro da Alegria e da Piedade».

o livro do mês

Carlos
de Oliveira



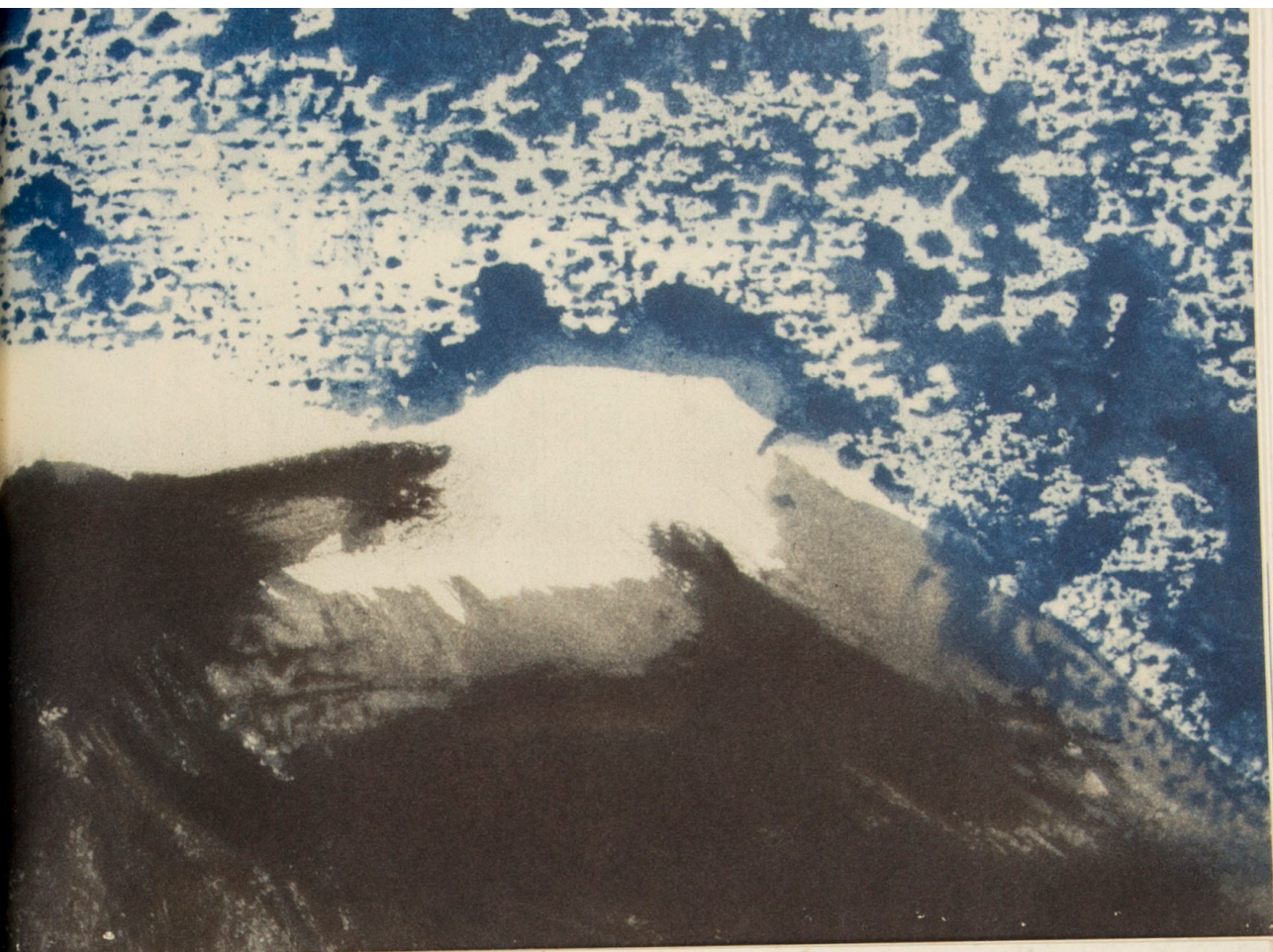
UMA ABELHA NA CHUVA

O prestígio tem as suas vias. O de Carlos de Oliveira, escritor austero e depurado, não se conforma com as facilidades de propaganda nem com as habilidades sensacionalistas de muitos autores do nosso tempo. Vivemos uma época de facilidades tentadoras de espíritos fracos, de literatos que publicam tudo o que lhes vem à cabeça desvairados por verem o nome em letras de forma. A crítica, em 90% dos casos tem interesses criados na grande Imprensa e nas capelas privadas — logo «serve» desmedidamente a venda do produto...

O caso de Carlos de Oliveira pertence à dezena dos refractários do vírus que atacou os «notáveis ansiosos pela consagração a

todo o custo». E todavia, da geração que em Coimbra se revelou através dos «Novos Prosadores», ele é reconhecidamente o autor mais pessoal e o de maior talento. Considerado como um elemento «especial» do neo-realismo, Carlos de Oliveira poderia, como muitos dos seus pares, seduzir-se pela tentação de renegar a corrente — em certos momentos próprios. Sabe-se que o não fez e a isenta e fiel independência da sua obra jamais vacilou nos princípios estéticos que a enformam; a convicção de que o escritor e o homem são solidários, a certeza em si mesmo, o ofício paciente e trabalhado, o rigor moral — eis as vias do prestígio do autor de «Uma Abelha na Chuva».





ERNEST HEMINGWAY

AS NEVES DO KILIMANJARO

TRADUÇÃO DE IVO BARROSO



— Escuta aqui — disse ele. — Você acha que estou gostando de agir desta maneira? Não sei por que estou procedendo assim. É como se tivesse necessidade de matar alguém para manter-me vivo, compreende? Tudo estava muito bem quando comecei a falar. Não tinha a menor intenção de recair neste assunto, e em seguida fiquei inteiramente estúpido a ponto de feri-la como jamais poderia fazê-lo. Não faça caso disso, querida, de tudo quanto estou dizendo. Eu te amo sinceramente. Você sabe que eu te amo. Nunca amei ninguém tanto assim como te amo.

Recorreu à mentira habitual com que garantia o seu pão cotidiano:

— Muita delicadeza de sua parte!

— Ordinária — disse ele. — Sua milionária ordinária. Até rima. Estou muito poeta agora. Podre e poeta. Poesia podre.

— Para com isso, Harry. Por que você insiste agora em transformar tudo num inferno?

— Não quero deixar nada inteiro, disse o homem. Não quero deixar nada inteiro quando eu for.

Já era de tarde agora e ele havia dormido um pouco. O sol desaparecera além dos montes e a sombra tomava toda a extensão da planície; pequenos animais vinham rondar o acampamen-

to: cabecinhas espertas e caudas tremulantes, ele os via surgir velozes por detrás das moitas. Os abutres já não se demoravam mais no solo; estavam pesadamente agarrados aos galhos das árvores. Havia um número bem mais reduzido agora. Junto à maca estava sentado seu ajudante.

— Memsahib saiu caçar — disse o negro. — Bwana quer alguma coisa?

— Não, nada.

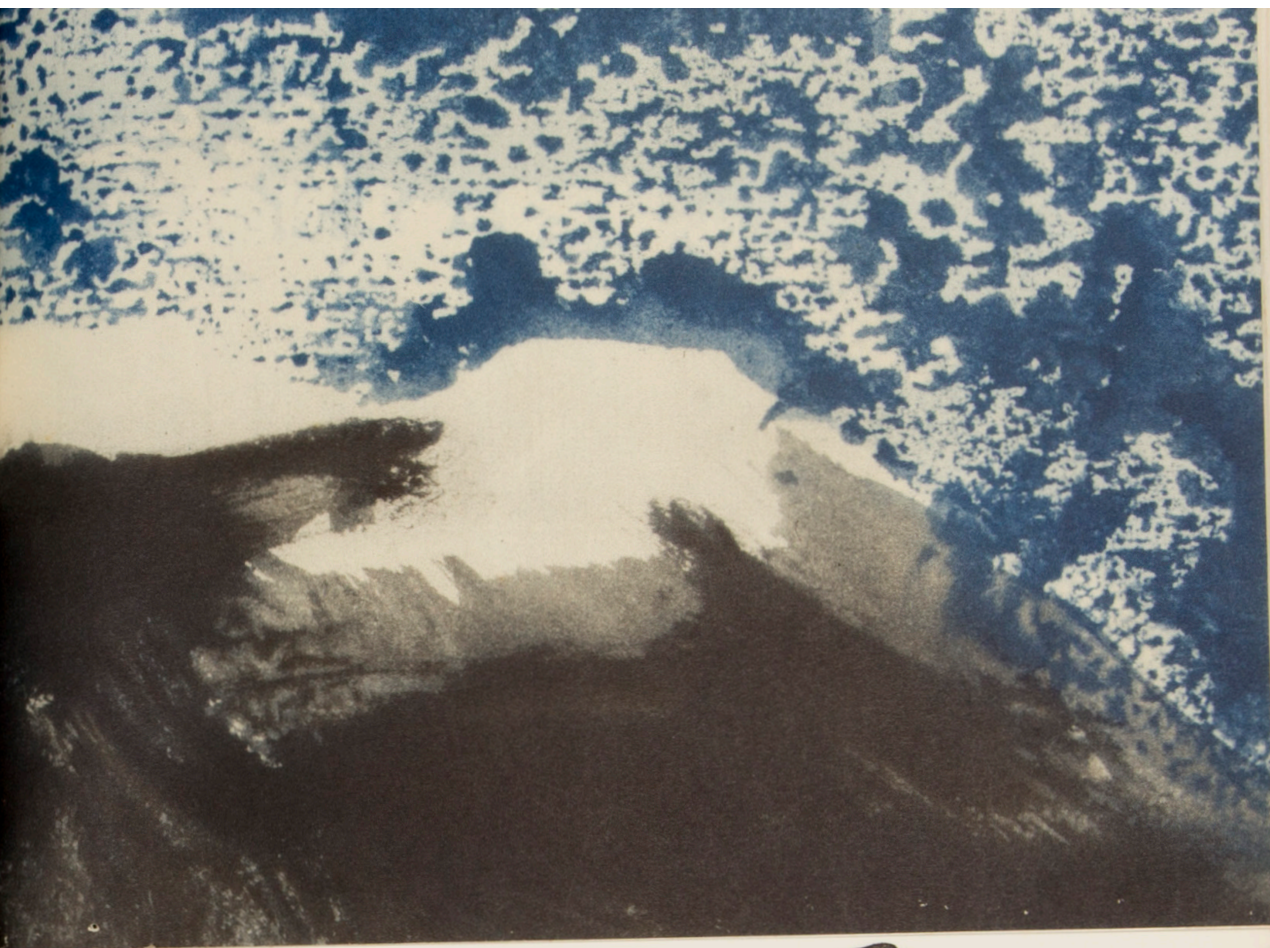
Ela fôra em busca de algum animal de carne tenra e, sabendo o quanto ele gostava de caçar, afastou-se bastante do acampamento, de modo a não se fazer visível no trecho da planície que ele tinha sob os olhos. Sempre prevenida, pensava ele. Sabia sempre alguma coisa a respeito de todos os assuntos, ou já havia lido ou ouvido falar.

Não era culpa dela que ao vir para o seu lado ele já fôsse um homem vivido. Como poderia uma mulher perceber que era mentira tudo aquilo que ele estava lhe dizendo, que falava pelo hábito de falar ou para tornar-se mais agradável? Desde que passou a não sentir nada daquilo que dizia, com suas mentiras começou a obter mais êxito junto às mulheres do que no tempo em que agia com sinceridade.

Mentia por não ter mais nenhuma verdade a dizer. Havia vivido a sua vida e já se considerava desiludido

quando voltou a conviver novamente com outras pessoas mais ricas, com o que havia de melhor nos lugares onde estivera anteriormente e em outros que viera a conhecer.

Não tinha necessidade de pensar e isso tornava as coisas maravilhosas. Estava com o íntimo devidamente encouraçado de forma a não se deixar vencer por esse lado, como acontecia à maioria dos outros, e assumia uma atitude de quem não dá nenhuma importância ao que fizera, já que não podia fazer mais. Mas, no âmago, pensava com frequência que ainda haveria de escrever sobre essa gente, os verdadeiros ricos, já que não fazia parte deles, mas era apenas um espião que vivia no seu meio; que havia de abençoá-los e escrever a esse respeito e então algo seria escrito em definitivo por alguém que realmente os conhecia. Mas em verdade ele jamais o faria, pois cada dia que passou sem escrever em meio do conforto, sendo exatamente aquilo que ele próprio desprezava, terminou por embotar-lhe a capacidade e enfraquecer-lhe o propósito, até que finalmente passou a não escrever mais nada. As pessoas que agora conhecia iam-se mostrando mais agradáveis e proporção que deixava de escrever. A culpa não era de sua mulher. Se não fosse por ela teria sido por alguma



outra. E se havia vivido uma mentira, necessário tornava-se morrer nessa mentira. Nisso ouviu um tiro que ecoou para além da colina.

Atrava admiravelmente essa boa e carinhosa protetora, essa millionária ordinária que lhe havia destruído o talento. Tolice. Ele próprio é quem havia destruído o seu talento. Por que iria reprovar essa mulher por havê-lo mantido confortavelmente? E destruíra o próprio talento por não se haver utilizado dele, por trair-se a si mesmo e a tudo aquilo em que acreditava, por beber a ponto de cegar o fio de sua sensibilidade, por preguiça, por indolência, por pedantismo, por orgulho e preconceito, fôsse pelo que fôsse. Que era afinal o seu talento? Possuía talento sem dúvida, mas em vez de utilizá-lo, mercadejou-o apenas. Não representava nunca o que havia feito, mas sempre o que estava por fazer. Preferia ganhar a vida com algo mais do que o lápis e o papel. E ademais, não era estranho que toda vez que se apaixonava por outra mulher, acontecia sempre que esta era mais rica do que a anterior? Mas quando já não sentia amor, quando estava apenas mentindo, como no caso desta mulher, a última, a que era a mais rica de todas, que fôra casada e que tivera filhos, que possuía amantes e ficara desiludida deles, e que o amara de maneira profunda, como escritor, como marido, companheiro e como a um bem de que se orgulhava, era estranho que, não lhe tendo o menor amor e sendo falso para com ela, fôsse capaz de lhe dar mais pelo seu dinheiro do que quando amava realmente.

Ela apareceu nesse momento, caminhando através da planura em direção do acampamento. Estava calçada com botas *jodphurs* e segurava o rifle. Os dois carregadores vinham tra-

zendo uma gazela abatida e caminhavam alguns passos atrás. Era ainda uma elegante mulher, pensava ele, e tinha o corpo bem fornido. Possuía grande vocação e desenvoltura para o grande, e embora não fosse bela, agradava-lhe a forma de seu rosto. Lia fabulosamente, adorava a equitação e a caça e, era verdade, bebia demasiado. O marido morrera quando ela era ainda relativamente jovem e por algum tempo se dedicara inteiramente aos filhos, que atingindo a maioridade já não tinham necessidade dela e se mostravam contrafeitos de vê-la sempre a lidar com seus cavalos de raça, os livros e as garrafas de bebida. Gostava de ler à tarde antes da hora do jantar e saboreava um uísque e soda enquanto lia. À hora do jantar já se achava levemente tocada e com a garrafa de vinho que tomava durante a refeição ficava suficientemente bêbeda para ir deitar-se.



Isso foi quando não tinha amantes. Logo que passou a tê-los deixou de beber tanto, porque já não necessitava embriagar-se para dormir. Mas acabou se aborrecendo deles. Fôra casada com um homem que nunca a aborrecera e os outros invariavelmente aborreciam-na demais.

Aí um de seus dois filhos morreu num desastre de aviação e depois disso ela não quis saber mais de amantes, e como a bebida não funcionava como anestésico, o que teve mesmo foi de refazer a sua vida. De súbito, sentiu-se horrivelmente assustada com a solidão. E quis ter a seu lado alguém que pudesse respeitá-la.

Tudo havia começado simplesmente. Ela admirava as coisas que ele escrevia e sempre desejara levar uma vida

73

CLARICE LISPECTOR

A IMITAÇÃO DA ROSA

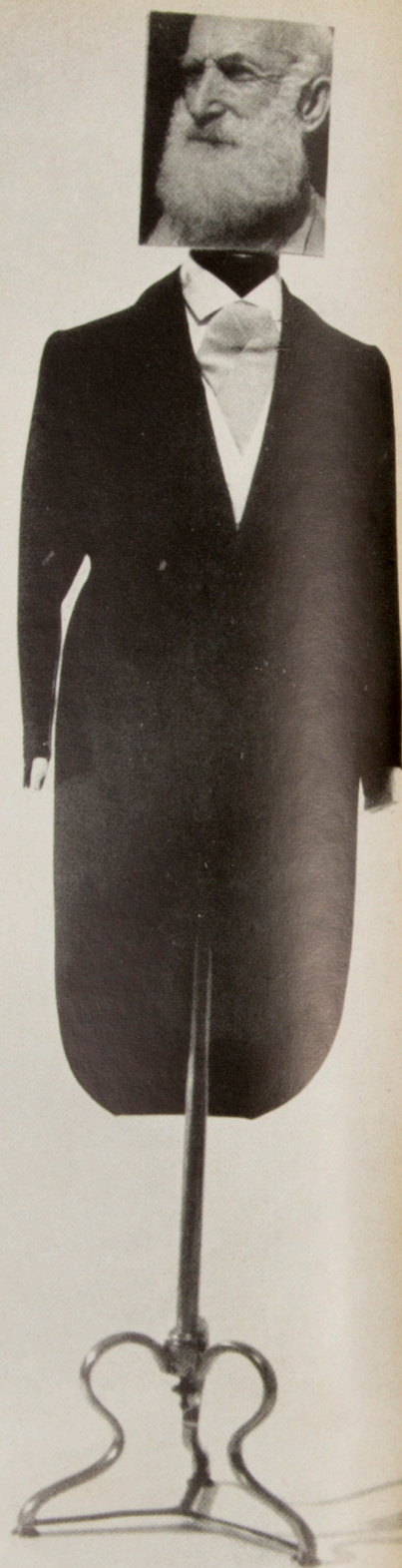
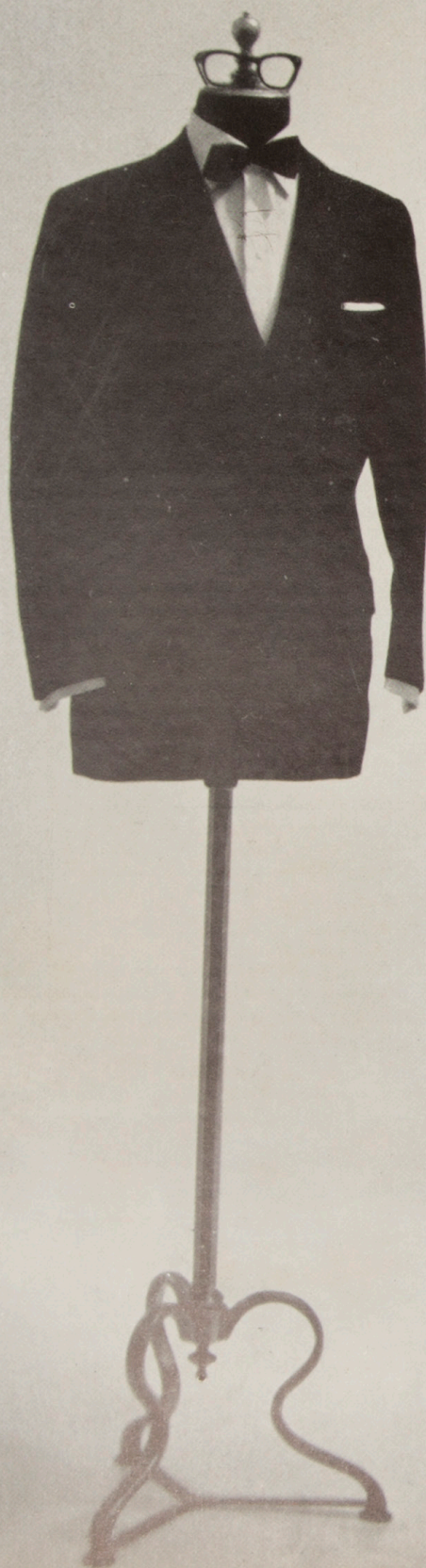
ANTES QUE ARMANDO VOLTASSE DO TRABALHO a casa deveria estar arrumada e ela própria já vestida marrom, para que pudesse atender o marido enquanto ele se vestia, e então saíam com calma, braço dado como antigamente. Há quanto tempo não faziam isso?

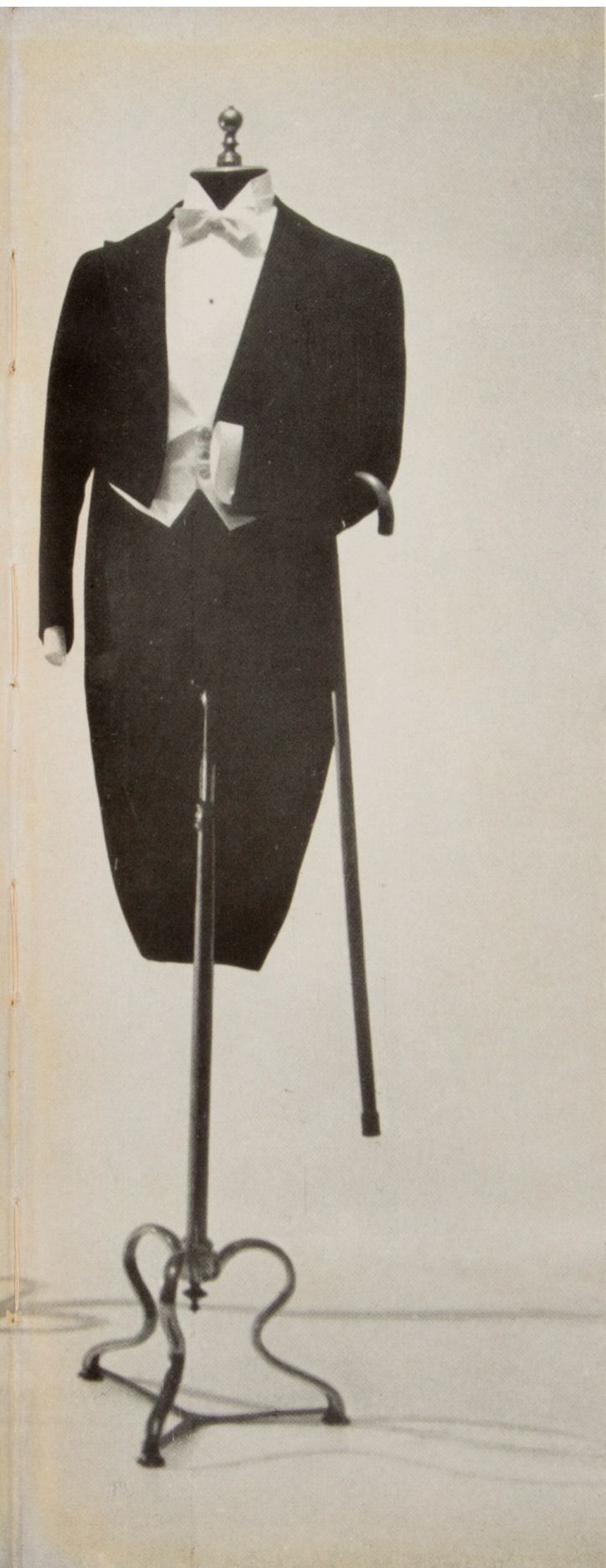
Mas agora que ela estava de novo "bem", tomariam ônibus, ela olhando como uma esposa pela janela, o marido do ô, e depois jantariam com Carlota e João, recostados na cadeira com intimidade. Há quanto tempo não via Armando enfim se recostar com intimidade e conversar com um homem? A paz de um homem era, esquecido da sua mulher, conversar com outro homem sobre o que saía nos jornais. Enquanto isso ela falava com Carlota sobre coisas de mulheres, submissa à bondade autoritária e prática de Carlota, recebendo enfim de novo a desatenção e o vago desprezo da amiga, a sua rudeza natural e não mais aquele carinho perplexo e cheio de curiosidade — e vendo enfim Armando esquecido da própria mulher. E ela mesma, enfim, voltando à insignificância com seu conhecimento. Como um gato que passou a noite fora e como se nada tivesse acontecido, encontrasse sem uma palavra um pires de leite esperando. As pessoas felizmente ajudavam-na a sentir que agora estava "bem". Sem a fitar, ajudavam-na ativamente a esquecer, fingindo que elas próprias o esquecimento como se tivessem lido a mesma bula do mesmo vidro de remédio. Ou tinham esquecido realmente, quem sabe. Há quanto tempo não via Armando enfim se recostar com abandono, esquecido dela? E ela mesma?

Interrompendo a arrumação da penteadeira, Laura olhou-se ao espelho: e ela mesma, há quanto tempo? Seu rosto tinha uma graça doméstica, os cabelos eram presos com grampos atrás das orelhas grandes e pálidas. Os olhos marrons, os cabelos marrons, a pele morena e suave, tudo dava a seu rosto já não muito moço um ar modesto de mulher. Por acaso alguém veria, naquela mínima ponta de surpresa que havia no fundo de seus olhos, alguém veria nesse mínimo ponto ofendido a falta dos filhos que ela nunca tivera?

Com seu gosto minucioso pelo método — o mesmo que a fazia quando aluna copiar com letra perfeita os pontos da aula sem compreendê-los —, com seu gosto pelo método, agora reassumido, planejava arrumar a casa antes que a empregada saísse de folga para que, uma vez Maria na rua, ela não precisasse fazer mais nada, senão 1º) calmamente vestir-se; 2º) esperar Armando já pronta; 3º) o terceiro o que era? Pois é. Era isso mesmo o que faria. E poria o vestido marrom com gola de renda creme. Com seu banho tomado. Já no tempo do Sacré Coeur ela fôra arrumada e limpa, com um gosto pela higiene pessoal e um certo horror à confusão. O que não fizera nunca com que Carlota, já naquele tempo um pouco original, a admirasse. A reação das duas sempre fôra diferente. Carlota, ambiciosa e rindo com força; ela, Laura, um pouco lenta, e por assim dizer cuidando em se manter sempre lenta; Carlota não vendo perigo em nada. E ela cuidadosa. Quando lhe haviam dado para ler a "Imitação de Cristo", com um ardor de burra ela lera sem entender, mas que Deus a perdoasse, ela sentira que quem imitasse Cristo estaria perdido — perdido na luz mas perigosamente perdido. Cristo era a pior tentação. E Carlota nem ao menos quisera ler, mentira para

O RIGOR
PARA 60





Rigor rima mas não admite côr / O sapato de verniz está totalmente ultrapassado. / As lapelas e faixas estão mais discretas, mais estreitas e fôscas. / Os frisos laterais também estão mais estreitos e menos enfeitados. / Evite, ao máximo, o "summer-jacket" e — se o senhor não é gordo — de preferência, quando o branco fôr possível, ao "dinner". / Peça ao seu alfaiate botão na casaca ou no fraque, atrás e por dentro, para abotoar na calça e manter o casaco no lugar. / Os punhos de rigor podem deixar de ser duros, mas devem ser duplos. / O peito duro, duro mesmo, desapareceu. / Um bom tropical pode substituir perfeitamente a casimira. / Para a calça assentar bem, dispense o cinto e use suspensórios. / A calça deve apenas apoiar, ligeiramente, sôbre o sapato. / As meias sempre de sêda. / O lenço do bolsinho mal aparece. / As gravatas-borboleta voltaram a ser "violão". / Os punhos aparecem sempre, mas não muito. / "Um homem mal vestido, a rigor, é tão ridículo quanto gastar uma nota de mil para acender um charuto de dois cruzeiros". Δ



MODELOS PARA O OU-
TONO

«Beijo de fada», fato de «cock-
tail», corpo e saia em fitas de
setim negro. Cintura alta do
mesmo cetim

(criação de Jean Patou)

«Études» fato-casaco comprido
para a manhã em tweed beige.
Gorro do mesmo tecido





como nasce uma

EST

I — UMA HISTÓRIA AMERICANA

1 — Um romance de Camilo

Era em 1926, o tempo da lei seca, de Capone e de Garbo. O Ford T, onde se criara e vivera uma geração inteira de americanos, acabava de passar de moda.

Louis Armstrong tocava ainda numa cave obscura e Orson Welles preparava-se para aterrorizar o país com a emissão radiofónica. «A Guerra dos Mundos», que o havia de levar à glória. O «charleston» fazia furor entre senhoras de saias curtas e colares até à cintura, a grande crise de vinte e nove aproximava-se e, no entanto, ninguém parecia aperceber-se da catástrofe iminente.

Mais ou menos por esta época, uma enfermeira atava no pulso dum recém-nascido uma etiqueta com os seguintes dizeres: «Norma Jeane Mortenson — sexo feminino». Metida entre biombos brancos, ao lado de trinta ou quarenta mulheres que, como ela, não tinham dinheiro suficiente para se pagar o luxo de uma clínica particular, a empregada de estúdio, Gladys Monroe, abandonada por um certo Mortenson, tomava a decisão final de entregar a filha à Assistência Pública, mediante o pagamento de vinte e cinco dólares semanais.

Eis o começo da história. Um começo triste que foi clássico nas novelas de amor do século dezanove.



TRELA

as «Bluebell Girls»



Estas são as famosas «Blue-bell Girls», o quarteto feminino que mais dinheiro vale em todo o mundo do «musichall» e (justificado) orgulho dos ingleses. As pequenas em questão, depois de uma temporada que fez sensação em Paris, partiram para Las Vegas onde vão actuar à média de quatrocentos contos por mês (a beleza paga-se, meus amigos) durante um ano inteiro.

Além do talento sàbiamente revelado pela gravura são as donzelas em questão exímias na arte de vestir e despir com rapidez, pormenor importantíssimo para o seu «show» que, por sessão, exige nada menos que dez trajes diferentes em trinta minutos. Este pormenor não deixará, por certo, de entusiasmar a plateia de **habitués** da roleta, enfadados pela monotonia que provoca o ganhar e perder dez vezes em cada noite a mesmíssima fortuna.

Quanto às «Blue-bell» pròpriamente ditas, arrastam uma vida claramente apaixonante, gastando metade do seu dia a treinar os seus virtuosos números, um terço a dormir e comer e o restante a gastar dinheiro. Como qualquer de nós afinal, se esquecermos o nosso tradicional sentido da economia no que se refere ao último ponto focado na existência destas beldades...



Rosita Serrano foi na sua época de ouro «a voz das cem cores», como dela diziam os círculos da propaganda mais ou menos associados às ordens oficiais de Goebbels. A nova Alemanha do pós-guerra apresentou uma nova vedeta: Caterina Valente e com um **slogan** dez vezes mais valioso: «A voz das mil cores». E que, na realidade, não houve na cançoneta ligeira quem, como Caterina Valente, interpretasse maior variedade de géneros, cantando em tantas línguas (alemão, inglês, francês, espanhol, português, italiano, sueco e japonês) e desdobrando tanto a sua personalidade vocal que desde o **lied** clássico ao **jazz** e às canções de **vaudeville** nada, pode dizer-se, deve ter escapado ao «curriculum» desta artista.

Caterina ocupou assim o lugar do monstro de ouro das receitas mundiais do disco, só comparável ao de Modugno depois do sucesso de **Nel Blu Dipinto di Blu** e, posteriormente, de **Piove**. Mas as suas receitas são mais cons-

CATERINA

tantes e as suas gravações enchem diariamente as prateleiras das «novidades» das discotecas do mundo inteiro. «Caterina é um **solovox** inesgotável», disse Gilbert Bécaud, seu companheiro dos espectáculos do Casino de Paris. «Nunca encontrei alguém com tantas possibilidades de **espectáculo** musical nem com tantos e tão variados recursos vocais como ela.»

Bécaud dizia isto em 1950. A sua opinião foi confirmada. Caterina Valente, que hoje tem a sua carreira consagrada com o Óscar da Música Ligeira, é detentora do maior contrato de gravação em disco da Decca, e porventura um dos maiores de toda a história das gravações comerciais.

A FILHA PRÓDIGA E O PRÍNCIPE DE BERLIM

Em 1937 a família Valente era uma espécie de «troupe» que andava pelos teatrinhos baratos de Hamburgo tocando e fazendo números de variedades sob o comando de Maria

Valente, a «Mamã Valente», que fazia em público papel semelhante ao do «Professor» da orquestra americana de Cab Calloway. Compunha-se de cinco figuras: Mamã Valente e os quatro seus filhos — Sílvia, Caterina, Pietro e Nina — cantando e tocando clarinete e acordeão.

A modesta companhia, de origem italiana, desmantelou-se com a guerra, mas em 1947 recompôs-se, desta vez, ao que parece, com melhor sorte do que no passado, pois em 1949 encontrava-se em Paris. Foi aí que Caterina decidiu ensaiar a prova do êxito, deixando a família na sua peregrinação artística pelos pequenos cafés de Montmartre e tentando a sorte num **music-hall** das vizinhanças do Arco do Triunfo.

Daí a pouco tempo era chamada ao cinema, recebia contratos da Bélgica e apresentava-se oficialmente na Rádio Luxemburgo — uma estação que é como a antecâmara do alto mundo da rádio e da TV.

Vem então o acaso na pessoa de Eric Lindor, director de programas da Rádio Zurique. O acaso chegou num encontro de café e a sorte foi lançada. A experiência das primeiras gravações radiofónicas de Caterina Valente resultou em cheio e de tal forma que o rei do **jazz** alemão, Kurt Edelhagen, ouvindo-a, pensou nela como a «cantora instrumental» (uma cantora que se integra na orquestra sem se destacar dela, fazendo **hot** com a voz, à maneira de Ella Fitzgerald) e, de que precisava para a sua orquestra.

Deste modo deu Caterina entrada na catedral das estrelas de música ligeira: os estúdios da Südwestfunk. Nessas salas de paredes frias, funcionais como um gabinete anatómico, gravou ela as três canções que a haviam de lançar ao mundo: **Istambul**, **O Mama**, **I love Paris**, acompanhada da orquestra de Edelhagen.

O resto é conhecido do grande público. Está no êxito que obteve como cantora de **jazz**

A VOZ DAS MIL CORES

Mas as suas primeiras gravações foram um desastre. A filha pródiga regressou à «troupe» materna, que, na altura trabalhava no Teatro Hansa, de Hamburgo. Conheceu então um berlinense de sangue aventureiro que seria o grande estímulo da sua vida. Eric von Aro. Casaram, como nas histórias cor-de-rosa, quase às escondidas. E, como nas histórias cor-de-rosa, têm sido muito felizes. Fim da primeira parte.

UMA CARREIRA EM «ROULOTTE»

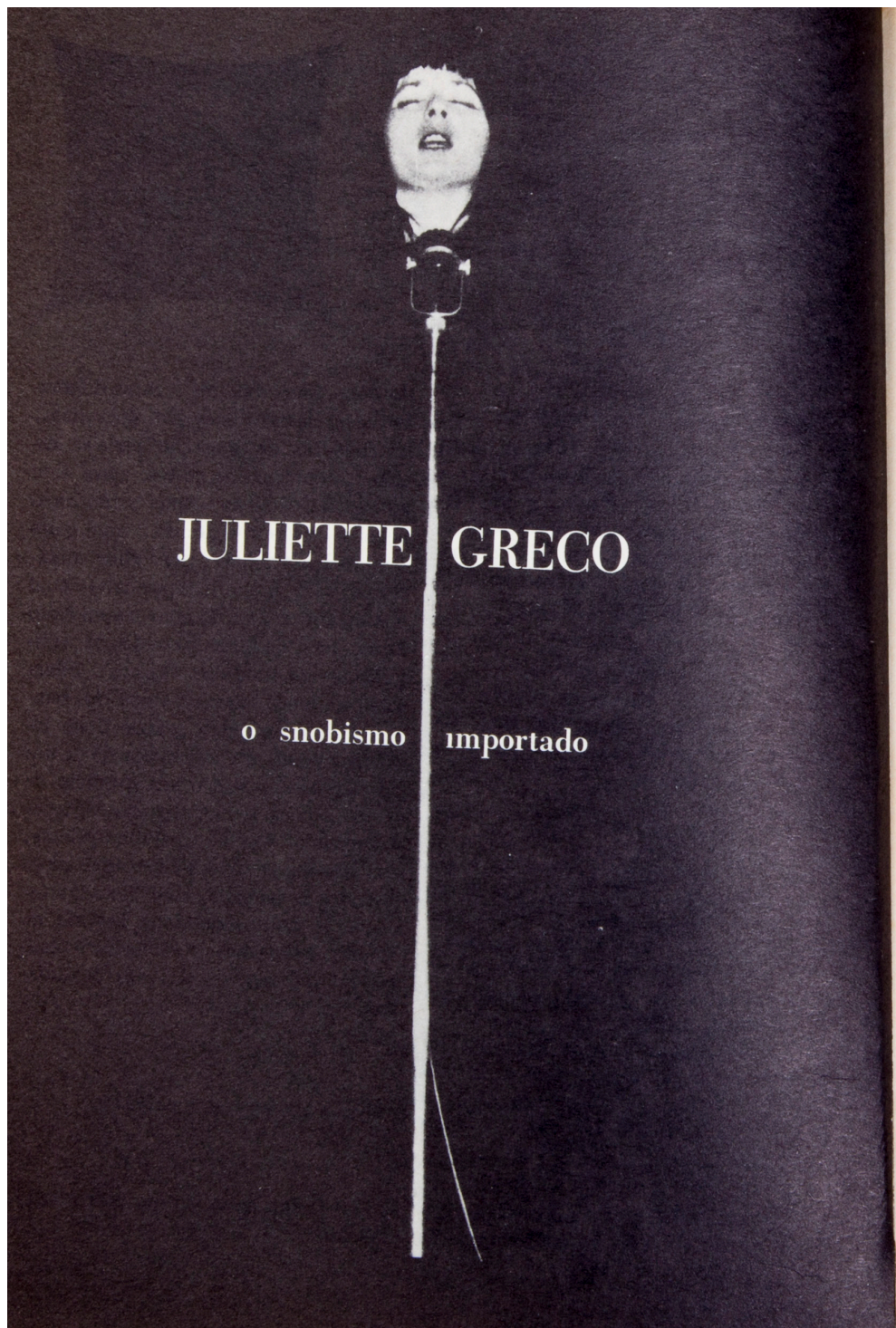
A segunda parte da carreira de Caterina Valente passa-se quase toda em **roulotte**. Casada, estrela de variedades sem brilho, deixou outra vez a família e partiu com o marido numa **roulotte** que tinham comprado, fazendo uma lua de mel um tanto ou quanto comercial, pois por onde passavam ofereciam os seus serviços nos teatros e nos circos. Foi assim que Grock, o magnate dos Circos Grock, os veio a conhecer e contratou Caterina para uma série de intervenções musicais nos seus espectáculos.

no Salão Internacional de Paris, em 1954, no sucesso dos **mambos** que cantou nalguns filmes e sobretudo nos discos com que assaltou o mercado.

Malagueña, a célebre **Malagueña**, fê-la conhecida nos Estados Unidos, que a contratou imediatamente para a televisão. Em 1955 cinquenta milhões de americanos viam e escutavam Caterina. E aplaudiam.

A Fox e a Metro-Goldwin-Mayer preparavam-lhe ofertas quando de Londres lhe vinha a proposta substancial para tomar parte na revista **Cancan**, de Cole Porter. Cinema, televisão, **music-hall** tornaram-se géneros familiares a Caterina mas a sua base foi e continua a ser o disco.

Acompanhada do marido, seu empresário e conselheiro, e do filho, o pequeno Eric, que felizmente para ele, anda longe de toda esta corrida de celebridade, «a mulher da voz de mil cores» continua a ser uma estrela errante que sobe, sobe, no mercado internacional à razão (actual) de 250 discos por hora.



JULIETTE GRECO

o snobismo importado

O tempo corre depressa, não é fácil medir-lhe a velocidade. Dir-se-ia que há muitos anos, vivia num pequeno hotel de St. Germain-des-Prés uma jovem (de voz «escura», como então se dizia) que à noite cantava no *Flores* ou no *Tabou*. Quanto ganhava? Mil francos por sessão — o que não era nada mau (pensava ela)!

— Afinal, a maior parte das pessoas cantam por prazer e cantam de graça. Também canto por prazer. E pagam-me! Que mais posso desejar?

Pouco, que é como quem diz: muito.

E o mesmo (não exactamente o mesmo) poderiam dizer três dos seus vizinhos mais anónimos, com quem ela se dava, com quem se encontrava nos «cafés», com quem conversava acerca da vida e do mundo. Três vizinhos com quem muitas vezes nem chegava a conversar porque se limitava a ouvi-los.

— Se não temos cuidado, a França regressa à III República — diziam. Ou então:

— Escrever romances é uma forma de fazer política, de levar os leitores a interessarem-se pelos problemas nacionais...

Três vizinhos quase anónimos como ela. Quase. Os seus nomes? Albert Camus, Jean Paul Sartre, Bernard Buffet.

Ainda ela hoje se recorda com saudades desses tempos.

— Camus era o mais tímido, todo ele parecia respirar generosidade... Sartre era o mais afirmativo. De todos nós era o único que tinha a certeza de que o futuro lhe pertencia.

Todos eles poderiam ter a certeza — como é fácil afirmar hoje isto! Porque Juliette Greco acrescenta:

— A verdade é que não tinha apenas três vizinhos. O bairro era grande, eu falava com centenas de pessoas, ainda me recordo de uma dezena de nomes. E, no entanto, a amizade verdadeira dessa época ultrapassava essa dezena de nomes. Como é possível que nos deixemos levar pelo tempo e que a nossa memória esqueça tanta gente amável, gente que tanto esperava do futuro?

O futuro. Mas, neste momento, Albert Camus, o desconhecido de então, tem o seu nome apregoado pelo mundo. Escreveu romances, peças de teatro, ensaios, ganhou o

Prémio Nobel. Que futuro mais invejável do que esse? A glória que não pôde evitar um desastre de automóvel e a morte.

Nesses dias recuados, toda a gente da *rive gauche* conhecia Greco: pelo menos conhecia os seus largos cabelos negros e os seus olhos verdes. Hoje é o mundo inteiro que a conhece, muito embora ela continue a habitar o mesmo bairro. Com uma diferença: o quatinho inóspito onde ela vivia transformou-se num andar ricamente decorado.

Graças a quê?

Alguém disse de certa vez:

— O mais importante em Greco é o seu silêncio, o seu recolhimento, a ausência de gestos.

E ela respondeu:

— O gesto é uma coisa monstruosa e impúdica. Eu teria desejado ser carmelita...

Teria desejado... Seria mais justo dizer: teria desejado desejar. Porque essa vida recolhida, toda entregue à alma, é uma coisa em que muitas vezes se pensa para temperar a agitação da vida. Mas quem pensa em trocar essa agitação pela calma? E quem pensa trocar os vestidos da Rue de la Paix pelo burel grosseiro? Não Juliette Greco, cujos vestidos eram imaginados por um amigo seu, já morto também: Christian Dior. Foi Dior que lhe desenhou o vestido de casamento, como foi Dior que lhe desenhou o vestido de baptizado da Laurence-Marie.

Juliette Greco nasceu em 7 de Fevereiro de 1927, em Montpellier, mas a sua família é originária da Córsega. Ao contrário do que poderia supor-se, o seu nome não é um pseudónimo. O pai chamava-se Gerald Greco e representou um importante papel na contra-espionagem francesa durante a primeira guerra mundial. Quanto à mãe, ela foi uma heroína da Resistência! Claro: não é impunemente que se é filha de um patriota. Juliette Greco tinha apenas quinze anos quando a mãe e a irmã foram deportadas para a Alemanha. Muito jovem, essa prova foi-lhe evitada, mas teve de passar dez dias na prisão de Fresnes, o que não é nada agradável.

Quando saiu trocara um problema por outro problema. Não tinha dinheiro.



TONY PERKINS

À PROCURA DO TEMPO PERDIDO

Com Tony Perkins tudo é de esperar. Melhor: podemos ter sempre a certeza de que alguma coisa acontecerá. Por exemplo: numa noite de gala pode muito bem suceder que se apresente envergando um blusão; pode mesmo suceder que ele apareça vestido de cerimónia, quem sabe? Mas adivinhar o modo como surgirá vestido, ah, isso é de mais!

Pobre Tony Perkins! Escravo de um mito (*self-made enigma* assim lhe chamam) a sua inicial liberdade de se vestir como muito bem queira, converteu-se numa escravatura. Perkins é hoje um homem enigmático por obrigação, excêntrico por dever. E quando o vemos — depois da projecção do *Balão Vermelho* — atravessar as ruas de Hollywood segurando um balãozinho como se fosse uma criança, que havemos de pensar? Tomamo-lo a sério ou não?

Afinal, Tony Perkins — o sucessor de James Dean — simboliza uma juventude americana para a qual o inconformismo é uma bandeira, é um objectivo?

Leitor de Mauriac, de Proust, e de Saint-Exupéry, apaixonado de Mozart (mas também do «Rock and Roll»), o intérprete de «Desejo sob os Ulmeiros» procura dar nas vistas, porque é um menino mimado. Uma criança que não teve na infância todos os carinhos que ambicionava e que deseja receber agora esse quantitativo de amor que o pai (morto quando tinha cinco anos) não lhe pôde dar.

O balão com que ele atravessa as ruas, a bicicleta que ele usa em vez de automóvel, não são uma revolta contra o mundo e as convenções, mas uma tentativa de reencontrar a infância perdida, essa infância carinhosa que a vida não lhe deu.

É SUSCEPTÍVEL?

Muita gente, sem se dar conta disso, é presa fácil de certos personagens galhofeiros que gostam de imitar cada um desde que para isso tenham oportunidade.

Talvez estes engraçados tenham também os seus defeitos — é certo mesmo que os têm. Mas os que, por um sim ou por um não se exaltam, respondem com azedume, reagem vivamente a graças por vezes inteiramente anodinas, são vítimas de uma susceptibilidade doentia que serve só para os prejudicar.

É este o seu caso? Pode sabê-lo facilmente respondendo com franqueza às dez perguntas seguintes e marcando 3 pontos cada vez que registre uma resposta afirmativa:

- 1) Sente-se irritado quando alguém estrofia o seu nome ou o pronuncia mal?
- 2) Tem a impressão de que muita gente lhe quer mal e não o poupa com críticas?
- 3) O facto de se dizer bem de um dos seus amigos na sua presença incita-o a deduzir que não pensam bem de si?
- 4) Fica perturbado a ponto de se descontrolar quando, durante um jogo, o seu parceiro faz observações sobre a sua maneira de jogar?
- 5) O facto de perder deixa-o de mau humor?
- 6) Sente necessidade de se vingar quando sabe que alguém fez correr a seu respeito um rumor desagradável mas, em certa medida, justificado?
- 7) Irrita-se quando, em sociedade, alguém comenta com humorismo a sua vida pública ou privada?
- 8) Fica profundamente mortificado quando alguém cita, mesmo por graça, um defeito seu que, indiscutivelmente, lhe pese?
- 9) Mostra-se sentido quando em determinadas circunstâncias não é prestada me-

- recida homenagem aos seus méritos?
- 10) É incapaz de suportar a ideia de que se estão a divertir à sua custa?

Se somou entre 21 e 30 pontos é eminentemente susceptível. Não se espante portanto se os seus amigos, mesmo os mais íntimos se divertirem por vezes a «fazê-lo afinar». Experimente passar a estar mais seguro de si ou a ser o primeiro a rir-se das graças que dizem a seu respeito. Reparará que irão deixando de se meter consigo.

Entre 6 e 18 pontos é bastante melhor. Mas, por vezes, um orgulho injustificado põe-no fora de si — o que de resto vai ao encontro das intenções de quem o conhece bem. Com um pouco mais de calma tudo passará a correr satisfatoriamente.

Menos de 6 pontos indicam que sabe controlar bastante razoavelmente as suas reacções e a só se emocionar com o que realmente o justifica. É, moralmente, um ser maduro.

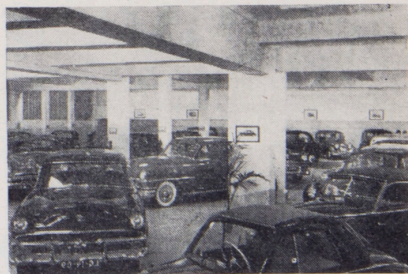
AUTOMÓVEIS

SOC. COM.

ANTÓNIO CASQUILHO

S. A. R. L.

AV. GUERRA JUNQUEIRO, 14-A, B, C



A MAIS COMPLETA ORGANIZAÇÃO
DE AUTOMÓVEIS USADOS

EXPOSIÇÃO PERMANENTE

DE 200 UNIDADES
AGENTE OFICIAL FIAT





Gilbert Bécaud

Nos velhos tempos, quando não havia aviões e os países estavam mais longe uns dos outros, a humanidade não sabia ainda o que era ter pressa.

Quem ouvisse dizer a um amigo «Parto amanhã para Malaca» já sabia que antes de dois ou três anos não voltaria a vê-lo. Mas achava isso natural. E se lhe dissessem que quatro séculos depois os tretrinetos ficariam indignados por o comboio levar mais de vinte e quatro horas a chegar a Paris, o nosso velho antepassado não compreenderia.

Os homens não tinham pressa. Os relógios de pulso estavam por inventar. As canções que as bonitas mulheres cantavam era já cantadas havia séculos e continuariam a ser cantadas por muitos séculos mais.

*«Estava a bela infanta
No seu jardim assentada...»*

Por muitos séculos mais até que os aparelhos de rádio invadissem todas as regiões do globo. Porque então a pressa tomava conta de toda a gente. A pressa e o cansaço. E o mesmo povo que durante séculos cantara com enlevo a mesma canção seria depois incapaz de se fixar sem cansaço numa melodia mais do que cinco semanas.

De súbito, com o aparecimento dos relógios de pulso e da Televisão e da Rádio, todas as coisas perdiam o antigo

ar de perenidade para se colocarem sob o signo do efêmero. Era preciso mudar, mudar constantemente. Não importava já que a mudança fosse um progresso, bastava que fosse mudança.

Que terá tudo isto a ver com Gilbert Bécaud?

Muita coisa: porque Gilbert Bécaud deve o seu êxito ao cansaço fácil das multidões. Por volta de 1952 a cançoneta francesa tomara um rumo que poderá designar-se de excessivamente intelectualista.

O existencialismo estava na moda. Os cançonetistas entregavam-se a essa moda, sofriam de angústia, desesperavam-se, olhavam para o mundo como se olhava para o inferno.

O grande mérito de Bécaud foi esse: no momento em que a cançoneta sofria de intelectualite aguda e se tornava de dia para dia mais mórbida, no momento em que o pessimismo intoxicava a juventude, Bécaud começou a cantar couplets otimistas.

A mocidade descobriu de repente que o optimismo também tinha algum interesse e aceitou as novas ideias. Afinal o que importa — pensavam os jovens que se converteram a Bécaud — é não pensar... E não pensavam mesmo. Liam o seu jornal matutino e eram otimistas ou pessimistas consoante a canção da moda.

Mas Bécaud lá foi jogando a sua carta. No meio dos pessimistas ser optimista era ser

HOLLYWOOD

GANHA

CORAGEM

E ENTERRA A SOMBRA DE MACCARTHY

Otto Preminger, o realizador de **Doze Homens em Fúria**, anunciou publicamente ter encomendado a Dalton Trumbo a adaptação do romance **Exodus**. De início, o pasmo foi geral e os americanos interessados pelas coisas de cinema recusaram-se a acreditar. Depois, e sem que se saiba bem porquê, encolheram os ombros. No fundo—pensaram—já não havia razões para escândalos. Pois não era verdade que o senador McCarthy havia morrido?

Dias depois, Kirk Douglas revelava que Dalton Trumbo era também o argumentista de **Spartacus**, o espectacular filme de Stanley Kubrick. Quase simultaneamente o produtor Stanley Kramer anunciava que tinha entregado vários argumentos a Nedrik Young.

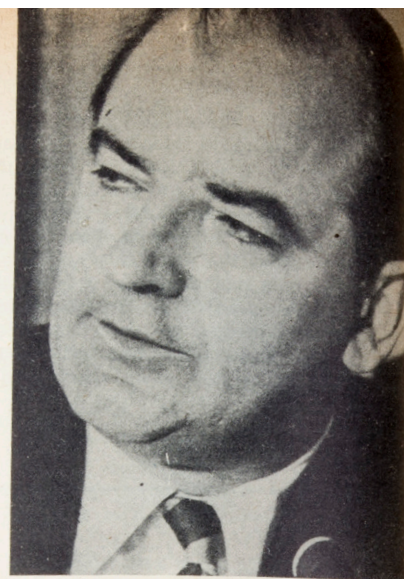
Dias depois, uma outra notícia: vários filmes, realizados por Joseph Losey no estrangeiro, tinham sido compradas por uma empresa distribuidora norte-americana.

Mas que se passava então? Que razões havia para o escândalo? Que razões havia para que, após algumas hesitações, os americanos achassem natural o que se estava a passar?

A CHAVE DO MISTÉRIO

Eis a chave do mistério: Dalton Trumbo e Joseph Losey faziam parte da famosa lista de dez cineastas que, por instigação de McCarthy, haviam sido afastados do mundo cinematográfico, acusados de falta de respeito às instituições, por se recusarem a comparecer perante a Comissão de Actividades antiamericanas. Pois bem: durante muito tempo as grandes empresas de Hollywood abstiveram-se de chamar os homens da Lista Negra. Mas, morto McCarthy, a pouco e pouco começaram a recorrer a eles.

As declarações de Preminger marcaram, todavia, um momento decisivo. É claro que a **American Legion**, com toda a sua colossal força, fez saber que «mobilizaria todos os recursos para impedir que a Lista Negra fosse abolida». Propôs uma campanha de boicotagem contra os produtores, distribuidores e casas de espectáculos que protegem Dalton



Trumbo. Mas o que sucede é que, no fundo, a rebelião dos cineastas de Hollywood contra as imposições da **American Legion** abrange quase todas as firmas importantes. Declaradamente, ao menos, abrange a Paramount, a United Artists, a Universal International e os produtores independentes Kirk Douglas, Kramer e Preminger.

«Nos meus filmes — declarou Kramer — trabalha quem eu quero, independentemente das suas inclinações e independentemente de agradar ou não a esta ou àquela instituição, por muita consideração que ela me mereça». O ataque à **American Legion** era evidente. Com essa frase, Kramer vingava uma década de humilhações.

DEZ ANOS DE HUMILHAÇÕES

De facto, em 1947, a atitude dos magnatas de Hollywood havia sido bem mais respeitosa. De início, os grandes senhores da indústria cinematográfica resistiram aos «mac carthystas». «Nenhum profissional de cinema será posto na rua por se recusar a prestar declarações a MacCarthy», afirmaram. Mas, pouco a pouco, a força deste homem impetuoso foi crescendo e, algumas semanas depois, os magnatas de Hollywood renderam-se. A verdade é que a indústria cinematográfica atravessava então uma grave crise: 80 milhões de bilhetes vendidos por semana na América em 1946! 46 milhões, apenas, vendidos nos anos seguintes...

A ocasião não era propícia portanto para atitudes impopulares (ou que pareciam sê-lo, já que o prestígio de MacCarthy pouco durou). Assim, aceitou uma Lista Negra secreta — mas rapidamente conhecida por toda a gente — com os nomes dos cineastas aos quais deviam ser fechadas todas as portas.

Alguns homens de cinema, como por exemplo, Joseph Losey foram procurar trabalho em Ing'laterra, em França ou em Itália. Outros, continuaram em Hollywood... A trabalhar? A trabalhar... Porque aqui começa a parte cômica da nossa história. Não seria possível aproveitar a experiência cinematográfica dos homens da Lista Negra? Claro... De que maneira? Dando-lhes um nome falso... Sômente: para que não houvesse qualquer escândalo, esses homens teriam de trabalhar com modéstia, não dar nas vistas... Michael Wilson era um argumentista competente. Como exigir-lhe que trabalhasse com mediocridade? O seu filme **Um Lugar ao Sol** recebeu um Óscar (para o argumentista).

ARGUMENTISTAS DESCONHECIDOS

Pergunta de toda a gente: quem é o argumentista? O nome indicado era desconhecido... Mas em pouco tempo toda a gente sabia: graças a um pseudónimo, um homem da Lista Negra ganhara um prémio... Pois bem: no ano seguinte, o mesmo desconhecido figurava entre os três melhores argumentistas do ano...

Para evitar escândalos, toda a gente fingiu que não sabia o que se passava. Mas à cautela, as grandes empresas cinematográficas combinaram nunca mais dar prémios a tais cineastas. De nada valeu. Tempos depois, sem darem por isso, premiavam outro...

Entretanto, a **United Artists** conhecia de novo uma época de amplo desaforo. E Preminger, bem escudado pelas possibilidades de financiamento desse colosso, lançou o desafio: «Encomendei a Dalton Trumbo a adaptação de **Exodus**».

Voltava-se uma página dramática na história da cinematografia americana.



TENDÊNCIAS DO

Não há dúvida: o «vedetismo» está a desaparecer! Nos anos que se seguiram à guerra, bastava que num filme figurasse uma «estrela» de primeira grandeza para que o seu sucesso fosse garantido. Quem se não lembra, ainda, de Betty Grable, Esther Williams, Ingrid Bergman, Greer Garson, Ginger Rogers e Judy Garland?

De 1950 para cá, porém, o panorama transformou-se radicalmente. Nos E. U., onde se estuda com o maior interesse a afluência do público aos espectáculos, publica-se todos os anos a lista dos actores favoritos, lista esta que tem por base o número de indivíduos que assistem aos filmes.

Dentre os 10 actores favoritos de 1954 apenas 2 eram do sexo feminino e, mesmo assim, ocuparam o 4.º (Marilyn Monroe) e o 9.º (Jane Wyman) lugares da lista.

Em 1955, a posição das grandes vedetas femininas era sensivelmente a mesma: Grace Kelly ocupava o 2.º lugar e June Allyson o 9.º.

Em 1956, Marilyn Monroe descera para o 8.º lugar seguida de Kim Novak.

Na lista de 1957 não figurou uma única mulher, embora Elizabeth Taylor e Brigitte Bardot tivessem ocupado lugares de relevo na lista de 1958.

As 2 listas a que nos referimos são as seguintes:

1957

1 — Rock Hudson;

2 — John Wayne
3 — Pat Boone
4 — Elvis Presley
5 — Frank Sinatra
6 — Gary Cooper
7 — William Holden
8 — James Stewart
9 — Jerry Lewis
10 — Yul Brynner

1958

1 — Glenn Ford
2 — Elizabeth Taylor
3 — Jerry Lewis
4 — Marlon Brando
5 — Rock Hudson
6 — William Holden
7 — Brigitte Bardot
8 — Yul Brynner
9 — James Stewart
10 — Frank Sinatra

Segundo os técnicos, o declínio da popularidade das vedetas femininas não é um fenómeno isolado mas, antes, um dos muitos aspectos da transformação que vem a operar-se no mundo do cinema. Os próprios «astros» já não oferecem garantia de sucesso a um filme.

Gary Cooper só «interessa» à bilheteira desde que figure num filme de «cow-boys».

Cary Grant apenas atrai o público desde que figure em comédias sofisticadas. Yul

CINEMA

Brynner não atrai ninguém desde que não apareça com o cabelo rapado...

Para o que se está passando, há várias explicações. Alguns técnicos afirmam que Hollywood já não produz filmes que ponham em evidência as grandes atrizes e, na verdade, o tipo de filme construído em torno duma «estrela» desapareceu dos «écrans». Foram precisamente os filmes desse género que celebrizaram Betty Grable, Esther Williams e outras «estrelas» do passado.

Outros técnicos atribuem o facto apontado a motivos diferentes. Segundo eles é reconhecido que a indústria cinematográfica é orientada em função dos «teenagers», os jovens com menos de vinte anos. («Teenagers» é uma palavra que designa os jovens dos 13 aos 19 anos). Esta juventude, segundo alguns técnicos, já se não interessa pelas «estrelas»...

Maureen O'Hara, recentemente, disse da indústria cinematográfica:

«O cinema não voltará a ser o que era enquanto os argumentistas não atribuírem um papel mais importante à mulher... Os «astros» auferem ordenados extraordinários e quando os produtores pretendem dinheiro para as «estrelas» verificam que já acabou... Daqui resulta que nos filmes abunda o talento masculino...»

Em Inglaterra a situação é análoga à que vimos descrevendo em relação aos E. U.

Yvonne Mitchell, uma actriz inglesa que tem estudado o problema, comenta-o da seguinte forma:

«Os produtores ingleses partem do princípio de que, se uma actriz é bonita e sensual, não sabe representar e que, se representa bem, nem é bonita nem sensual...»

«Trata-se da lei da oferta e da procura. Há tão poucos papéis para atrizes, que os produtores não têm a menor dificuldade em encontrá-las. Uma actriz, actualmente, auferia 1/10 do ordenado dum actor...»

Os 10 actores ingleses que em 1959 atraíram mais espectadores aos cinemas foram:

- 1 — Alec Guinness
- 2 — Dirk Bogarde
- 3 — Kenneth More
- 4 — Ian Carmichael
- 5 — Virginia McKenna
- 6 — John Mills
- 7 — Norman Wisdom
- 8 — John Gregson
- 9 — Jack Hawkins
- 10 — Stanley Baker

Os próprios produtores reconhecem que a vedeta de há 10 anos desapareceu e afirmam que já não é possível ressuscitá-la. Segundo dizem, o público desinteressou-se completamente dos filmes concebidos para pôr em evidência a beleza ou o talento duma actriz.

Tudo será verdade e os números demonstram-no duma forma irrefutável, mas é igualmente verdade que há ainda milhares de pessoas que vão ao cinema ver a Bardot...

Metro-Goldwin-Mayer

BEN-HUR

Realização de William Wyler

CHARLTON HESTOR

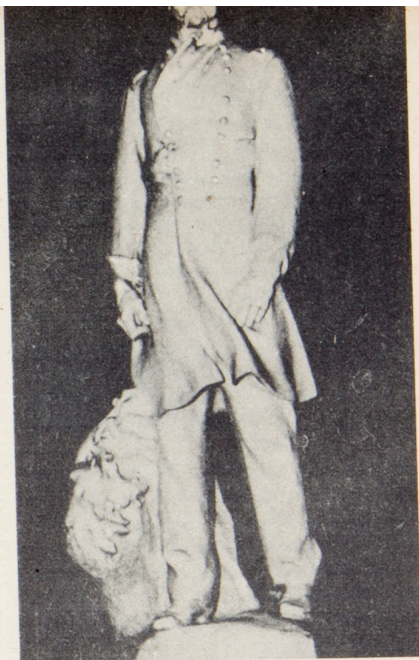
JACK HAWKINS

STEPHEN BOYD

HIYA HARNEET

nos principais papeis

A estátua do general Lew Wallace, advogado, militar, político e autor do «Ben-Hur» no vestibulo das Estátuas, no Capitólio, em Washington.



uma história
fabulosa...
um herói imortal...
um autor fantástico...

Há 80 anos que a história de **Ben-Hur** não sai da Cena ou da Imprensa. Provavelmente nenhum outro romance influenciou, por todo o mundo, tantos milhões de pessoas. Há qualquer coisa de mágico e de sugestivo no próprio título **Ben-Hur**. E, de vinte em vinte anos mais ou menos, desde 1880, uma explosão maior assina este êxito constante.

Tudo começou quando um homem de guerra decidiu escrever sobre o príncipe da paz. Aos olhos da crítica não era um grande escritor; segundo ele próprio admitia, não tinha sentimentos religiosos profundos. Todavia, enquanto escrevia, sentado à sombra de uma das árvores do seu parque em Crawfordsville, Indiana, com tinta vermelha, uma estranha inspiração deve ter desido sobre ele e modelado as suas frases.

O general Lew Wallace, brilhante herói da guerra civil americana, viveu uma exis-

tência fantástica. Poderia ter escrito sobre as suas aventuras ou sobre as suas batalhas. Poderia ter achado matéria para um romance no seu contacto com «Billy the Kid» e outros fora-da-lei que faziam a lei no Novo México, quando ele era governador desse território fronteiriço. Poderia ter referido histórias exóticas aprendidas quando embaixador dos Estados Unidos na Turquia.

Mas resolveu deixar a sua imaginação partir da tranquilidade de sua casa de Indiana para a Terra Santa, que nunca tinha visto, a milhares de quilómetros e a milhares de anos de distância.

Escolheu a época turbulenta do Império Romano pagão e o período particular que veio a influenciar toda a humanidade — os anos que decorrem entre o nascimento de Cristo e a sua crucificação.

O general Wallace, sempre optimista, disse

Aldo (Steve Cochran) operário de uma fábrica italiana, vive há anos com Irma (Alida Valli) de quem tem uma filha. O marido de Irma está ausente e Irma recebe a notícia da sua morte quando o filme se inicia. Dirige-se do Registro Civil, onde a informaram, para sua casa e encontra no caminho sua irmã Lina



Ao chegar depois a casa encontra Aldo. A sua expressão torna-se dura



Aldo, Irma e a filha de ambos Rosina vivem agora em difícil ambiente. Aldo procura reconquistar Irma, que decidiu abandoná-lo e alternam as cenas de violência e de ternura

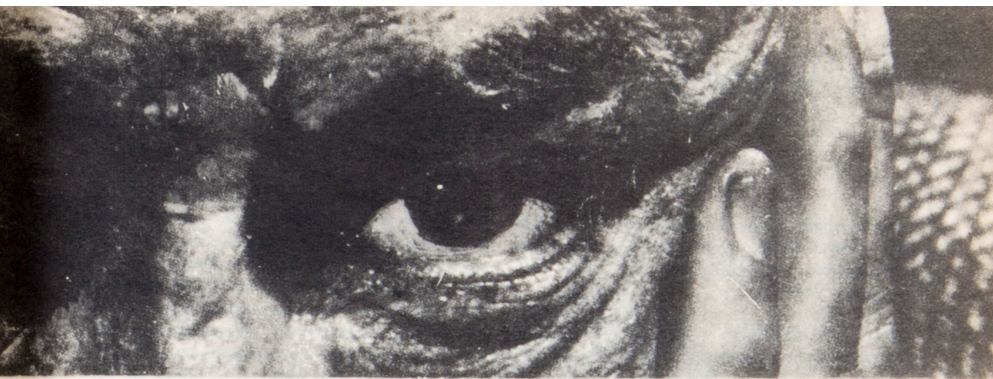


O GRITO

«IL GRIDO»
de Michelangelo Antonioni

com

ALIDA VALLI
DORIAN GRAY
BETSY BLAIR
STEVE COCHRAN



MULTA PARA UM FILME

...só privilegiados têm ouvido igual ao seu eu possuo, apenas, o que Deus me deu... (1)

JOÃO GILBERTO —
«DESAFINADO»

Os termos laudatórios com que a Grande Imprensa sublinhou o aparecimento de «Raça», todo o processo publicitário que antecedeu a «primeira» de um filme que, no pitoresco dizer das colunas pagas por inescrutáveis amizades ou a tanto por linha, «é o melhor, português, que até agora se projectou»; as alvoroçadas declarações de alguns dos seus intérpretes e as frases-feitas expelidas sem reboço — tudo isso, enfim, nos deixou de sobreaviso. É que o «apoiado»

(1) O autor desta crónica preferiu utilizar versos de sambinhas conhecidos, com base na verdade assente e aceita de que o criticado é homem de grandes músicas e pequenas letras.

e o «muito bem» entraram, nos nossos piedosos dias, num trânsito suspeitíssimo, e a velocidade com que circulam dão origem a que o autor destas prosas seja um peão avisado e atento — não vá, por incautela, ficar atropelado.

As alegres demonstrações de simpatia pela «Raça», exuberantemente provadas num escorrido corpo 7 e assinadas por cronistas mimalhos, veio dar razão ao conceito popular «quem feio ama, bonito lhe parece». Ora, como «brincadeiras de amor são brincadeiras de dor», o remorso, neste caso, ficará com quem as pratica. Para o casamento não contribuímos; e se, mais tarde ou mais cedo, a coisa terminar em divórcio, temos a consoladora certeza de que nem petiscámos um palito «la reine» da faustosa boda. Donde se conclui que, para nós, não surge um problema de afectividade, mas de efectividade, termos cuja fonia se confunde mas de tão ímpar significado que nos per-

Daí a evidência do princípio: pai branco + mãe branca = filho preto. A França (branca) + De Gaulle (branco) deram a República (negra) da Guiné.

q. e. d.

3.º — SÃO OS CAGADOS FORMAS MENOS EVOLUIDAS DAS TARTARUGAS?

Resposta: São, sim senhor. Esta descoberta oficialmente confirmada no III Congresso Zoológico de Zeerst-und-Laibben (1953) há muito que era ponto assente da sabedoria popular.

Na verdade, todo o cágado tende naturalmente a atingir as proporções da tartaruga mas a partir de certa altura o uso excessivo que a culinária e a indústria de bijutaria passou a fazer dos pacientes e poderosas gnelónias, atemorizou de tal modo os cágados que estes fizeram uma instintiva greve da fome e permaneceram no tamanho em que

hoje os conhecemos. Daí dizer-se que um sujeito «é muito cágado» quando se deixa estar quietinho e sem crescer e que uma senhora é «estúpida como uma tartaruga» quando cresceu a tal ponto em ancas e em banhas que não faz outra coisa do que passar a vida na cozinha entregue a culinárias diversas.

Os zoológicos mostram-se verdadeiramente inquietos com a escassez cada vez maior de tartarugas nos rios e nos mares habituais. Crê-se, porém, que o desenvolvimento da indústria de plásticos, substituindo a casca da tartaruga nos adornos, pentes e bijutarias diversas, aquiete consideravelmente as naturais desconfianças dos cágados e permita que estes cresçam à vontade até atingirem as proporções das tartarugas — o que é afinal o fim objectivo que a Natureza lhes determinou e que eles há séculos têm vindo a contrariar, numa atitude muito pouco digna de um animal com bríos.



— Sabe nadar?
— Porquê? Não tem barcos?

JAZZ



As pessoas a quem, há um quarto de século, o jazz esfolava as orelhas como o cubismo e a «arte abstracta» lhes esfolavam os olhos, diziam, encolhendo os ombros: «Coisas da época. O jazz há-de passar...».

Tinham razão ao fazer esta afirmação, mas não a tinham no sentido em que a julgavam ter. A música de Louis Armstrong, bem como a pintura de Leger, de Picasso e de Klee, «passaram», efectivamente, mas, em lugar de passarem como uma fanfarra que se afasta e se vai atenuando até desaparecer, passaram, sim, mas a fazer parte dos costumes do nosso tempo.

Quando Scott Fitzgerald escreveu os seus romances, dizia-se que ele era o pintor da era do jazz e subentendia-se que essa era teria o seu tempo e que o jazz marcava uma época e uma moda, tal como os vestidos curtos, os cabelos «à garçonnette», os «Fords» de 5 CV, os «Citroëns» e todos os clichés sentimentais do decénio.

As modas transformaram-se, a vida evoluiu mas o jazz mantém-se.

Não se tratava da moda dum certo período, mas do gosto permanente duma época.

Duma ponta da América à outra ponta da Europa, com testas de ponte na Ásia e em África; de Nova Iorque a Moscovo e de Paris

a Tóquio, as grandes tragédias e as pequenas preocupações humanas desenrolam-se tendo como pano de fundo, em surdina, o ritmo lancinante e desencontrado dessa música inventada numa pequena província americana, por negros filhos de escravos, para exprimir e esquecerem as suas tristezas; essa música que conquistou o mundo. Na verdade, a música que serve de pano de fundo aos prazeres do nosso tempo é essa música simultaneamente triste e alegre que, há meio século, era improvisada pelos deserdados de Nova Orleães e tocada nas aldeias do Sul dos Estados Unidos.

O jazz não era uma moda. Era, e é, uma das formas da sensibilidade do nosso tempo. O jazz não «passou» como «passam» as cores desbotadas pelo sol e pelo tempo.

Antes pelo contrário: entrou-nos na massa do sangue.

É certo que podemos não lhe prestar atenção, é certo que podemos ignorar esse ritmo que nos acompanha durante uma grande parte do dia, mas é, igualmente, certo, que o jazz já faz parte do nosso mobiliário interior, da nossa maneira de ser. Mesmo aqueles que não gostam de jazz vivem nele como os peixes na água.

Pergunta-se, por isso, porque é que o jazz

o que preferido	Heróis da sua juventude	A coisa que mais odeiam	Como desejam morrer
os não pagam dividas (Petrarca)	O príncipe da «Gata Borralheira»	O emprego	Às vezes depressa
estruturas que uram as estru- irarecem de res- s estruturais se extraída do tim da Junta)	O «Mandarin» de Eça de Queiroz	A desordem	Com a certidão de óbito previamente preenchida
que os pais nem para os fi- lhos anual do Filho digo)	O Marquês de Portago (Morto)	O mundo novo, de que ouviram falar	Espectacularmente
ura universitá- base do pro- gresso (D. Dinis)	Sir Anthony Eden	Os jovens de constituição atlética	Com grande noticiário nos jornais
ois uma men- ã patrão que rdade de um polícia anual de Eti- eta)	José Maria Nicolau	O «chauffeur» de praça	Na cama
	Saint-Exupéry	Os tempos que correm	«Na última tarde de um Império em chamas»
vilhoso o mis- o da vida (Chesterton)	Saint-Exupéry emprestado por um primo	A pobreza de espírito de certa gente	Depois de ter visto tudo

JAZZ

a branco e negro

Foram apresentados particularmente em Nova Iorque dois filmes sobre jazz. O primeiro, colorido e inteiramente feito por brancos, intitula-se «Jazz on a Summer's Day» e o segundo, inteiramente feito por negros, «The cry of jazz».

O primeiro filme é um documentário completo filmado por Bert Stern, durante o Festival de Jazz de Newport de 1958.

O colorido e a fotografia, segundo a crítica, são duma beleza invulgar, e os executantes, Gerry Mulligan, Art Farmer, Chico Hamilton, Armstrong, Mahalia Jackson, etc., conseguem transpor a barreira do «écran» a ponto de, por vezes, darem a impressão de que se encontram na sala em carne e osso.

O «Jazz on a Summer's Day» é um filme alegre que parece desconhecer a existência de «Blues».

«Quisemos — disse Stern — fazer um filme alegre de jazz... um filme em que tanto os espectadores como os executantes revelassem a alegria da experiência do jazz...»

Se este filme é alegre, o segundo já o não é. Trata-se dum documentário de 35 minutos inteiramente concebido e filmado por um grupo de intelectuais negros. Foi feito com um capital muito reduzido e tal facto, segundo a crítica, transparece. Se este filme não entrar na história do cinema — e todos pensam que não entrará — parece certo que

ocupará um lugar na história. Pela primeira vez o negro americano desafia o branco e fá-lo em termos novos: reivindica não apenas a igualdade mas, até, a superioridade. O início da acção tem lugar num clube de Jazz onde 2 casais — um branco e um negro — discutem as origens do jazz depois de terminada uma sessão.

Enquanto os casais discutem, a câmara leva o espectador aos bairros pobres das cidades americanas, às «jam sessions» e às reuniões religiosas onde o jazz nasceu.

A tese do filme é simples: só os negros sabem tocar jazz porque este deriva, não dum sofrimento comum a ambas as raças, mas duma dor própria do negro.

Não fica por aqui, porém, a tese do «Cry of jazz». Segundo o filme, o jazz morreu e ainda que os brancos desejem continuar a refiná-lo e a repeti-lo, nada conseguirão, porque o jazz já perdeu a sua utilidade.

Exprimiui o sofrimento do negro mas chegou a hora deste ocupar o seu lugar na vida americana. O negro, segundo a tese apresentada, é a consciência da América e compete-lhe, agora, dar origem ao novo e verdadeiro americanismo — o americanismo negro.

Não há dúvida, portanto, de que o filme, ainda que mau sob o ponto de vista cinematográfico, virá a ter sucesso...



miles davis

ou o sofrimento improvisado

Enrolado sobre um tamborete, agarrando com força o trompete verde, com um olho fechado e outro fixando obstinadamente o microfone, assim passou Miles Davis, quase sem se mover, as três horas necessárias ao registo de uma fase do seu novo disco microgravado. A cena passava-se há alguns meses em Nova Iorque, nos estúdios da Columbia. Uma vulgar gravação de blues, como tantos outros, correndo os riscos fáceis da improvisação?

Talvez devido à luz crua dos estúdios, talvez por causa do próprio Miles, sempre um pouco irritante com o seu ar mortalmente enfastiado, as pessoas que ali se encontravam não tiveram, na altura, consciência de estar a assistir a uma das mais importantes gravações dos últimos tempos.

Aos trinta e três anos, Miles não cessou de impressionar e deslumbrar aqueles que o consideram o mais prestigioso representante do jazz moderno. Não que haja unanimidade à sua volta. Muitos acusam-no de, por volta de 1949, ter imprimido ao jazz uma direcção que reprovam. A esses, desdenhoso

como de costume, Miles responde: «Que me detestem e que vão para o Diabo».

Escutá-lo tornou-se, para os outros — os conquistados, os entusiastas — um mito quase religioso. Cada uma das suas pequenas gravações constitui um acontecimento; é portanto natural que o último, «King of blue», não tenha feito excepção à regra. Nele se encontra uma consagração de música de jazz, inseparável, a partir deste momento, de Miles Davis. Além disso, qualquer outra coisa se revela na sua obra, num sentido de cada vez maior aperfeiçoamento.

UMA FORÇA SERENA

É interessante notar que as gravações recentes de Miles Davis, gravitam, cada uma delas, em volta do mesmo tema geral, criando um clima que se prolonga de uma ponta à outra do disco. Os textos interpretados parecem então vários capítulos de um mesmo livro, ou andamentos diversos de uma sinfonia. Assim «Milestones» vinha marcado de uma grandeza olímpica, «Miles Ahead» res-

cendia lirismo e sensibilidade. De «King of Blue» pode dizer-se que estamos em presença duma meditação pura, despida de qualquer ornamentação. Neste disco, Miles confirma a evolução que se esboçava no interior do seu estilo: aos tons vibrantes e apaixonados que lhe eram até agora característicos, substitui um jogo extraordinário contido, linear. Tudo é sacrificado a esta depuração. Os temas são de uma simplicidade rara no jazz contemporâneo: simples esquiços que servem de ponto de partida às improvisações. Sobre este fundo esquemático a **trompete** de Miles destaca-se como uma força serena verdadeiramente notável. Nenhuma pressa, nenhuma precipitação, nenhum efeito procurado ou brilhante na maneira. O que se ouve é essa voz por vezes ferida, por vezes impassível, que escolheu os meios tons, as sonoridades veladas. Apreciar-se-á no seu máximo esta maneira meditativa e quase obsessional de Miles na longa composição «Flamenco Sketches» um dos máximos da microgravação.

Indispensáveis, neste disco, ao lado de Mi-

les os dois saxofonistas Julian «Carmonball» Adderley no «Alto» e John Coltrane no «Tenor». O pianista Bill Evans e um grupo rítmico composto por Paul Chambers e James Cobb. A associação Davis-Coltrane-Adderley não é recente mas nunca, como agora, foi tão frutífera. John Coltrane continua espantoso. Mostra-se aqui de uma lucidez e uma sobriedade de meios que nos deixam confundidos, apesar de estarmos já dentro do ambiente criado por Miles. «Carmonball» põe a sua técnica sempre brilhante ao serviço da obra comum: ergue-se sem dificuldade ao nível dos seus dois ilustres companheiros. Improvisadas na sala de gravações as cinco composições de «King of Blue» são pois uma espécie de homenagem rendida pelo jazz de Avant-Garde a esta trama harmónica tão velha como o próprio jazz: o **blue**. Este disco é por outro lado um passo importante na obra de Miles Davis. É difícil escapar ao encanto que dela se vai desprendendo. E poucas obras do jazz moderno podem pretender tanto.



— Faz-me pena deixar em terra os rapazes que pedem boleia!



PARIS

quando
a noite cai,
P a r i s
transforma-se
num grande
teatro

caiu lá o Carmo e a Trindade. A barafunda era enorme e uma formidável escaramuça lá se desencadeou, por não ter sido permitida a entrada a duas francesas de comportamento irregular, residentes no largo de São Roque.

Um major da guarda municipal foi esbofetado e houve numerosas prisões. Este Café tomou depois o nome de Casino Lisboense e, com maior ou menor concorrência, terminou as suas funções em 1876. Nunca mais ali se festejou o Ano Bom.

Já que estamos em maré de anedotas alusivas à entrada de um novo ano, muitas mais se poderiam recordar neste arrazoado, feito a muitos anos de distância.

Tudo lá vai e hoje, a passagem do ano festeja-se com mais cordura. As ilusões continuam a ser as mesmas e serão iguais enquanto a humanidade existir.

Também o teatro de D. Luís, barracão do século passado que tinha o nome do popular monarca, festejou em Janeiro de 1865, o novo ano que entrava. Era um teatrinho mais elegante que o anterior, o Teatro D. Afonso, cuja maqueta era da autoria do cenógrafo Augusto Pina, mestre da sua Arte e que já desapareceu.

Com um certo conforto e relativo luxo, tinha a geral em forma de tribuna, cortada ao meio por um corredor que conduzia à superior e às cadeiras — já com assentos de levantar — e na regência da orquestra, estava um maestro tão feio que na época em que viveu, poucos ou nenhuns o suplantavam em fealdade. Era o maestro Praxedes.

Ali se representou teatro de toda a espécie e, como dizemos, no ano de 1865, lá se organizou uma lauta ceia a que assistiram os principais actores da companhia. Ali esteve a popular actriz Maria do Céu, mãe da característica Sofia Santos que a nossa geração conheceu, trabalhando na extinta companhia Armando de Vasconcelos e que vinha do Teatro da Rua dos Condes representando com agrado uma peça intitulada «O Satanaz» da autoria de Augusto Garraio. O actor Estevão Moniz, que imitava com imensa graça o querido actor Valle e também o actor Guilherme, que os colegas tratavam por **Car-pinteiro** e que era inextinguível em canções que levavam as plateias ao auge. Sempre de chapéu alto, um junco fazendo as vezes de **badine** e uma calça branca, cinzenta ou amarela, as suas canções em especial o **Viúvo Inconsolável** eram de êxito seguro.

Da ceia que ali se realizou no fim do ano de 1864 para 1865, nada as crónicas da época dizem, a não ser participar o alegre acontecimento. Todos beberam em honra do ano que começava. Tudo correu o melhor possível.

Actualmente, já sem os bailes dos marqueses de Viana e dos condes de Penafiel e outros, que só se relatam saudosamente nos livros de Pinto de Carvalho e Eduardo de Noronha, as multidões, no remanso das suas casas ou nos restaurantes típicos, festejam com menos ruído o novo ano que vai começar com todas as suas incertezas e desilusões.



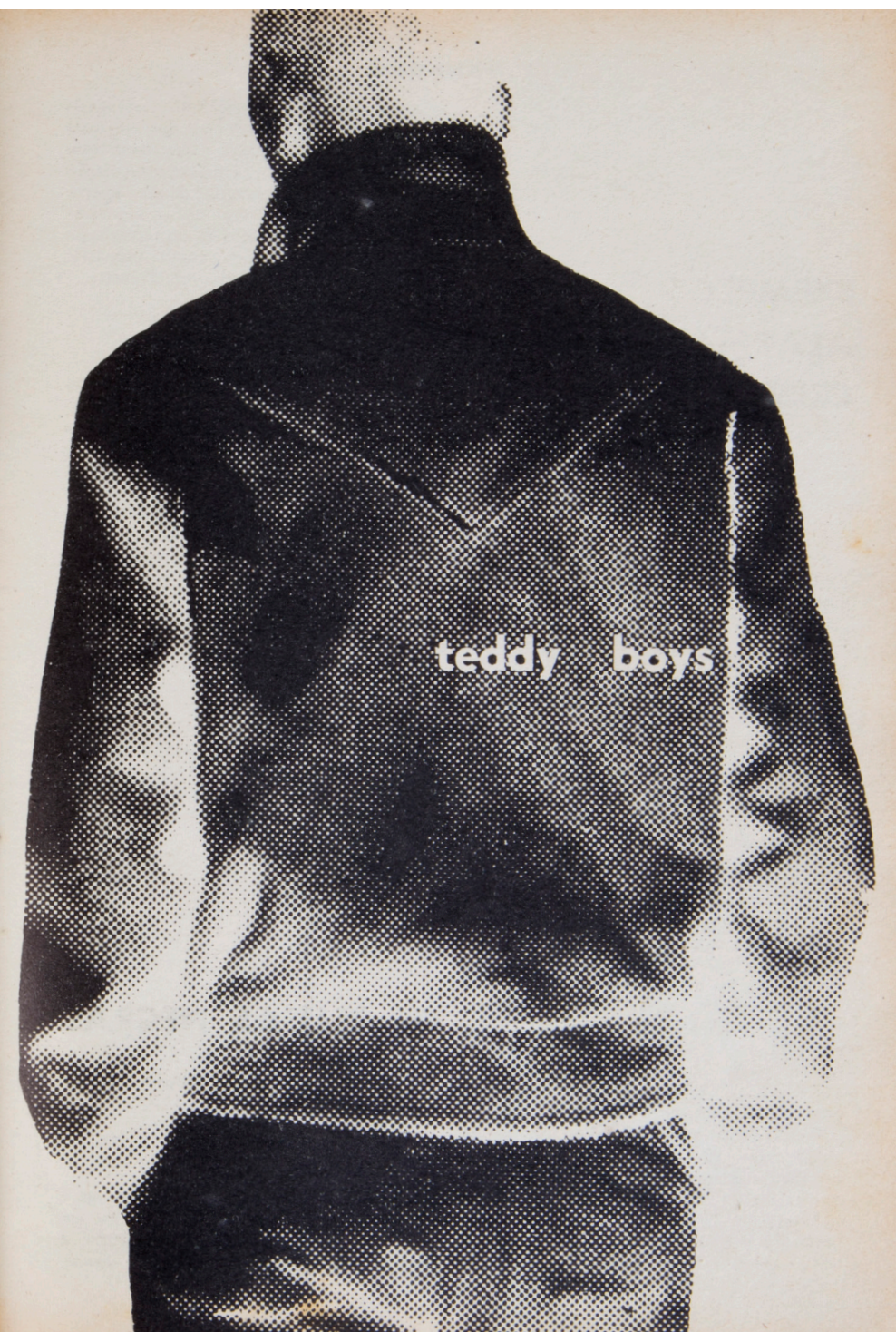




Em Tananarive celebrou-se o cincoentenário dos caminhos de ferro locais. E nas comemorações foi incluída uma pequena cerimónia retrospectiva de que a fotografia apresenta um pitoresco aspecto.



Chiefy, leopardo excelente, que entrou em filmes de Tarzan, espera pacientemente junto a um sinal de estacionamento proibido, que o seu dono regressa de uma festa de caridade no Savoy Hotel, em Londres. A ele, não o deixaram entrar.





BEAT



maçonaria dos melancólicos



GENERATION

Jack Kerouac, depois de ter conquistado com os seus romances a juventude americana prepara-se, ao que parece, para conquistar a Europa. Primeiro sinal: na Itália, a primeira edição de *On the road* esgotou-se em poucos dias...

Como se sabe, o nome de Kerouac, nos jornais aparece sempre ligado a outros nomes que nada têm a ver com a literatura: Charlie Parker, um dos modernos mestres do jazz, e James Dean. E, como se sabe, também essas notabilidades pertencem à famosa *Beat Generation*.

Mas que é então a *Beat Generation*? Romantismo desesperado, sentimento do absurdo, amoralismo, tudo isso a caracteriza. Mas esta adjectivação é perigosa (como todas as adjectivações): pois não é verdade que aquelas palavras se aplicam também à geração americana posterior à primeira Guerra Mundial, à geração de Hemingway? Primeira conclusão: a *Beat Generation* é a nova *Geração Perdida*. Ela representa uma revolta con-

tra o passado e o futuro, contra todos os princípios burgueses; mas uma revolta desesperada; não a revolta de homens que têm ilusões, mas a revolta de homens que em nada acreditam. Com uma insistência que por vezes cansa, os romancistas da *Beat Generation* contam quase sempre a história de rapazes que passaram a mocidade em casas de correcção e foram depois atirados para o mundo. Esse mundo é a estrada... Ei-los que avançam ao longo dos caminhos, à procura duma liberdade que lhes escapa, melancolicamente à margem da sociedade americana. O herói de *On the road* (o famoso romance de Jack Kerouac) ilustra bem o tipo do rebelde sem causa, do místico sem fé. E, todavia, quanto lirismo nessa obra fundamental! Porque, sob o peso de tanto desespero, há nestes vagabundos uma ternura, um desejo de amor, que aproveita todas as escapatórias para se manifestar!

Mas aconteceu, por outro lado, que a popularidade deste movimento criou um equí-



