ISSN: 2594-4630
Vol. 5, n. 3

REVISTA DE ENSINO EM ARTES, MODA E DESIGN
DOSSIÊ ESPECIAL DO I ENCONTRO DE GTs DO COLÓQUIO DE MODA

DOI: 10.5965/25944630532021170

OS CARTAZES DE CÂNDIDO DE FARIA: NOTAS BIOGRÁFICAS DE UM "ARTISTA DA PERIFERIA"[1]

The posters of Cândido de Faria: biographical notes an "artist from the periphery"

Los posters de Cândido de Faria: notas biográficas de un "artista de la periferia"

Germana Gonçalves de Araújo [2]
Amaro Xavier Braga Junior[3]

1 Este artigo tomou como base uma série de atividades desenvolvidas pelo Grupo de Pesquisa Cultura e Design – UFS/CNPq do Curso de Design Gráfico da Universidade Federal de Sergipe.

2 Doutora em Cultura e Sociedade, Mestra em Desenho, Cultura e Interatividade, Bacharela em Desenho Industrial. Coordenadora gráfica da Editora UFS, Professora de Design Gráfico no Dep. de Artes Visuais e Design da Universidade Federal de Sergipe (UFS) e na pós-graduação de Culturas Populares e Ciência da Informação). Lattes: http://lattes.cnpq.br/5486386468044529 ; https://orcid.org/0000-0002-8079-9259

3 Doutor e Mestre em Sociologia. Mestre em Antropologia Social. Esp. em ensino de História da Arte e das Religiões, EAD e Artes Visuais. Bacharel e Licenciado em Ciências Sociais. Professor Adjunto do Instituto de Ciências Sociais da Universidade Federal de Alagoas. Lattes: http://lattes.cnpq.br/3072812137317009 ; https://orcid.org/0000-0001-7611-6470

RESUMO

O artigo visa destacar as contribuições de um ilustrador importante para o cenário da história do design e da ilustração no Brasil: o sergipano Cândido Aragonez de Faria. Essas contribuições são apresentadas por vias de um resgate de sua biografia e trajetória de atuação na composição de cartazes para o cinema francês. Faz uso de uma análise documental e hermenêutica do percurso histórico do cartazista sergipano e problematiza sua trajetória entre o desenho acadêmico e a arte comercial e a situação periférica de Faria como nordestino, brasileiro e cartazista em um mercado parisiense para explicar sua ausência na historiografia do design brasileiro. Finaliza enfatizando o papel inovador de suas técnicas na produção de cartazes.

Palavras-chave: Cândido de Faria; Carta; História do design; Biografia.

Abstract

The article aims to highlight the contributions of an important illustrator to the scenario of the history of design and illustration in Brazil: Cândido Aragonez de Faria of Sergipe (Brazil). These contributions are presented by means of a rescue of his biography and performance trajectory in the composition of posters for French cinema. It makes use of a documentary and hermeneutic analysis of the historical trajectory of Sergipe's posterist and questions his trajectory between academic drawing and commercial art and the peripheral situation of Faria as a Northeastern, Brazilian and posterist in a Parisian market to explain his absence in the historiography of design Brazilian. He concludes by emphasizing the innovative role of his techniques in the production of posters.

Keywords*: Cândido de Faria; Poster; History of design; Biography.*

Resumen

El artículo tiene como objetivo resaltar las contribuciones de un ilustrador importante al escenario de la historia del diseño y la ilustración en Brasil: Cândido Aragonez de Faria del distito de Sergip. Estas aportaciones se presentan mediante un rescate de su biografía y trayectoria escénica en la composición de carteles para el cine francés. Hace uso de un análisis documental y hermenéutico de la trayectoria histórica del cartelista de Sergipe y problematiza su trayectoria entre el dibujo académico y el arte comercial y la situación periférica de Faria como nororiental, brasileño y posterista en un mercado parisino para explicar su ausencia en la historiografía del diseño brasileño. Concluye destacando el papel innovador de sus técnicas en la producción de carteles.

Palabras llave: Cândido de Faria; *Póster; Historia del diseño; Biografía.*

1 INTRODUÇÃO

Este artigo visa destacar as contribuições de um ilustrador importante para o cenário da história do design e da ilustração no Brasil: o artista sergipano Cândido Aragonez de Faria. Essa contribuição é apresentada por vias de um resgate de sua biografia e trajetória de atuação no campo e enfatiza a relevância da produção deste artista gráfico para a cultura visual da historiografia das artes gráficas no Brasil (século XIX) e no mundo (século XX). Cândido de Faria fez carreira artística e, por conta de sua intensa e ininterrupta atuação nas artes aplicadas, em um percurso que o leva de Sergipe ao Rio de Janeiro (em 1858), do Rio para Buenos Aires (1870) e de lá para Paris (em 1882), na "Bela Época", já apresentava um rico portfólio de ilustrações, em sua maioria, do gênero da caricatura (ARAÚJO, 2018).

Apesar de ter atuado com destaque e inovando com diversas técnicas de impressão nos grandes centros urbanos do séc. XIX, como Rio, Buenos Aires e Paris, o papel de Faria e sua contribuição para a história do Design no Brasil foi negligenciada. Essa problemática talvez seja decorrente do desenho funcional[4] de Cândido de Faria, que não era classificado como arte, na época, é uma das questões norteadoras deste trabalho. É certo que Faria aparece algumas vezes, na historiografia da caricatura e na história da imprensa ilustrada, tanto como colaborador quanto como ilustrador exclusivo de periódicos brasileiros, argentinos e, a partir do início dos anos de 1882, de jornais franceses. Cardoso (2018, p. 15) explicita que o Faria "[...] é um velho conhecido de quem estuda a história das artes gráficas no Brasil", mas mesmo que se tenha convicção de que existem evidências de que ele não é um completo desconhecido, fato é que pouco se menciona sobre esse artista nas esferas da História da Arte ou na História do Design. Cardoso (2018) já havia antevisto esta dimensão periférica, em razão da realização da publicação de um amplo estudo de levantamento sobre Farias (Cf. ARAÚJO, 2018), ao afirmar:

> Numa época em que ninguém sonhava com questões como diálogos pós-coloniais e trocas transculturais, o caso dos *Affiches Faria* já era um exemplo da influência retroativa que **um artista da periferia** podia exercer sobre as práticas culturais dos países centrais ao capitalismo industrial. (CARDOSO, 2018, p. 17. Itálicos do autor. Negritos nossos).

Referir-se ao Cândido de Faria como "artista da periferia" parece razoável quando se tem ciência do quão inusitado é alguém que nasce no menor estado da federação do Brasil[5] e se torna o maior cartazista do cinema europeu no início do século XX. Nossa hipótese é que a situação periférica de Faria o colocou neste

4 Chamamos de "Desenho Funcional" aquele produzido para fins comerciais ou técnicos, de sinalização ou de orientação, típicos das artes gráficas, no qual o desenho é produzido com uma função diretiva que tangencia a de expressão artística. Para uma ampliação do debate sobre as distinções entre desenho artístico, técnico e funcional, consultar Rauber (2019).

5 Faria nasceu em 1849 num vilarejo chamado Laranjeiras, no estado de Sergipe, Brasil. Era filho de José Cândido, médico baiano, com Josefa Aragonez, uma moça de família espanhola. Para aprofundar detalhes de sua biografia, vide Araújo (2018).

limbo de representação do cenário da história do design e da ilustração no Brasil. Do mesmo modo, foi sua atuação no desenvolvimento de uma técnica também periférica de produção de cartazes que o coloca hoje nesta mesma representação histórica, conforme discutimos nos próximos tópicos.

Metodologicamente, a exploração da biografia de um indivíduo é importante para compreender as dimensões enquanto ser social e singular e os reflexos que sua trajetória tem sobre sua obra e a comunidade (Cf. DELORY-MOMBERGER, 2012). O intuito é perceber os momentos de pluralidade discursiva das obras em relação ao tempo. Na ausência dos indivíduos, alvo da investigação, e na impossibilidade de realizar entrevistas que pudessem ser analisadas, nossa abordagem é documental. Os documentos aqui ganham uma dimensão temporal de configuração. Seguindo uma indicação de Penn (2010), tratamos os documentos como fonte iconográfica que têm potencialidades biográficas de nos contar a história do autor em relação ao tempo em que foi produzida. Esses documentos são imagens, e como tal, se estruturam com um discurso estético que possui uma dimensão interpretativa da realidade (Cf. BRAGA JR, 2015). Estas técnicas são bastante desenvolvidas na área de ciências sociais e buscamos adaptá-las para compreender as dimensões do design de cartazes e da ilustração. Seguimos, portanto, algumas indicações de Fuentes (2006) ao estabelecer as referências sobre os códigos, sejam eles nacionais ou não, e seus vínculos com questões sociais e estéticas em uma perspectiva histórica. No que se refere a análise, fizemos uso de uma abordagem hermenêutica sobre algumas ilustrações, selecionadas intencionalmente, com o objetivo de estabelecer uma relação de sentido com os padrões estereotípicos que vinculam Faria à uma dimensão popular, que chamamos "periférica". Nesse momento, fazemos uso, portanto, de uma hermenêutica objetiva, o que visa,

> [...] dissecar o percurso entre o proposto e o real, realizar o exercício metodológico e buscar no particular o desvendamento do universal, realizar o confronto dialeticamente objetivado entre aquilo que algo promete ser, aquilo que é almejado e parece ser, com aquilo que é na realidade; está no confrontar entre a verdade e a inverdade, entre as aspirações e suas reais possibilidades. (VILELA; NOACK-NAPOLES, 2010, p. 310).

Apesar da hermenêutica objetiva ter sido feita, tradicionalmente, sobre as produções textuais, deslocamos sua aplicação sobre imagens desenhadas (os cartazes de Faria). Afinal, para os linguistas, a imagem também é um texto (Cf. SANTAELLA, 2012).

Nosso corpus metodológico incluiu as peças (entre cartazes e ilustrações) obtidas nos acervos digitais da Fundação Biblioteca Nacional do Brasil, na Biblioteca Nacional da Argentina, na Biblioteca Nacional da França, e na coleção da *Fondation*

Jérôme Seydoux-Pathé de Paris[6]. Elas foram catalogadas por período e localidade, possibilitando obter, assim, a compreensão sobre as características socioculturais e de tecnologia que estavam evidenciadas nas ilustrações desse artista em uma perspectiva cronológica.

Dessa forma, nos questionamos sobre quais os aspectos da produção artística de Cândido de Faria possibilitaram que a produção dele se tornasse referência, para a comunicação de massa, numa dada época e lugar? E como um artista, natural dos arredores dos centros urbanos desenvolvidos, conseguiu ter seu talento reconhecido, ainda que sua produção estivesse na contramão artística dos lugares por onde ele passou? Para tanto, a apresentação do perfil biográfico de Faria é problematizada pela dimensão periférica que ele ocupou, socialmente, artisticamente e esteticamente, conforme apresentamos a seguir.

2 FARIA E SUA TRAJETÓRIA ENTRE O DESENHO ACADÊMICO E A ARTE COMERCIAL

A formação artística de Faria deve ser um assunto obrigatório para compreender as características da ilustração dele, que fez tanto sucesso para o cartaz do cinema francês. O que se sabe é que ele ingressou na Academia Imperial de Belas Artes (AIBA) no início da segunda metade do século XIX e, já em 1866, com apenas 17 anos, passou a fazer parte da imprensa ilustrada do Brasil, com seus primeiros desenhos inseridos em um jornal chamado “A Pacotilha”. Inicialmente, o desenho de Faria era dito como impreciso, no que tange ao realismo do objeto representado. Todavia, rapidamente, a partir dos anos de 1872, já um jovem de 23 anos, com traço mais aprimorado, passou a ser elogiado por críticos da época:

> O traço é de uma firmeza sem vacilações, ao mesmo tempo vigoroso e elegante, seja no recorte de cenas de interior, seja nos flagrantes de rua. Suas damas retratam maravilhosamente a vida social do segundo Império, com as suas pequenas comédias, as suas intrigas de são e de alcova, as miúdas misérias da vida conjugal, sem novidade desde a expulsão do Paraíso. [...] ao lado disso, há um outro ponto em que a originalidade dêsse (sic) artista não pode ser contestada, quando, em seus últimos trabalhos conhecidos, visa aos políticos do momento, apanhando-os em situação da maior comicidade e de um vigor de interpretação satírica em que nenhum contemporâneo o ultrapassava, nem mesmo Agostini, de uma arte, aliás, inteiramente diversa, pois suas caricaturas foram sempre mais no sentido moderno da caracterização do que da deformação. (LIMA, 1963 *apud* DAMASCENO, 1962, p. 71-72).

Fica evidente que o retrato da vida cotidiana, ao enfatizar o interior e a rua com flagras da vida real aparenta, em primeiro momento, que se trata de impressões

6 As imagens obtidas nos acervos digitais das bibliotecas nacionais – Brasil, Argentina e França –, são de uso gratuito e foram referenciadas. As imagens da Fundação Pathé foram cedidas, via contrato, à essa pesquisa, em dezembro de 2017.

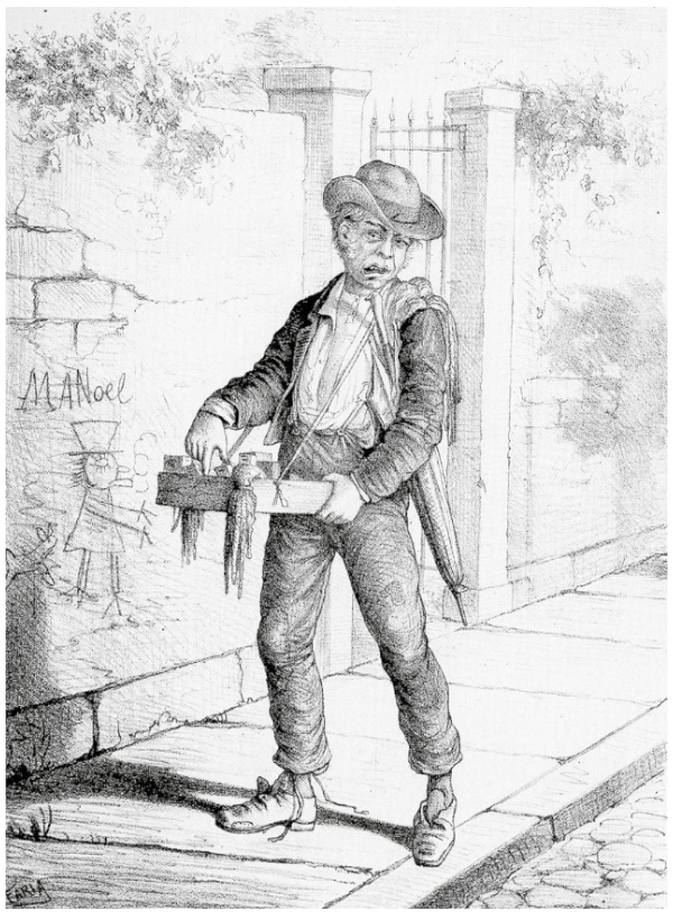
visuais feitas de observação. Imediatos e rápidos. Entretanto, seu traço, apesar de tomar como base a caricatura, tem uma "firmeza sem vacilações", como se feito de memória[7]. Essa característica o colocará em um entre-lugar na representação visual e se torna uma prática do aspecto da técnica do desenho que lhe representa. O desenho de Faria, portanto, também era considerado moderno para a época, já que era uma caricatura que se diferenciava das dos outros por não apresentar deformação agressiva, apesar do teor de "comicidade" e "vigor de interpretação" de suas ilustrações de caráter sociopolítico (fig. 1, fig. 2 e fig. 3).

Segundo Damasceno (1962), as ilustrações dos estrangeiros eram configuradas por caricaturas com deformações ofensivas. Era comum, nesta época, segunda metade do século XIX, que alguns jornais ilustrados, no Brasil, não pudessem circular nas casas de famílias, para que não fossem vistos pelas damas. Faria fazia diferente e propunha cenas da "vida social do segundo Império", ilustradas com realismo e humor menos ácido. No período, acontecimentos políticos e sociais eram atacados de maneira clichê e com nocividade pela imprensa ilustrada, como um "escárnio rude". Faria, nesse contexto e por intermédio de seus desenhos, "[...] ensinou-nos que o delicado mistério da crítica e a correção dos erros e imperfeições dos homens são amigos da finura, e inimigos da grosseria." (DAMASCENO, 1962, p. 73).

Essa característica, de uma caricatura mimética e não deformada, pode ser resultado de uma prática do desenho acadêmico, durante sua trajetória de formação na Academia Imperial de Belas Artes. A Academia, com a intenção de tornar a arte da colônia à altura de uma produção da Corte portuguesa, formava artistas por intermédio do método da cópia em modelos europeus (PEREIRA, 2008). Nesse contexto, o ensino da cópia era um modo de aprender a observar o objeto retratado e representá-lo com propriedades reais. Essa prática, entretanto, comum entre os ilustradores da época, não desabilitava o estilo pessoal de cada um deles. Faria aprimorou seu desenho acadêmico, de proporções canônicas e caráter realista, com a função de tornar acessíveis conteúdos de ordem política e social. No universo de produção no qual Faria estava inserido, a caricatura dessa ordem foi um gênero de desenho que teve "caráter", porque os elementos representados eram frutos da "[...] observação do caráter físico e moral." (LIMA, 1963, p. 17).

7 Não pretendemos ampliar o debate sobre a questão da caricatura e seus vínculos com o satírico e o icônico. Um pouco sobre o papel da caricatura e suas influências sociais pode ser aprofundado no trabalho de Braga Jr (2015), assim como, perspectivas diferenciadas em torno do desenvolvimento de um traço caricatural ou acadêmico e seus respectivos vínculos com o humor, podem encontrar reverberações frutíferas no trabalho de Umberto Eco (2007) sobre a "História da feiura" ou no compêndio de Isabel Lustosa (2011) sobre as relações entre a Imprensa, o humor e a caricatura. Afinal, reconhecemos que nem todo satírico tende a ser caricatural, haja vista que o irônico é satírico sem ser necessariamente caricatural.

Figura 1: “Typos do Rio de Janeiro”. Ilustração para o periódico “A Vida Fluminense” (1872).



Fonte: memoria.bn.br/pdf/709662/per709662_1872_00218.pdf. Acessado em: 4 de jul. de 2017.

Figura 2: Ilustração para o periódico “A Vida Fluminense” (1872).

Fonte: memoria.bn.br/pdf/709662/per709662_1872_00224.pdf. Acessado em: 4 de jul. de 2017.

Figura 3: “Typos do Rio de janeiro: o varredor de rua”. Ilustração para o periódico “A Vida Fluminense” (1872).

Fonte: memoria.bn.br/pdf/709662/per709662_1872_00223.pdf. Acessado em: 4 de jul. de 2017.

As ilustrações de Faria seriam o primeiroelemento que o consagraria um dos cartazistas do cinema francês mais requisitados no início do século XX. Pronto para produzir uma comunicação configurada de maneira amistosa que estimulasse o consumo, ele se torna protagonista de um momento em que o cartaz publicitário tem a função de seduzir públicos e promover a venda de produtos e serviços, mas também tem o propósito de registrar aspectos socioculturais de seu tempo. O cartaz “[...] transgredia as formas de arte mais estabelecidas e assim chamava a atenção para a sua função como uma indicação de mobilidade social” (VERHAGEN, 2004, p.

151). É neste ponto em que se pode entender o quão astuto esse “artista da periferia” foi em perceber que sua arte era necessária para um momento em que as artes, as ciências e as tecnologias avançavam sem freios. Sobre o exposto, Gaudêncio Jr (2015) explicita que:

> [...] Cândido de Faria ocupou uma espécie de interstício para a história do design gráfico e, mais particularmente, do cartaz francês. [...] Faria, e tantos outros artistas gráficos com trabalho identificado com a diversidade de estilos, não se enquadraram tão facilmente na genealogia modernista, que fundaria uma parte significativa o discurso legitimador do que viria a ser entendido por design, a partir das primeiras décadas do século XX. Estudar a obra de Faria é uma oportunidade ímpar para romper com certo encadeamento histórico[8], em que o que o bastão da modernidade é passado de mão em mão entre aqueles a quem se legou a alcunha de grandes mestres. (GAUDÊNCIO JR, 2015, p. 333).

Faria não parecia preocupar-se em definir um estilo artístico próprio, mas em plena modernidade, conseguiu consagrar seu estilo acadêmico para a produção de cartazes.[9] Ele também se manteve atento ao processo de reprodutibilidade da época: a litografia. Esse modo de impressão, diferentemente das outras técnicas conhecidas até o momento, proporcionava mais fidelidade do desenho configurado com a imagem impressa. Faria teve, assim, condições de publicar seus desenhos com qualidade técnica de reprodução, possibilitando evidenciar, na página impressa, seu estilo de traço e composições tipográficas. Em Paris, ele abre o Atelier Faria, que ficava situado na região de Montmartre, entre cafés e artistas interessados em estudar os grandes mestres e debater sobre os aspectos que definiam a Arte.

Em 1881, um ano antes de sua chegada em Paris, uma nova legislação francesa, relativa à liberdade de imprensa, permitia a fixação de cartazes por toda parte do espaço urbano. Essa legislação inflamou a produção de cartazes na capital francesa e os estabelecimentos comerciais passaram a ser decorados com as artes publicitárias. A partir de 1902, tornar-se-ia o principal artista de cartaz do cinema francês, chegando a produzir até 9.000 num período de três meses para a Produtora de Filmes Pathé, a maior produtora mundial nessa época. O formato do cartaz de cinema que ele estabeleceu tinha a dimensão de 120 x 160 cm, que é, até hoje, utilizada pelas grandes produtoras de cinema no mundo (ARAUJO, 2018).

8 Somos cientes que a posição de Gaudêncio Jr pode levantar críticas sobre o processo histórico pelo qual os acontecimentos terminam sendo vistos como lineares e absolutos em si. Em nossa perspectiva, Gaudêncio Jr possibilita uma crítica a esse patamar, ao perceber que essa linearidade que se pressupõe em reta direção, não se efetiva na prática. Isso vale tanto para a produção artística intercorrente e fora de época, quanto para personalidades que se destacam ao representar expressões historicamente posicionadas em momentos diferentes, como é o caso de Faria.

9 É possível supor que diversos fatores e contextos sociais emolduraram essa situação. A não aderência de Fatia às vanguardas artísticas da época poderia arriscar sua posição de imigrante em estabelecimento. Um estrangeiro periférico necessitado de trabalho não poderia chamar tanta atenção desnecessária que viesse a comprometer contratos de atuação. E nesses mercados com muitas inovações, sempre há espaço para aqueles que oferecem o tradicional. Essa posição “de continuidade” pode ser percebida também durante sua atuação como desenhista substituto de Ângelo Agostini; obviamente, essa posição conservadora não diminuiria suas contribuições ao segmento.

Profissional também atento aos avanços tecnológicos, as cenas dos filmes desenhadas por ele nos cartazes aconteciam mediante a observação de uma fotografia disponibilizada pela Pathé (fig. 5). Com o negativo, ele reproduz com fidelidade indumentárias e gestos dos atores, objetos e cenário. Não era uma cópia por completo. Havia pequenas variações das posições dos personagens. E apesar de os filmes na época serem em preto e branco, os cartazes eram coloridos (fig. 4). Faria se cercou de técnicas que propunham o uso das cores como elemento da intensidade da vida real. O repertório do espectador já era alimentado pela ilustração colorida do cartaz antes da visualidade monocromática do filme.

Figura 4: Cartaz para o filme “Les Victimes de l’Aalcoolisme”, de 1902.

Fonte: Coleção Fundação Jérôme Seydoux-Pathé © 1902 – Irmãos Pathé. Litografia 120 x 160 cm.

Figura 5: Fotografia do filme “LesVictimes de l’Aalcoolisme”.

Fonte: Coleção Fundação Jérôme Seydoux-Pathé © 1902 – Irmãos Pathé.

Figura 6: Cartaz publicitário da Pathé, ilustração de Cândido Aragonez de Faria.

Fonte: Coleção Fundação Jérôme Seydoux-Pathé © 1906 – Irmãos Pathé. Litografia: 160 x 240 cm.

Figura 7: Cartaz para o filme “A caça à peruca”.

Fonte: Coleção Fundação Jérôme Seydoux-Pathé © 1906 – Irmãos Pathé. Litografia: 120 x 160 cm.

Outra questão é que Faria, ao ilustrar para a indústria de entretenimento, estava lidando com a efemeridade natural de um cartaz publicitário. Ou seja, a compreensão imediatista, proposta pela representação que usa estereótipos, é necessária para relacionar-se com as convulsões socioculturais do presente. Um exemplo é um dos cartazes publicitários da Pathé (fig. 6), que anuncia a exibição de seis filmes com a figura do palhaço, uma figura que estava representando o momento inicial do cinema, um tipo de espetáculo que se misturava com outras formas culturais.

É notório que os cartazes de cinema ilustrados por Faria foram sendo configurados em conformidade com as mudanças técnicas do cinema e a ênfase dada ao tipo de espetáculo. Algumas características simbólicas do cartaz de cinema se desenvolveram a partir da própria narrativa cinematográfica: tipo de enquadramento e iluminação da cena, determinadas disposições dos atores, ordenação dos personagens, entre outros aspectos. Entretanto, a partir do conhecimento técnico adquirido em sua formação na AIBA, Faria conseguia diferenciar-se do modo de representar de outros cartazistas do período. No cartaz da figura 7, usando uma perspectiva aérea, o gênero de humor “afetado” é retratado por Faria. Uma configuração inusitada para o cartaz publicitário da época, mas que o desenho acadêmico dava conta sem problemas (perspectiva aérea). Além disso, o título inserido em caixa destacada foi outra inovação de Faria com a finalidade de facilitar a impressão de títulos em outras línguas, para a exibição do filme em mercado estrangeiro.

É no final do século XIX e início do século XX, que os artistas europeus, diante de tantas transformações na vida humana, passaram a questionar antigos valores e se envolveram com o movimento moderno da Arte. Na Arte Moderna, a tradicional visão objetiva do mundo perdeu o sentido fazendo os artistas buscarem configurar um estilo próprio ao invés de propor representações realistas, um feito que passou a ser atribuído ao advento da fotografia e não mais das artes visuais. De certo modo, contracorrente ao movimento das grandes Artes, Faria soube aproveitar bem seu lugar nas chamadas artes comerciais, ou artes aplicadas, já que sua ilustração realista e caricata se torna funcional na comunicação persuasiva para o consumo de objetos e entretenimentos.

3 À GUISA DE CONCLUSÃO: O ARTISTA DA PERIFERIA E SEU ENTRE-LUGAR

Cardoso (2008) alertou que a história do Design sofreu os efeitos do historicismo. Devemos, para evitar incongruências na interpretação dos fatos, analisar tanto os aspectos sociais quanto os materiais com ênfase na iconografia, afinal “são nas imagens que o leitor encontrará janelas que abrem para outras narrativas” (CARDOSO, 2008, p. 19). Entretanto, na mediação desse fenômeno, Cardoso segue o princípio sociológico (cf. BERGER; LUCKMANN, 2002; MANNHEIM, 2001) de perceber a história, nesse caso específico, a do Design, pela relação centro-periferia. Isso é, entender os fenômenos sociais e sua valorização ou registro na história a partir do lugar de observação. Ele segue a perspectiva que há uma dimensão hierárquica na percepção da produção e da relevância que as coisas têm para a sociedade.

O Design e a História da Arte no Brasil, p. ex., sofreram esta pressão centro-periférica na qual a cultura (e os movimentos artísticos) franceses influenciaram o Brasil. Entretanto, Faria muda, mesmo que de forma discreta, este eixo. Levando uma estética periférica, dos pequenos centros para o centro do mundo. A periferia assumiu, assim, uma função de destaque para perceber os sentidos que as coisas têm fora do padrão mainstream. Há iniciativas contínuas de analisar como se desenvolve um “design de periferia” em contrapartida a um design convencional. Afinal,

> O conceito de Design de Periferia é relativo, diz respeito à localização geográfica de um centro, ou metafórica, no caso de não pertencer a uma corrente principal. As discussões são pontuadas na produção dos bens culturais e dos respectivos conceitos que permeiem os artefatos desenvolvidos além de sua relação com os usuários. (ALMEIDA, SILVA; SANTOS, 2013, p. 254).

Em poucas palavras, o “Design de Periferia” pressupõe “valores icônicos nos redutos populares” (BORGES, 2013 apud ALMEIDA, SILVA; SANTOS, 2013, p. 254). Isso é, há um tipo singular de visualidade que permeia a produção nesse campo. Sendo assim, o que seria o “artista de Periferia” senão o agente que exerce a força necessária, por vias de seus atos e de sua força criativa, emoldurando novos modelos e prospectos que alimentam seu design. Em determinada medida, o design periférico é fruto de investidas que não seguem convenções acadêmicas ou comerciais ou, como seria o caso de Farias, utiliza-as quando o discurso acadêmico diz que não é para usar.

Em uma época em que se valorizava a inovação das escolas impressionistas, Faria desenvolve toda uma estética na qual o traço caricaturado que toma bases academicistas para criar seus cartazes, inclusive se apropriando dos elementos de sequencialidade dos cartuns em que trabalhou nos jornais cariocas e argentinos.

Esta dimensão de “artista da periferia” assume três dimensões: a primeira é de localidade e regionalidade. Faria era sergipano. Houve uma tendência crescente, ao longo do tempo, de negligenciar, na literatura da história do Design no Brasil, as regiões periféricas, privilegiando artistas e obras do Sul-Sudeste. Mesmo quando mencionado nos levantamentos sobre caricaturas, ilustradores e cartazistas é de maneira econômica. Sem muita evidência. Reforçando a ideia de que as periferias são apenas replicadores dos grandes centros, no que se refere ao Design. Tanto Gaudêncio Jr (2015) quanto Melo (2011), em seus resgates históricos sobre o papel dos jornais ilustrados na história do Design brasileiro, p.ex., não mencionam o Faria, privilegiando os artistas europeus que dominavam o mercado.

Sendo assim, o debate que apresentamos aqui não relaciona o “artista da Periferia” com o “Design da Periferia” por completo. Não se trata de um esquematismo icônico que constrói a aparência dos projetos produzidos pela periferia; mas uma dimensão política do lugar de onde estes projetos e pessoas estão, representam e falam. E, principalmente, o que elas representam para a comunidade e o perfil histórico de suas escolhas e posições.

O artista da periferia seria aquele que, partido de uma dimensão periférica, assume papel representativo de um discurso estético sobre um panorama hegemônico qualquer.

A segunda dimensão é que Farias imprimiu em seu trabalho de ilustração e de cartazes uma dimensão de representação do cotidiano de rua, popular, de pessoas comuns, e, portanto, também periférica. Ele estava na periferia dos movimentos artísticos da época. Ao mesmo tempo que se ateve à linguagem acadêmica da representação realista dos corpos. Enquanto boa parcela dos artistas caminhava para se afirmar por vias de uma linguagem própria e específica, Faria construía uma mediação entre o popular e o erudito. Tentava construir uma tradução entre dois mundos. Sua originalidade estava, pasmem, em não seguir a dimensão da inovação, ao mesmo tempo em que inova ao tentar manter os vínculos entre a formação recebida, sua experiência de atuação e a efervescência do mercado francês em que atuava.

Sua ausência na literatura oficial deve-se, sobretudo, ao seu papel que o localiza na periferia de um movimento que não ganhou as páginas do registro histórico pelo simples fato de não ter gritado as mudanças radicais que se estabeleceram na época.

A terceira dimensão é de sua dupla ascendência periférica. Era um artista brasileiro que fazia cartazes no centro de Paris para a indústria do cinema. Os vínculos com a arte comercial, não ideológica, não discursiva de movimentos literários e das novas visões do mundo, lhe colocavam também na periferia da atividade, na relação América Latina – Europa.

Em uma trajetória de produção intensa e vida pessoal discreta, Faria rompe de fato com a perspectiva tradicional que considera que as inovações modernas só advieram de grandes mestres e que foram passados ou construídos de geração em geração tal qual as guildas profissionais. O layout dos cartazes de Faria fora inovador em inúmeros aspectos, mas sua inovação não ganhou o registro dos historiadores como deveria. Entretanto, na época, o cartaz publicitário não propunha uma arte de visualidade que encantasse os críticos. Por ser uma imagem dirigida para públicos, “[...] tanto aos trabalhadores quanto à classe média. [...] não era possível considerar o cartaz como uma arte maior” (VERHAGEN, 2004, p. 133). E mesmo que outros tentem inserir o cartaz como uma peça de Arte maior, já que é possível referir-se a ele como uma imagem que traduz aspectos morais de uma época, não se pode perder de vista que a visualidade proposta é também resultado da expressão própria de um artista mas, sobretudo, dos anseios da vida social. E, nessa perspectiva, o ilustrador Cândido de Faria se mostrou sensível aos fenômenos culturais de sua época e, com artisticidade e habilidade de representar a realidade da vida cotidiana – e suas adaptações necessárias – insere não apenas o cartaz publicitário junto de outras artes, mas registra o Sergipe e o Brasil no campo da história do Design. [10]

10 Revisão gramatical feita por Isabela Ribeiro, Revisora Textual e Professora de Língua Portuguesa e suas Literaturas, e-mail: icribeiro.portugues@gmail.com. Lattes: http://lattes.cnpq.br/3280673970101159

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Anderson Diego da Silva; SILVA, Daniel Cavalcante da; SANTOS, Jefferson Nunes dos. O design da periferia: estudo prático do conceito. **Revista Agália**: Publicaçom internacional da Associaçom Galega da Lingua, Nº. 108, 2013, p. 253-268, 2013. Disponível em: https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5284380. Acessado em: 5 jul. 2020.

ARAUJO, Germana Gonçalves de (Org.). **Cândido de Faria**: um ilustrador sergipano das artes aplicadas. São Cristóvão: Editora UFS, 2018.

BERGER, P. L; LUCKMANN, T. **A construção social da realidade**. Petrópolis: Vozes, 2002.

BORGES, Adélia. Design da Periferia. Exposição. Pavilhão das Culturas Brasileiras, São Paulo, janeiro a julho de 2013. Disponível em: http://www.adeliaborges.com/exposicao/design-da-periferia/. Acessado em: 5 jul. 2020.

BRAGA JR, Amaro X. **Por Uma Sociologia da Imagem Desenhada**: reprodução, estereótipo e actância nos quadrinhos de super-heróis da Marvel Comics. Tese (Doutorado em Sociologia). Programa de Pós-graduação em Sociologia. Universidade Federal de Pernambuco. Recife: UFPE, 2015.

CARDOSO, Rafael. Prefácio. In ARAUJO, Germana Gonçalves de (Org.). **Cândido de Faria**: um ilustrador sergipano das artes aplicadas. São Cristóvão: Editora UFS, 2018.

CARDOSO, Rafael. **Uma introdução a história do design**. São Paulo: Blucher, 2008.

DAMASCENO, Athos. **Imprensa Caricata:** do Rio Grande do Sul no Século XIX. COLEÇÃO PROVÍNCIA. Porto Alegre: Editora Globo, 1962.

DELORY-MOMBERGER, C. Abordagens metodológicas na pesquisa biográfica. **Revista Brasileira de Educação,** v. 17, n. 51, set.-dez., 2012. p. 523-740. Disponível em: https://www.scielo.br/pdf/rbedu/v17n51/02.pdf. Acessado em: 5 jul. 2020.

ECO, Umberto. **História da feiúra**. 2ª Ed., Rio de Janeiro: Ed. Record 2007.

FUENTES, R. **A prática do design gráfico:** uma metodologia criativa. São Paulo: Rosari, 2006.

GAUDÊNCIO JR, Norberto. **Um sergipano em Paris**: a arte gráfica de Cândido Aragonez de Faria no *fin-de-siècle* parisiense (1882 a 1911). V 1. Tese (Doutorado em Educação, Arte e História da Cultura). São Paulo: Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2015.

LIMA, Herman. **História da caricatura no Brasil**. Rio de Janeiro: Ed. José Olympio, 1963. (3 volumes)

LUSTOSA, Isabel (org.). **Imprensa, humor e caricatura**: a questão dos estereótipos culturais. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2011.
MANNHEIM, K. **Sociologia do conhecimento**. V. 1. Porto: RÉS, 2001.

MELO, Chico Homem de. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

PENN, G. Análise semiótica de imagens paradas. In BAUER, M. W.; GASKELL, G. (orgs.). **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som**: um manual prático. 8ª edição. Petrópolis: Vozes, 2010, p. 319 a 342.

PEREIRA, Sônia Gomes. **Arte brasileira no século XIX**. Belo Horizonte: Editora c/ Arte, 2008.

RAUBER, Rogério. Desenho via aplicativo: algumas considerações poéticas. Anales del VI Simpósio Internacional de Innovación en Medios Interactivos. Mutaciones. ROCHA, Cleomar; GROISMAN, Martin (Orgs). Buenos Aires: Media Lab / Universidad de Buenos Aires, 2019. p.231-239. Disónível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/777/o/21_Desenho_via_aplicativo-_algumas_considerac%CC%A7o%CC%83es_poe%CC%81ticas.pdf. Acessado em: 5 jul. 2020.

SANTAELLA, Lúcia. **Leitura de imagens.** São Paulo: Melhoramentos, 2012.

VERHAGEN, Marcus. **O cartaz na Paris fim de século**: aquarela arte volúvel e degenerada. In: CHARNEY, Leo; SCHWARTZ, Vanesa R. O cinema e a invenção da vida moderna. Tradução de Regina Thompson. 2. ed. rev. São Paulo: Cosac Naify, 2004, p. 127-155.

VILELA, Rita A. T.; NOACK-NAPOLES, Juliane. “Hermenêutica objetiva” e sua apropriação na pesquisa empíricana área da educação. **Linhas Críticas**, Brasília, DF, v. 16, n. 31, jul./dez. 2010, p. 305-326. Disponível em: https://periodicos.unb.br/index.php/linhascriticas/article/view/3618/3298 Acessado em: 5 jul. 2020.

Data de submissão: 30/04/2021
Data de aprovação: 26/07/2021
Publicado em: 08/09/2021