

## 4. SETH E A HISTÓRIA DA CARICATURA NO BRASIL

### 4.1 A CARICATURA NO BRASIL

É importante fazer um retrospecto da inserção de Seth na história da caricatura brasileira, para perceber que o artista, surgido depois de J.Carlos, K.Lixto e Raul, está ligado estruturalmente a essa mesma geração, iniciada na imprensa nos idos de 1900/1910. Seth faz parte, por assim dizer, de um momento singular da caricatura no Brasil, qual seja, à época de ouro da caricatura nacional (1900/1950), que foi antecedida pela contribuição dos pioneiros, de 1837 até 1860 (quando imperavam publicações efêmeras), e de um segundo momento, da consolidação, com Henrique Fleiuss e Agostini, de 1860 até o final do séc. XIX.

Assim sendo, acreditamos na importância de fazer um retrospecto para situar o artista no quadro histórico da caricatura brasileira, fazendo uma análise mais pormenorizada de sua trajetória no tema, e aproveitando para dialogar ainda com a fortuna crítica dos principais historiadores da nossa caricatura, como Herman Lima, Alvarus, Ruben Gill, entre outros.

Embora possamos enumerar alguns prenúncios do humor gráfico no Brasil, como em 1817 (com João Pedro - o Mulato, em Curitiba), e em 1826, com o livro de autoria de um inglês, provavelmente diplomata, que se acorbertara com o pseudônimo de A.P.D.G. (até hoje uma incógnita para os historiadores), a história da caricatura no Brasil começa formalmente em 1837, com as primeiras caricaturas litografadas, que começaram a circular no Rio, vendidas em pranchas separadas, em livrarias e lojas. Essas caricaturas não traziam indicação de autor, registravam apenas que haviam sido impressas na gráfica de Victor Larée. As pranchas foram atribuídas ao pintor Manuel de Araújo Pôrto-Alegre, que chegou ao Brasil depois de uma estadia na Europa, onde forçosamente conhecera o êxito das famosas pranchas caricaturais de Daumier contra o rei burguês Luís Felipe.

Essa primeira caricatura brasileira, intitulada “A Campainha e o Cujo”, datada de 1837, demonstra como o desenho satírico surgiu em nosso país, com as melhores características da sátira direta e contundente. Segundo Francisco

Riopardense de Macedo, a primeira matéria sobre a sua publicação foi exibida pelo Jornal do Comércio do Rio de Janeiro, em seu número 277, de 14 de dezembro de 1837, que traz a notícia de que:

“Saiu à luz o primeiro número de uma nova invenção artística, gravada sobre magnífico papel representando uma admirável cena brasileira, e vendida pelo módico preço de 160 réis cada número, na loja de livros e gravuras de Mongie, Rua do Ouvidor n. 87. A bela invenção de caricaturas, tão apreciadas na Europa, apareceu hoje pela primeira vez no nosso país, e, sem dúvida, receberá do público aqueles sinais de estima que ele tributa às coisas úteis, necessárias e agradáveis.”<sup>319</sup>

Apesar da aceitação dessas primeiras estampas, de tiragem logo esgotada segundo a imprensa local, só em 1844 foram elas incluídas em publicações, no caso o periódico Lanterna Mágica. Seu ilustrador era o mesmo Manuel de Araújo Pôrto-Alegre, e contava com a participação ainda de outro grande caricaturista, o catarinense Rafael Mendes de Carvalho. Artisticamente, haveríamos de considerar que a caricatura brasileira liga-se inegavelmente por suas origens à caricatura francesa.

Entretanto, foi com o lançamento da revista A Semana Ilustrada, surgida em 1860, que fixaria definitivamente entre nós aquele gênero de publicações, por sua periodicidade regular, até 1876. Seu diretor era o caricaturista alemão Henrique Fleiuss, criador do personagem Dr. Semana.

Coincidindo com o ano do desaparecimento da revista de Henrique Fleiuss, em 1876, surgiria a Revista Ilustrada, do caricaturista Angelo Agostini, artista de origem italiana. Também por essa década surgiriam muitos jornais, sobretudo de vida efêmera, como A Vida Fluminense, O Mosquito, A Comédia Social. Nesse período, foram importantes caricaturistas Pedro Américo, Aurélio de Figueiredo, Joseph Mill, Briggs, Luigi Borgomainerio, Alf Michon, entre outros. Os desenhistas de humor demonstravam violenta oposição ao regime do Segundo Reinado, em decorrência do cunho anti-clerical dessas charges.

---

<sup>319</sup> FONSECA, Joaquim da. **Caricatura: A Imagem Gráfica do Humor**. Rio Grande do Sul: Artes e Ofícios, 1999. p.209

Destaca-se sobretudo o papel da Revista Ilustrada na campanha abolicionista e da proclamação da república. Com Agostini, a imprensa e a sátira gráfica ganham uma nova força. Ele aportara ao Brasil, com a família, em 1859, e já em 1864, estreava no Diabo Coxo em S. Paulo, caracterizando-se sempre por um estilo pessoal, e que passaria a ter influência na história da caricatura em nosso país sobre seus contemporâneos.

Agostini teve grande influência sobre os caricaturistas de seu tempo, como Pereira Neto e Hilarião Teixeira, que pode ser medida até pela dificuldade em diferenciar o traço de seus seguidores. Predomina, nessa época, no desenho litográfico, a técnica do esfuminho -- resultado da ação do lápis gorduroso sobre a pedra -- afeita as nuances e aos modelados.

Devemos registrar ainda que o caricaturista português Rafael Bordalo Pینهiro, com passagem pelo país entre 1875 e 1879, inovava a caricatura apresentando o traço de contorno. Porém, mesmo com Rafael exercendo alguma influência sobre os nossos desenhistas, seria o estilo de Agostini, talvez por sua maior adequação à precariedade da indústria gráfica do país, que prevaleceria enquanto marca dos periódicos do último quartel do século passado.

No Brasil, da última década do século XIX em diante, a caricatura ganha novo impulso, devido às transformações e ao progresso das técnicas de impressão. É oportuno ressaltarmos a chegada ao Rio do caricaturista português Julião Machado, em 1894. Julião inova a caricatura brasileira, na simplicidade do desenho, na depuração do traço, suplantando de vez a escola de Agostini, marcada pelo *sfumatos* do lápis gorduroso sobre a pedra.

Isabel Lustosa, no capítulo sobre a caricatura brasileira, do livro de sua autoria, “Brasil pelo Método Confuso: Humor e Boêmia em Mendes Fradique”, destaca a importância de Julião Machado, que fundaria o periódico A Bruxa em 1896, como inaugurador da era da caricatura a traço no Brasil. Lustosa sublinha: “O sucesso prodigioso de A Bruxa, cujo cartazes expostos em cavaletes nas lojas e confeitarias chiques, causavam sensação pela qualidade sofisticada de sua arte,

de seu acabamento, inaugurava um novo estilo na imprensa (...).”<sup>320</sup> Herman Lima enfatiza sobre esse período:

“Com o advento de Julião Machado, ocorrido, aliás, na própria Gazeta, deu-se também o fato por demais memorável na história da imprensa ilustrada do Rio - o aparecimento quase simultâneo de três artistas que iriam dominar durante quase meio século no campo da sátira gráfica, Raul Pederneiras, o popularíssimo Raul, Calixto Cordeiro (K.Lixto) e J. Carlos. Surgindo a pequeno intervalo, os dois primeiros em 1898, e em 1902 o último, foram esses três grandes artistas do traço cômico que realmente nacionalizaram a caricatura brasileira, pelo caráter nitidamente regional no seu sentido mais alto -- de que se revestiria sua arte.”<sup>321</sup>

J.Carlos, K.Lixto e Raul Pederneiras traçariam as diretrizes da caricatura nacional, no registro gráfico dos nossos costumes, dos tipos populares, da classe média e da sociedade da belle-époque. Raul Pederneiras fixou cenas e costumes documentando todos os tipos do Rio de Janeiro, desde o português de tamancos acompanhado da mulata, até as figuras da alta sociedade. K. Lixto notabilizou-se na charge, de tom geralmente agressivo, e na ilustração de textos literários.

Faz-se necessário registrarmos o aparecimento de revistas ilustradas como O Malho (1902), Kosmos (1904), Fon-Fon! (1907) e a Careta (1908), detentoras de nova orientação gráfica e artística. O aparecimento de uma nova técnica de reprodução, a zincografia, em substituição à litografia, permitiu o desenvolvimento da produção gráfica. “O raiar do século XX encontrou, portanto, o Brasil aparelhado para o surto admirável que a caricatura brasileira havia de adquirir nas suas três primeiras décadas” - avaliou Herman Lima.<sup>322</sup>

<sup>320</sup> LUSTOSA, Isabel. **Brasil pelo Método Confuso: Humor e Boêmia em Mendes Fradique**. Rio de Janeiro: Ed. Bertrand Brasil S.A, 1993. p. 95

<sup>321</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 140/141

<sup>322</sup> **Ibid.**, p. 141

## 4.2 A FORMAÇÃO INICIAL DE ÁLVARO MARINS

Álvaro Marins - Seth, natural de Macaé, revelava desde menino um natural pendor para o desenho. Seus primeiros ensaios de desenho foram feitos sob orientação de dois desenhistas amadores, retratistas de crayon, copiando umas litografias especiais que existiam para esse sistema de ensino, fazendo-se gradativamente bocas, narizes, olhos, orelhas, e por fim toda a cabeça e retrato. Desse tempo, Seth conservava como recordação a primeira cabeça que fez, em 1901, a lápis, carvão e a esfuminho, cópia de uma velha estampa onde pela primeira vez assinava as iniciais de seu nome de batismo.

A semelhança do que acontece agora com as efigies dos artistas de cinema, os retratos populares daqueles tempos eram dos chefes de Estado, Reis, imperadores, presidentes, militares, papas, etc, que em cada canto se viam pela parede, emoldurados ou simplesmente colados, em cima das mesas ou nos álbuns, em sua cidade natal. Durante o tempo das aulas de desenho que o artista teve, fizeram retratos do Rei Eduardo VII, de Bismarck, do Papa Leão XIII, da Rainha Guilhermina de Campos Sales, entre outros, copiados de litografias ou de gravura de madeira, publicados principalmente pela revista “A Mala” da Europa, pois a fotografia e fotogravura tão banais hoje em dia ainda não estavam generalizadas no começo do século.

Em suas reminiscências “Nas Asas da Memória – Viagem de um artista em torno de si mesmo”, Seth lembra o impacto das primeiras imagens e caricaturas que lhe causou admiração: “Os retratos de Campos Sales e Julio Roca em zincografia primitiva, as caricaturas de Paulo Krugger e a da Rainha Vitória, que Raul desenhava pela Guerra do Trasswall, exemplares da célebre revista ‘Rio Nú’, os primeiros números do ‘O Malho’, e os primeiros cartazes de ‘Avança’, de Raul e K.Lixto, colegas esses que depois vim a conhecer.”<sup>323</sup> O artista lembra

<sup>323</sup> SETH. *Nas Asas da Memória. Viagem de um Artista em torno de si mesmo*. Gazeta de Notícias, edição de 4 / 5/1947. p. 3. Nota: Utilizamos, por vezes, o nome Seth ao tratar o artista, mesmo na fase inicial de sua carreira, quando apenas era Álvaro Marins ou usava ainda o pseudônimo de Guido. Acreditamos que a utilização de sua chancela principal torna mais fácil a identificação do nosso artista em questão.

ainda: “Eu já era então conhecido e apontado pelas minhas habilidades no desenho. E por isso não me admira nesse tempo o meu sonho de ser algum dia um Pedro Américo, ou Vitor Meireles, os dois mais citados pintores de então, tanto mais que meu pai chegara mesmo a prometer-me que eu viria estudar com Angelo Agostini. Como caricaturista, os meus primeiros ensaios foram executados em casa de um inteligente companheiro, desaparecido quando resolvemos fazer um jornalzinho juntos. Aí desenhei pela primeira vez uma caricatura a bico-de-pena...”<sup>324</sup>

Já em sua cidade natal, Macaé, travara contato com um grande caricaturista brasileiro, que lhe deixara uma imperecível recordação: J. Ramos Lobão. A cidade de Macaé foi visitada certa vez por uma companhia teatral de variedades, onde havia um caricaturista instantâneo, de barba em ferradura, que se exibia no palco, fazendo em rápidos traços, de cabeça para baixo, as figuras de Pedro II, de Deodoro, de Floriano, etc, e quando as virava para a posição correta causava a mais viva admiração à platéia. Era este o número que mais interessava ao jovem desenhista de Macaé.<sup>325</sup> “No Rio conheci depois esse artista, no O Malho, onde trabalhamos juntos. Era J. Ramos Lobão, autor das minuciosas capas dessa revista, ao tempo de Luís Bartolomeu” – comentaria Seth anos mais tarde.<sup>326</sup>

O primeiro emprego de Álvaro Marins foi numa pequena fábrica de cigarros na Rua Direita - rua que concentrava toda a vida ativa da cidade de Macaé - onde sua mãe colocou-o sem remuneração, só a título de discipliná-lo ao trabalho. Pouco tempo aí esteve, porém, e como sua família não tinha recursos para ele estudar ou seguir a carreira de seus pendores artísticos, decidiu-se que ingressaria numa modesta farmácia da cidade, igualmente sem salário. O seu proprietário era curiosa criatura e digna de um apurado estudo, segundo o artista.<sup>327</sup>

---

<sup>324</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>325</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>326</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>327</sup> SETH, Reminiscências. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**, Edição de 11/5/1947. p.

O memorialista Ruben Gill, na série de reportagens intituladas “O Século Boêmio”, no capítulo dedicado à Seth, publicado em 28 de dezembro de 1942, no periódico D.Casmurro, assinala que Álvaro Marins transferindo-se aos quatorze anos para a cidade de Campos, em 1905, se conservou nessa cidade até os últimos meses de 1908. Ali realizava os seus estudos e pretendia se dedicar a farmácia, quando entusiasmado pelas ilustrações dos semanários cariocas quis experimentar sua possibilidade de fazer o mesmo que os redatores artísticos “d’O Tico-Tico”, por exemplo, cujo primeiro número saía justamente à data em que ele se instalara naquela cidade. Ruben Gill continua:

“E, animado, mas receoso de algumas desacoroçadoras ‘respostas’ do Dr. Cabuy Pitanga (que trabalhava na revista), enviou com a assinatura de “Junqueira”, um desenho à redação d’O Malho, no Rio. Uma charge, na qual seria de reconhecer o caráter objetivo das sátiras políticas então em grande voga na imprensa e que na sua maneira trazia a influência de ‘Raul’. A irreverente composição veio publicada na edição d’O Malho de 10 de novembro de 1906, número 217, ano V. (...) O contentamento do novo caricaturista é fácil de calcular.”<sup>328</sup>

Álvaro Marins via uma produção de sua lavra, embora divulgada sob pseudônimo, no principal hebdomanário caricatural do país – impressa no mesmo órgão em que figuravam trabalhos de Angelo Agostini, Ramos Lobão, J.Carlos, Augusto Rocha, Alfredo Storni.

De fato, essa primeira charge veio a luz na edição d’O Malho, de 20 de novembro de 1906, n.º 217, ano V, na qual segundo Ruben Gill podemos reconhecer a influência de Raul Pederneiras, caricaturista de grande sucesso na imprensa à época. Herman Lima vai assinalar:

“De fato, muito embora a ingenuidade do traço do principiante de quinze anos, há uma graça espontânea e incisiva na pequena sátira, a que não é também alheio muito daquele espírito do mestre das Cenas Cariocas: A Teta Governamental mostra uma vaca de fartos úberes, a Presidência, tendo gulosamente a sugar-lhe uma das tétas, Rodrigues Alves, que estava no fim do seu quatriênio. Afonso Pena espia de longe, de braços cruzados, enquanto Zé-Povo, alarmado, exclama :

<sup>328</sup> GILL, Ruben. “O Século Boêmio”, capítulo Seth. **D.Casmurro**, edição de 28 de dezembro de 1942. p. 3

"-Seu Pena ! Grite - ó da guarda ! –Senão...

"Pena: Eu, não! Daqui a quatro anos podem me gritar a mesma coisa. Não quero abrir precedentes... "<sup>329</sup>

Álvaro Marins procurou iniciar-se no mesmo gênero no jornalismo local, com a inserção de outras charges n'O Cutelo, de Campos. Em Campos, do ano de 1907, deveu Álvaro Marins o desenvolvimento de sua disposição para a caricatura. Confiante na própria capacidade de chargista e desejoso de troçar com o seu “*crayou*” assuntos e tipos locais, consultou ele, em Campos, Raul Cardoso – cenógrafo carnavalesco que desenhava apreciavelmente bonecos no periodismo campista. O artista esclareceu-o da impraticabilidade das reproduções dali, à época, pois o sistema físico-químico, intervindo a fotografia e a corrosão de ácido sobre chapas de zinco adotadas nas páginas interiores de O Malho em 1903, ainda não fora introduzida em S. Salvador de Campos dos Goytacaz.

Ruben Gill, poeticamente, escreve sobre esse período da vida de Álvaro Marins, o futuro caricaturista Seth:

“Desde que não havia ‘*encherie*’ mecânica, para ver os seus calungas traçados a nanquim, ou tinta vermelha de escrever, a ser propalado no mesmo ambiente em que viviam os seus modelos ao ser encontrados os seus assuntos, Álvaro Marins esteve a desistir da arte celebrizadora de Bumbuty Gillray, de Doyle, de Cruikshand. Mas em 1907, como demorasse na cidade onde fora parar com uma companhia teatral que se dissolvera a Domingos Pinho, filho do velho ator José Pinho, -- que Domingos tivesse habilidades xilográficas, colaborador do nº 217 de O Malho -- pode ver objetivada a sua aspiração de cooperar na civilização artística da localidade originada num aldeamento de guarulhos de nação goyana em 1560. Riscava a lápis suas humoradas e Domingos Pinho copiava a Butil de emergência em xilogravuras com tábuas de caixote de vinho do porto. Foi assim que Álvaro Marins veio a ser o caricaturista de O Cutelo de Campos.”<sup>330</sup>

<sup>329</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1331

<sup>330</sup> GILL, Ruben. “O Século Boêmio”, capítulo Seth. **D.Casmurro**, edição de 28 de dezembro de 1942. p. 3

### 4.3 ÁLVARO MARINS NO RIO DE JANEIRO - O MALHO

No final de 1908, Álvaro Marins veio para o Rio. Tinha então 17 anos de idade. Na realidade era a primeira vez que vinha conhecer a grande metrópole, saindo de Campos com mil réis no bolso, que embora não sendo muito representava o suficiente para manter-se por algum tempo.

Todos as esquisitas impressões que tivera ao chegar a Campos, também tivera ao embarcar na Capital da República, embora em maior grau. Ele lembrava: “Durante o dia, senti-me como que dentro de um mundo de maravilha, os novos edifícios da Av. Central, a larga Avenida aberta por Pereira Passos, o liso asfalto que eu via pela primeira vez, poucos automóveis que já circulavam, os alegres da Light que logo o carioca apelidou de perigo amarelo, devido aos acidentes que no começo causavam muito barulhentos, arriscavam no começo os condutores...”<sup>331</sup> Complementando:

“Depois que regressei ao Rio, comecei a ter em Campos uma vida provisória. Tudo agora me impelia para a grande capital: os meus passeios domingueiros, os cafés que frequentavam, o piano do Moulin Rouge, a executar as valsas de Aurélio Cavalcante, as minhas conversas com os amigos, vinha lembrar-me a grande terra da promessa de meus sonhos. Ao saltar na antiga estação da Prainha, em fins de dezembro de 1908, trazia eu os bolsos sem dinheiro. Mas a alma rica de ilusões e esperanças. Os dias que se seguiram foram logo pelos primeiros esforços e pelo ideal. Trazia muitas cartas de recomendação. E graças a muitas delas, daquele tio Anselmo, consegui hospedar-me numa das mais antigas casas comerciais do Rio. Era o estabelecimento de Machado e Meira Cia, na rua do Mercado, data do séc. XVIII.”<sup>332</sup>

Guiando-se como era natural pelo senso prático, o primeiro emprego de Álvaro Marins foi o de firmar-se em seu ofício de farmácia, e todos os seus esforços convergiram para esse fim. Acordava cedo e ia todos os dias as sessões de anúncios do Jornal do Brasil, gastando os seus magros níqueis a procura, a cata de um emprego em farmácia. Em 1909, o primeiro e último emprego de

<sup>331</sup> SETH. Nas Asas da Memória. Viagem de um Artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**, Ed. 18/5/1947. p. 3

<sup>332</sup> **Idem.**, p. 3

farmácia que teve no Rio de Janeiro veio por aquele mesmo prático com quem trabalhou em Campos e cujo nome era Joaquim da Fonseca. Dirigia ele uma modesta farmácia cujo nome era Galeno, na Av. Nossa Senhora de Copacabana, onde funcionava no prédio da Estação Jardim Botânico. Para Seth, a Copacabana do ano de 1909, nem de longe se parecia com a Copacabana vertical, ativa, elegante e cosmopolita dos anos 1940. Considerava o artista que essa fase de sua vida era, porém, deliberadamente provisória, pois, mesmo ganhando um ordenado de cinquenta mil réis não pensava em fazer dali senão uma base econômica que pudesse mantê-lo, “um quartel general” para a sua arte e o seu trabalho de imprensa.<sup>333</sup>

Álvaro Marins ali passou um ano em meio com os companheiros de farmácia e estudantes. Nos seus dias de folga, aos sábados, porém, buscava realizar a grande batalha. Armava-se com cartas de recomendação de comerciantes, deputados, jornalistas, e a todos se apresentava levando os trabalhos de desenho que podia fazer em suas horas de folga. Seth lembraria anos mais tarde:

“Foi nesses felizes e saudáveis sábados de folga que aos poucos fui me introduzindo nos meios artísticos da imprensa carioca. Desta forma conheci Raul, K.Lixto, J.Carlos, Vasco Lima, Ariosto, Storni, Lobão, e tantos outros que então brilhavam como estrelas de primeira grandeza em revistas comentadas semanalmente pelo povo.

Quando se possui um ideal movido pelo calor da mocidade, somos movidos por um determinismo que nos leva a agir as vezes fora da órbita de nossa própria natureza. Eu nasci tímido e ainda hoje continuo um temperamento retraído. Naquele tempo porém eu só via a consecução de um objetivo e por isso perdia a noção de acanhamento. E nada me impediu então de falar com os mais altos homens da política, do jornalismo e das artes. Eu os procurava de cara, sem o menor receio ou timidez muitas vezes na própria residência. Quintino Bocaiuva, Antônio Azeredo, Fernando Mendes, Medeiros Albuquerque, Julião Machado, Crispim do Amaral e outros foram personagens do dia que procurei cheio de fé e confiança. Durante a semana eu era um prático de farmácia, preparando as porções do Dr. Montenegro, defendendo no balcão os duzentos réis de canfora ou alsaia. Nos sábados, depois do meio

---

<sup>333</sup> **Ibid.**, p. 3

dia, passava a neófito de imprensa, a candidato a artista, beirando as altas camadas da inteligência e da cultura.”<sup>334</sup>

Para Seth, Macaé representava a infância, Campos a adolecência, e o Rio de Janeiro desse tempo a sua mocidade. Assim, ao chegar ao Rio, ele ainda alcançou cruzando as ruas vultos que vinham do Império, ou do começo da República, expoentes da cultura do país, famosos no conceito público, como Andrade Figueira e João Alfredo, que Angelo Agostini tantas vezes caricaturou na Revista Ilustrada; Pereira Passos, grave na austeridade de suas sombrancelhas cerradas; Oswaldo Cruz, aquele simpático homem de ciência, com aquela cabeleira romântica, prostado a porta da Drograria da rua da Assembléia; Lopes Trovão com seu monóculo e o seu esguio pescoço num colarinho, sentado num café a conversar com os amigos.<sup>335</sup>

Foi esse o Rio de Janeiro que Seth encontrou ao sabor de seus 18 anos. Para ele: “um Rio bem brasileiro. Havia ainda pouco dinheiro, poucos automóveis, poucos cinemas. Nenhum arranha-céu, nenhum avião, e muito menos rádio, uma cidade de vida relativamente plácida, acolhedora e patriarcal, da qual os elegantes e viajados diziam que eram uma grande aldeia.”<sup>336</sup> Ele lembra:

“São desses meus tempos do Rio de 1909-1910 as lindas melodias – da víuva alegre - (...) e de outras operetas vienenses, então lançadas com o mais absoluto sucesso. O Rio de Janeiro naqueles anos anteriores a guerra de 1914-1918 fazia parte daquele mundo firme que Stefan Zweig dizia em suas memórias: era uma terra muito dependente da influência européia, guardando velhos costumes do Império, e da colônia, pois não tínhamos sequer um século de independência. Mas as necessárias reformas de Pereira Passos e de Frontim, porta aberta para as virgens transformações de hoje era ainda recente e enchia de orgulho o carioca, que propagou certa vez a célebre frase - creio - de Figueiredo Pimentel – ‘o Rio Civiliza-se’.”<sup>337</sup>

O Teatro vivia noites de glórias com suas companhias italianas, portuguesas, espanholas e francesas, de óperas, operetas, e alta comédia. Os maiores artistas mundiais do belo canto e do drama exibiam-se frequentemente no Rio de Janeiro: Rejane, Coquelin, Caruso, Zacome, Novele, e outros constituíam

<sup>334</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>335</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>336</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>337</sup> **Ibid.**, p. 3

um acontecimento notável na vida carioca. E Álvaro Marins mesmo trabalhando na modesta farmácia de Copacabana conseguia tempo para ver esses espetáculos: “E não havia um só sábado em que eu não fosse apreciar-me uma companhia portuguesa de revista. Os americanos não haviam ainda inundado o mundo com os seus filmes cinematográficos de produção industrial em vasta escala como o fizeram depois da guerra de 1914. Os filmes exibidos eram quase todos franceses e italianos, de Pathe Freres. Nesses tempos a poderosa influência francesa exercia todo o seu poderio sobre o intelectualismo brasileiro: Rostand fazendo sucesso mundial com o seu Chantecler e na Ilustração Francesa, Blustlation era lida por toda a gente.”<sup>338</sup> Em suas reminiscências, complementava:

“*Le Rire, L’Assiette Au Beurre*, que eu comprava na portinha da Rua do Ouvidor, dava verdadeiras delícias de arte. Assim como Charles Leandre, Forain, Poulboty, e tantos outros artistas franceses. Nesse período farmacêutico meus primeiros desenhos foram publicados em Fon-Fon!, no O Tico-Tico e no O Malho. Quase todo o sábado, ia eu armado com o meu rolinho de papel, onde se continham uma charge incipiente de ocasião. Na redação de Fon-Fon conheci Calixto, que então trabalhava num compartimento de vidro que existia na redação. Aos noviços da *press-arte* interessavam sempre as revistas ou as revistecas novas que apareciam, por lhes darem mais espaço”.<sup>339</sup>

Assim, graças a J.Carlos, Seth conseguiu publicar em “Boneco Indiscreto”, gênero – livre que Careta publicou alguns números. Outra publicação que o artista publicou apenas no primeiro número foi “Toma Nota!” (não chegou a sair o 2º numero). “‘Toma Nota!’ chegou para morrer mas eu fiquei contente em ver o meu desenho publicado” – diria anos mais tarde.<sup>340</sup>

Faltava, porém, Seth fixar-se pelo cimento do trabalho remunerado, o que naquela ocasião não era muito fácil. Afinal, e havendo frequentado rapidamente o Liceu de Artes e Ofícios, levou um dia, já em 1910, certa pequena série de desenhos a redação do O Tico-Tico. Foi bem acolhido. Já, enfim, ser iniciado profissionalmente, isto é, receber o seu primeiro “vale”, cobrar pelo seu trabalho de ilustrador de imprensa. Dirigia a empresa do “O Tico-Tico”, Luís Bartolomeu

<sup>338</sup> *Ibid.*, p. 3

<sup>339</sup> *Ibid.*, p. 3

<sup>340</sup> *Ibid.*, p. 3

de Souza e Silva, co-proprietário, com Antônio Azeredo, de “A Tribuna”, de “O Malho”, “Leitura Para-Todos”, “Ilustração Brasileira”. Bartolomeu disse para Seth procurar Renato de Castro, que então dirigia O Tico Tico. Seth passou então a produzir trabalhos remunerados para O Tico-Tico, fazendo decalques em papel litográfico dos desenhos das revistas francesas. Quando então já havia decalcado várias revistas, teve que apresentar a nota de seus trabalhos. Luís Bartolomeu, diretor de tantas publicações, perguntou quanto valia os seus originais, e Álvaro Marins exigiu vinte mil reis. O diretor de O Malho, porém, tomando do seu lápis azul tão conhecido dos pinta-monos cariocas encheu um vale de trinta mil réis e consultou o novo colaborador a prosseguir. Nesse mesmo ano, Álvaro Marins entra para a redação de O Malho, e começa a desenvolver apreciável operosidade, assinando toda a sua produção no tradicional semanário com o pseudônimo de Guido. Em 1910, álias, foi o verdadeiro ano da graça para Álvaro Marins, que apresentado a Paulo Barreto por Medeiros de Albuquerque teve editado em página inteira da Gazeta de Notícias uma composição humorística alusiva ao domínio do ar por Santos Dumont. Até 1911, tendo nesse período sempre firmado Guido, colaborando em Fon-Fon!, Álvaro Marins se conservou como redator artístico d’O Malho.

E foi no “O Malho”, revista que abriu suas páginas para caricaturistas como Crispim do Amaral, Gil, Yantok, Vasco Lima, Storni, Loureiro, Bambino, Amaro, Luiz Peixoto, que Seth, além de publicar seu primeiro desenho, assinaria várias composições com o pseudônimo de Guido. Seth lembrava: “Quando, nessa época publiquei os meus primeiros desenhos no Rio, assinei-os com o pseudônimo de Guy, mas logo depois aportuguesei a palavra para o pseudônimo de Guido, nome com que então me tornei conhecido entre os meus primeiros camaradas de imprensa. Esses dias se passavam aí por fins de 1909 ou começos de 1910.”<sup>341</sup> Nessa época, O Malho se achava no clímax de sua grandeza e o prestígio que desfrutava nas camadas políticas e intelectuais era enorme. Sabidamente de propriedade de políticos, uma charge sua, mesmo com aquelas substanciais legendas do Cabuí Pitanga Neto, charges que as vezes eram mesmo desaforadas e grosseiras, produzia reação e revolta nos meios interessados, e houve um caso que chegou mesmo a agitar uma seção do Senado.

---

<sup>341</sup> **Ibid.**, p. 3

Para o pesquisador Luiz Guilherme Sodré Teixeira, em seu livro “O Traço como Texto: a história da charge no Rio de Janeiro de 1860 a 1930”, foi o Malho a mais interessante revista ilustrada da República Velha, não só por sua permanente intervenção humorística na política do país, como também pela qualidade dos chargistas que reuniu durante sua longa existência. Ele exemplifica:

“Fundada em 1902 por Luís Bartolomeu, foi a partir de 1904, com o trabalho de Agostini, que a revista ganha consistência política e importância cultural. Além dele, três gerações de grandes chargistas passaram por suas páginas, como J.Carlos, K.Lixto, Raul Pederneiras, Crispim do Amaral, Helios Seelinger, J. R. Lobão, Leônidas Freire, Gil, Alfredo Storni, Vasco Lima, Augusto Rocha, Seth, Alfredo Cândido, Yantok, Loureiro, Luís Peixoto, Théo, Del Pino, Guevara, Nássara e Di Cavalcanti. Dele pode-se dizer que foi a única revista de caricaturas a reproduzir na república os grandes tempos de suas congêneres do segundo reinado, nada poupando aos seus adversários, como no caso da Campanha Civilista, combatendo Ruy Barbosa, e na Revolução de 30, ridicularizando os candidatos da Aliança Liberal.”<sup>342</sup>

Álvaro Marins inicia em 1910 uma colaboração regular n'O Tico-Tico e n'O Malho, usando o pseudônimo de Guido, e firmando algumas das caricaturas mais sarcásticas da época, contra Ruy Barbosa, como na charge “O Conluio das Águias”, onde vemos Ruy Barbosa, José Marcelino, Albuquerque Lins, Barbosa Lima e Pereira Moacir caricaturados ridicularmente como águias, na vã tentativa de entrar no Catete. (fig. 93) Diz a legenda:

#### “O CONLUIO DAS ‘ÁGUIAS’

‘Já chegaram as seis águias de bronze que o Presidente Pena encomendara para ornamentar o Palácio do Catete’ (Dos jornais)

A águia-mor (Ruy): – Eu não lhes digo? Não há patriotismo, não há coisa alguma. Temo-nos alvoroçado tanto a voar contra o vento do destino, para ver se conseguimos entrar no Catete e... nada! No entanto, vão para lá as águias de bronze!...

Águias menores – Zé Marcelino, Albuquerque Lins, Barbosa Lima e Pereira Moacir: – É galinhaço, sinônimo de caiporismo...

<sup>342</sup> TEIXEIRA, Luiz Guilherme Sodré. **O Traço como Texto: a história da charge no Rio de Janeiro de 1860 a 1930**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa – MinC, 2001. p. 41.

Águia Irineu: – Não desanimem! Se não pudermos entrar pela porta, entraremos pela janela!...

Guido – O Malho, de 26 de fevereiro de 1910.”

Para Seth, O Malho teve uma importância especial não somente em sua trajetória como também na história das revistas ilustradas no Brasil:

“Apesar dos interesses políticos que representava, e ferido embora a liberdade de nossos ideais de arte, O Malho, pode-se dizer-se, criou nesse tempo o verdadeiro gosto pela caricatura no Brasil. É verdade que já antes houvera a Revista Ilustrada, O Mosquito, O Besouro, O Mequetrefe e outras publicações da época litográfica, e mesmo as páginas ilustradas do Jornal do Brasil, O País e Revista da Semana, já em zincografia. Mas não se pode compará-los a O Malho no desenvolvimento e na cultura, que este, pela sua grande expansão, trouxe ao gosto pela arte da caricatura.

É assim que, além de Crispim do Amaral, Raul e Calixto e outros da primeira fase da fundação d’O Malho, vemos aí ainda reaparecer o velho e glorioso Agostini da época monárquica e dos primeiros tempos da república, e vemos também surgir novos nomes que se firmaram para sempre: J.Ramos Lobão, que se tornou conhecido pelas suas trabalhadas capas d’O Malho durante muito tempo; Leônidas Freire – (Léo) novato, fazendo uns desenhos ásperos mas cheios de personalidade; J. Carlos, que se tornou depois o príncipe dos nossos caricaturistas pela elegância e singeleza do traço; Alfredo Storni, gaúcho, que se especializou em charges políticas; Vasco Lima, Ariosto, Loureiro, Augusto Rocha e outros, constituindo aquele grupo de artistas que, graças ao O Malho, se tornaram conhecidos no Brasil, e cujas personalidades artísticas eram discutidas, estudadas e comentadas.”<sup>343</sup>

“O Malho” era uma força, a sua tiragem - incrível naquela época - chegava a 60 mil exemplares. Suas páginas coloridas, diz Seth, eram encontradas pelos bandeirantes das missões silvícolas, nas próprias choças dos índios. A campanha civilista de Ruy Barbosa estava no ápice da efervescência, e “O Malho” era então o mais feroz adversário do ilustre baiano. Foi por essa ocasião que Seth começou a manifestar as suas primeiras tendências de forma, desenhando a maneira de Charles Leandré, célebre pelos seus portrait-charges, de notável e característico exagero, em modelado a traço fechado e cruzado. “Forma esta que criou o meu verdadeiro protótipo de fatura artística, da qual embora me houvesse afastado

<sup>343</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 22/6/1947. p. 3

completamente durante determinadas épocas, a ela voltei por fim e nela me conservo com o meu feitio pessoal de hoje” – reiterava.<sup>344</sup>

Quando Seth verificou que os pró-labores que recebia do “O Malho” já podiam constituir uma base inicial para que não perdesse mais tempo como prático de farmácia, resolveu aventurar-se a deixar o antigo ofício. Mesmo assim, houve uma ocasião em que, com o dinheiro ainda a receber na empresa, se viu sem níquel no bolso, justamente no dia em que não havia se alimentado.

Esta situação de problemática remuneração no “O Malho”, único lugar de onde podia esperar ainda algum dinheiro, estava a agravar-se, mas nem por isso pensava em abandonar o caminho pelo qual já trilhava. Pelo contrário, continuava firme a aplicar-se na arte, de todas as formas que eram possíveis. E já agora tinha mais liberdade de procurar e pedir apoio de todos os que julgava a altura de poder auxiliar.

Foi dessa vez que procurou e travou conhecimento com dois famosos artistas, Crispim do Amaral, cujos os dois outros irmãos – Amaro, também notável caricaturista e Libânio, excelente afamado fotógrafo, conheceu igualmente. Crispim do Amaral celebrizara-se quando na Europa, fizera, em Paris, uma charge sobre a rainha Vitória, da Inglaterra, que provocou escândalo diplomático. Foi, depois, no Rio de Janeiro, um dos fundadores do “O Malho”. Crispim do Amaral era um mulato de boa altura, volumoso, que se distinguia logo por uma enorme cabeleira a sustentar um chapelão de abas largas, a moda do tempo, e a mostrar sempre uma fisionomia risonha e acolhedora.

O outro que por essa ocasião também Seth procurou na própria residência foi Julião Machado. Seth admirava muito Julião, para ele um dos mais nobres e notáveis artistas que conheceu, através da obra que deixou:

“Lembro-me ainda, quando garoto, das suas caricaturas nos diários da Capital, e dos seus típicos desenhos alegóricos. Quando em Campos, vi pela primeira vez o ‘Álbum do País’, publicação que ilustrou em conjunto com o Raul, e onde ele se mostra não apenas um artista do lápis, mas também o jornalista e o escritor. Ali, na sutileza da crítica, na profundidade do sentido, deixou o Julião Machado páginas humanas e inesquecíveis, que lembram Carandache.”<sup>345</sup>

<sup>344</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 22/6/1947. p. 3

<sup>345</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 22/6/1947. p. 3

Quando pela primeira vez Seth procurou Julião Machado, este residia na rua General Roca, numa casa modesta e simples. Como costumava fazer sempre, levou um ou dois desenhos, e um deles, revelava já a influência dos primeiros conhecimentos com os artistas alemães. A concepção do desenho, onde aparecia a figura de um padre, era sutil e dava claramente margem a um duplo sentido, de natureza um tanto livre. Seth lembra:

“Julião viu o desenho, e, fixando-me com aqueles grandes olhos esbugalhados, perguntou-me se a idéia era realmente minha. Respondi-lhe que sim. ‘– Há aqui, porém, um erro de detalhe muito visível’, prosseguiu. ‘A capa da batina desse padre não deve ser tão curta. Isto resulta da falta de observação dos que começam a desenhar’. E orientando-me então largamente sobre o desenho e sobre a necessidade de bem observar as coisas, dando-me, por fim um conselho de que nunca me esqueci e do qual me aproveitei bastante; conselho este que por meu turno tenho transmitido algumas vezes aos jovens cheios de ardor artístico que me procuram.”<sup>346</sup>

Felizmente, a equívoca situação de colaborador incerto do “O Malho”, não iria demorar muito. Seth foi efetivado, tempos depois, com um ordenado fixo de 200 mil réis mensais, para trabalhar no serviço de colorista litógrafo nas oficinas de impressão, em companhia de Vasco Lima, que ali já se achava. Por esse mesmo tempo e para esse serviço foi efetivado Yantok, que também se encontrava no “O Malho”, nas mesmas condições.

Nas oficinas de impressão d’O Malho, ao redor de uma tosca mesa onde se depositavam as pesadas pedras litográficas, sob a luz perene de um foco elétrico, trabalhavam os três: Vasco Lima, Yantok e Seth. O caricaturista recorda:

“Enquanto se trabalhava, discutia-se arte, literatura, filosofia e metia-se o pau na vida alheia. Vasco, o eterno irreverente contador de anedotas, ria e fungava através dos seus vastos bigodes da moda. O trabalho que fazíamos era mais de artífices que de artistas. Mas todos os desenhistas da casa eram obrigados a fazê-lo em se tratando do colorido de suas próprias páginas do ‘O Malho’. Eu, todavia, estava satisfeitíssimo com o meu novo emprego, que significava a primeira etapa de minhas aspirações de artista.”<sup>347</sup>

---

<sup>346</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>347</sup> **Ibid.**, p. 3

Uma das curiosidades mais interessantes que o artista relata é a precariedade do ambiente em que trabalhavam os principais caricaturistas do Brasil, o que, porém, não tirava a qualidade dos seus trabalhos artísticos: acima, no terceiro piso do prédio, numa sala apertadíssima que apenas media uns 15m<sup>2</sup>, trabalhava os notáveis da caricatura. Os notáveis da caricatura no “O Malho” dessa fase gloriosa eram: J. Ramos Lobão, Alfredo Storni, Leônidas, Ariosto e Loureiro. Vasco Lima, Yantok e Seth também colaboravam afora as obrigações de colorista. Esse aspecto apresentado por Seth é, por sinal, pitoresco:

“Na estreita saleta dos desenhistas, durante certas horas do dia, reuniam-se quase todos os artistas e agregados da empresa para o cavaco e a pilheria. Eram horas bem agradáveis. Nesses momentos, a rapaziada ficava como peixe dentro d’água. Ramos Lobão, português magro e de pequena estatura, era um homem seco e pouco dado ao chiste. Os seus cabelos repartidos ao meio e a sua barba curta davam-lhe a fisionomia um aspecto de um Cristo de óculos e cabeleira cortada. Estava sempre ocupado com suas capas d’O Malho ou com trabalhos meticulosos de aquarela, gênero em que era muito hábil.

Mas Vasco Lima, Storni, e de vez em quando Renato de Castro, nunca poupavam as vítimas de sua impiedosa crítica. Nessa época, saber desenho era coisa muito importante. Sabia-se destacar e classificar os que tinham o estilo convencional dos que possuíam as formas acadêmicas e naturalistas. Quando, por exemplo, nos caíam sobre os olhos desenhos como o de Gavarni, Leandre ou Forain, dizia-se logo: ‘Esse bicho sabe desenho até debaixo d’água!’. Num tal ambiente, era natural que eu visse, como virtude essencial para vencer – a necessidade de aplicar-me muito ao desenho. Talvez por isso, e por um pouco de simpatia ao meu mutismo habitual, os meus companheiros costumavam dizer de mim: ‘– Esse, vai...’

Ariosto Ducan, descendente de inglês, foi um dos bons e sinceros amigos que ali encontrei. Nunca se conformou em que eu fosse ‘fazer pedras’, nas oficinas litográficas, quando eu ‘devia estar na sala dos desenhistas’. E não se cansava de dizer: ‘O lugar desse menino é aqui!’. Frase em que ele era freqüentemente troçado pelos companheiros.<sup>348</sup>

Tais reuniões alegres e divertidas, lembra o artista, tinham para aqueles profissionais do chiste e para o jornal uma grande virtude: a de produzir, quase sempre, boas idéias para caricaturas.

---

<sup>348</sup> **Ibid.**, p. 3

Como principiante entusiasta e sem direito a ter opinião, Seth subordinou-se, como os outros, a orientação da revista na campanha contra Ruy Barbosa. Para a opinião pública, nenhuma significação tinha o seu contingente pessoal, mas para os seus conhecidos de Macaé, aqueles bonecos que O Malho publicava contra Ruy provocavam críticas bem amargas contra o conterrâneo.<sup>349</sup>

“O Malho”, como já ressaltado, fora lançado por um grupo de artistas nossos. Crispim do Amaral, Raul, Calixto e outros foram seus fundadores. Em breve, porém, dissentiram de Luís Bartolomeu e foram fundar “Avança”, que apenas durou alguns números. Para Seth, a fase primitiva do “O Malho” ressentia-se visivelmente da influência boêmia de sua época: “Lembro-me ainda dos primeiros números que vi em minha terra. Capas berrantes e simples, e páginas decorativas e românticas segundo o estilo do tempo.”<sup>350</sup>

Após a saída dos artistas fundadores, Luis Bartolomeu continuou a frente da revista, e graças, naturalmente, ao seu tino mais prático e mais consentâneo com a mentalidade popular, a empresa chegou a um notável desenvolvimento econômico. Nessa fase que se segue a saída dos artistas fundadores, a revista já começa a tomar outro aspecto. Ressurge Angelo Agostini, notável e tradicional figura de artista que vinha das pugnas jornalísticas do segundo reinado, através da Revista Ilustrada, e depois, do Don Quixote.

Nas páginas de O Malho aparece também o português Alfredo Cândido, fazendo desenhos a maneira de Bordalo Pinheiro, e é também nesse período que aí surge J. Carlos, pressagiando já o seu esplendido vôo de artista. Entra então “O Malho” na sua fase de ouro, orientado por interesses políticos, fazendo as mais veementes críticas, e procurando interessar as mais modestas camadas, com a publicação de retratos e a colaboração de seus leitores. Com isso atingiu a revista o mais alto grau de popularidade, tiragem e importância política. Foi nessa hora de culminante prosperidade que Seth, como já ressaltamos, penetrou em O Malho, entre os anos 1909 e 1910, aí ficando até 1911. Mas qual foi o motivo da saída de

<sup>349</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 29/6/1947. p. 3

<sup>350</sup> **Ibid.**, p. 3

Seth, na época ainda Álvaro Marins/Guido, de “O Malho” ? O caricaturista explica então que era do feitio do programa de “O Malho”, através de seu Diretor Luís Bartolomeu mandar as “notas”, ou seja, recados, para que os artistas executassem as charges políticas, ao gosto do interesse da revista. Luís Bartolomeu não era um artista. Era o diretor de uma empresa jornalística, e geria os negócios de acordo com os interesses econômicos e políticos a que essa empresa estava ligada. Tais notas, recados, pois, obedeciam a um interesse todo privado.<sup>351</sup> Para Seth, entretanto:

“No nosso idealismo de jovens artistas não compreendíamos assim, e por isso dávamos as tais notas o nome de receitas. Sem a compreensão técnica que só os artistas podem ter para executar certas composições, Bartolomeu sugeria, por vezes, coisas ilógicas e absurdas, que nos faziam dar boas gargalhadas. Mas, de qualquer modo, executava-se a tarefa. Agostini, num de seus dias aziagos, recebeu, certa vez, uma dessas receitas para aviar. Por uma natural rabugice de velho e revolta de experimentado profissional, achou que não se enquadrava numa composição tudo aquilo que Bartolomeu indicava, e devolvendo a nota ao portador que a trouxera, disse-lhe cheio de incontida indignação: ‘– Diga lá a seu Bartolomeu que ele é um burro!’

E como o portador ficasse atônito, indeciso e perplexo com aquela audácia, o velho artista, ainda mais irado, quase o expulsou de sua presença, gritando-lhe: ‘– E você é outro!’

Aos intelectuais de elite, porém, e a nós, artistas jovens e ardorosos, – em contacto com os escritores franceses e com as revistas parisienses; admirando Leandré, Willete, Guillaume, Stelein, Forain, e todos aquelas pléiades de notáveis artistas do lápis de França – o cerceamento da liberdade de criar que O Malho daquele tempo nos impunha, causava a mais viva revolta.”<sup>352</sup>

Álvaro Marins/Guido, em conjunto a Vasco Lima, colega de O Malho, resolvem então lançar uma nova revista, o “Álbum de Caricaturas”, que depois passaria a chamar-se “O Gato”.

---

<sup>351</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>352</sup> **Ibid.**, p. 3

#### 4.4 SETH N'O GATO

Em julho de 1911, Álvaro Marins, em companhia de Vasco Lima -- o primeiro assinando Seth, e o outro Hugo Leal -- lançou a edição inicial do “Álbum de Caricaturas”, executado no estabelecimento gráfico de Carlos Moraes e Cia, na rua da Quitanda nº 28. Até o quinto número, o “Álbum de Caricaturas” foi publicado quinzenalmente, passando ao sexto número - quando tomou o nome de “O Gato”, conservando porém o sub-título de “Álbum de Caricaturas” - a circular semanalmente as quarta-feiras. Com impressão litografada, O Gato foi publicado até 1913, e Álvaro Marins firmou os seus créditos de caricaturista e popularizou o pseudônimo de Seth, chancela que se tornaria o seu verdadeiro nome artístico, definitivamente, a partir de então.

Já sublinhamos, na introdução desse trabalho, merecendo uma análise mais rigorosa, o conceito de Ruben Gill sobre essa revista: “A repercussão de suas sátiras nesse periódico, comparável ao *Simplicissimus* alemão foi insuperável, havendo, na sua inexcedível projeção, merecido muitas vezes as perpetrções críticas de Seth reprodução nos matutinos e vespertinos da maior notoriedade.”<sup>353</sup>

Seth explicaria com maiores detalhes o surgimento de “O Gato” e a sua consequente saída de O Malho, junto com Vasco Lima:

“Pouco antes de morrer a minha genitora, havíamos nós, Vasco Lima e eu, pressurosos e entusiasmados por sair da rotina em que vivíamos n'O Malho, decidido a lançar uma revista a altura de nossas aspirações artísticas. Assim nasceu o ‘Álbum de Caricaturas’, cujo primeiro número foi uma publicação tanto quanto possível luxuosa. Impressa em bom papel, a quatro cores e a capa ouro, o trabalho foi feito na oficina litográfica de Carlos Moraes e Cia., rua da Quitanda nº 28. Sem recursos monetários e sem a garantia de que precisávamos para viver, precisamos fazer tudo (...) para que os nossos patrões não descobrissem logo. Só os

<sup>353</sup> GILL, Ruben. In: **História da Caricatura no Brasil**. Herman Lima. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963. p.1336 (Nota: A mãe de Seth faleceria naquele ano de 1911, pouco antes do lançamento de O Gato. Ressaltamos, no entanto, que a comparação de O Gato com o *Simplicissimus* alemão torna-se apenas possível na qualidade editorial-gráfica das duas revistas, e na qualidade dos trabalhos apresentados, posto que, em popularidade e perenidade, o *Simplicissimus* alemão teria uma permanência e universalidade maior, com publicação duradoura por algumas décadas).

nossos amigos mais íntimos sabiam da tarefa em que nós havíamos empenhado, e estavam, por sinal, igualmente interessados, ou pareciam estar, no sucesso do nosso caso.”<sup>354</sup>

Logo no primeiro número no “Álbum de Caricaturas”, Álvaro Marins abandonara o pseudônimo d'O Malho, para adotar a partir de então o de Seth, criando charges ferinas e caústicas, como aquela em que vemos Ruy Barbosa, suando em bicas, a fazer vigorosas massagens no corpo duma velhota, nua, transfigurada na própria Constituição, grotescamente estilizada. De igual modo, é a charge intitulada “Heliogabalo”, publicada em 1911, na qual faz troça com as supostas preferências sexuais dos escritores Olavo Bilac e João do Rio, que admiram uma estátua de um homem másculo e dialogam: “ ‘- Soberbo, hein!’ . ‘- Que delicioso seria se todos os homens fossem assim!’ ”. (fig. 94)

Para Herman Lima, essa revista, “contando com a colaboração jornalística de Alcindo Guanabara, seu redator efetivo, projetou-se vertiginosamente no cenário político do Brasil, quando já instalado no governo o candidato militarista. Dum desassombro que ia muitas vezes às raias da temeridade, fisingando com a maior truculência todos os próceres do momento, seu alvo principal eram justamente os dois maiores da política nacional - o Presidente da República e Pinheiro Machado.”<sup>355</sup> De fato, muitas charges teria como mote central de crítica a figura do Marechal Hermes da Fonseca, como na charge de Seth, cujo título e breve legenda encerra uma perspicaz ironia: “15 de Novembro – Viva a República ou o Marechal”.

Muitas pessoas, à época, perguntavam qual foi a razão de Álvaro Marins adotar o pseudônimo de Seth. Ele explicava então:

“Vasco Lima, pelos seus notáveis dotes de atividade e tino de negócio, além dos de artista, dispunha de crédito e boas relações. Assim, lançamos o ‘Álbum de Caricaturas’, através do qual, surgimos disfarçados por novos estilos e encobertos por pseudônimos desconhecidos. Pelo seu aspecto diferente, semelhante que era *L’Assiete Au Berre* de Paris, e pela tremenda irreverência e liberdade de crítica, a revista causou grande sucesso nos meios intelectuais,

<sup>354</sup> MARINS, Álvaro (Seth). Nas Asas da Memória. Viagem de um Artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**: Rio de Janeiro, edição de 6 / 7/1949. p. 3

<sup>355</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1332

intrigando a toda gente devido aos dois nomes desconhecidos que ali apareciam. Vasco Lima usava o pseudônimo de Hugo Leal. Eu apareci pela primeira vez com o de Seth.

Muita gente ainda hoje me pergunta a razão porque adotei este nome. Agora passo a explicar: vivia nessa época nos galarins da fama o caricaturista francês George Goursat, conhecido em todo mundo por Sem, célebre pelas suas charges pessoais do mundo parisiense, e feitas num traço muito vivo e singelo. Sem, nome posto é, na Bíblia, o primogênito de Noé, e não era a primeira vez que um caricaturista francês usava um pseudônimo, igualmente de poucas letras, tirada da sagrada escritura. Antes de Sem houve Cham dos tempos de Daumier e Gavarni. Tais antecedentes justificam, pois, o meu espírito de imitação – tão natural no homem e no macaco – indo buscar também na Bíblia o meu curto pseudônimo de Seth, nome do terceiro filho de Adão e Eva, e, o que é mais – pai dos filhos de Deus... Aí está.”<sup>356</sup>

Além do seu novo nome, Seth surge também no “Álbum de Caricaturas” com um novo estilo de traço fino, simples e sinuoso, a maneira do norueguês Olav Gulbransson. Passado a fase de sua admiração por Charles Leandre e outros artistas franceses, Seth foi travar conhecimento com os artistas alemães do “Simplicissimus”, revista de caricaturas de grande projeção internacional, que costumava comprar na Casa Moura. O “Simplicissimus” fora primeiramente editado em Berlim, e chegara a constituir, pela suas charges ferinas uma linha de combate contra Guilherme II. Para evitar, porém, as repetidas perseguições da polícia do Kaiser, os seus proprietários passaram a editá-la em Munique, na Baviera, cujas leis eram mais liberais. Olav Gulbransson era, por esse tempo, um artista norueguês domiciliado na Alemanha e a belíssima concisão de seu estilo leve e expressivo fazia-o uma das mais fortes personalidades artísticas do “Simplicissimus”, e um dos mais apreciados desenhistas europeus, daí sendo natural a admiração de Seth por esse artista. Como atesta o caricaturista brasileiro:

“Nessa época de revistas humorísticas ilustradas, os leitores, em geral, costumavam comentar e discutir não apenas as charges mas também o traço de cada artista, cujo estilo geralmente conheciam a primeira vista. Por disfarce e por gosto, o estilo de Gulbransson passou-me a servir-me de padrão e essa minha nova fantasia agradou também a toda gente, não só pela fatura como também pela felicidade extrema e irreverência com que por vezes abordei alguns

<sup>356</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 6 – 7 – 1947. p. 3

assuntos. Por seu lado, Vasco teve charges também felicíssimas e ferozes.<sup>357</sup>

Ambos, Seth e Vasco Lima, vinham d'O Malho, sendo que, na época, o primeiro continuava a trabalhar no popular magazine, daí porque a necessidade de recorrer ao pseudônimo com que firmaria seus trabalhos até 1912, ao deixar definitivamente as publicações da empresa de Luís Bartolomeu e Antônio Azeredo: o estilo dos caricaturistas não tardaria a revelar a identidade e Bartolomeu não admitia a dispersão da dupla atividade de ambos, muito embora, segundo Herman Lima, essa dupla colaboração em nada lhe prejudicasse as revistas. Seth lembra: “Por causa do ‘O Gato’, logo nos primeiros números, saí do O Malho. Vasco Lima já havia deixado espontaneamente a empresa, e Luís Bartolomeu, sabendo que eu era o seu comparsa, com muita razão e lógica, despediu-me. Por isso mesmo nunca lhe quis mal por haver assim procedido.”<sup>358</sup>

Evocando essa fase de intensa e fascinante produção literária e artística, Vasco Lima, que começou em O Malho em 1905, não escondia seu justo orgulho pelo prodígio que conseguiu realizar quase sozinho em “O Gato”, pois, excluída a colaboração de Seth, era ele que cuidava da parte burocrática da revista.

Sobre Vasco Lima, companheiro de Seth, que foi indiscutivelmente um dos maiores caricaturistas brasileiros, e um homem de imprensa singular, Herman Lima ressalta:

“Como Rafael Bordalo Pinheiro, Julião Machado, Celso Hermínio, J. Ramos Lobão, Alfredo Cândido e Correia Dias, todos da mesma família espiritual de artistas do lápis, Vasco Lima veio também de Portugal; não apenas, no entanto, como de si dizia Bordalo, para um curso de cinco anos na Rua do Ouvidor, mas para aqui ancorar para sempre as suas caravelas de homem substancialmente da imprensa, muito embora o rapazinho que aqui aportara aos quinze anos trouxesse, com tantos outros comendadores desta outra banda, o destino sonante das cifras do ‘Deve’ e ‘Haver’, dos ‘Diários’ comerciais. De fato, Vasco Machado de Azevedo Lima, filho de Alfredo de Azevedo Lima e de Silvina Faria Machado Lima, portugueses, e neto de brasileira, nasceu no Porto, a 6 de setembro de 1883. Diz Ruben Gill, a quem se devem os melhores dados sobre a biografia desse raro artista que tanto ama louvar os

<sup>357</sup> **Ibid.**, p. 3

<sup>358</sup> **Ibid.**, p. 3

companheiros quanto se furta relutantemente a falar de si mesmo”.<sup>359</sup>

Herman Lima vai mais longe: “Tendo se batido veementemente pelo civilismo, em especial na Gazeta de Notícias, pois O Malho ficara, na campanha memorável, ao lado do candidato militar, Vasco Lima ideou e executou ousadamente o de reproduzir no Brasil o êxito estrondoso que mantinha em Paris essa época, a famosa revista L'Assiette au Beurre, que aliava o ardoroso espírito de combate à corrupção e à tirania o mais belo pendor artístico, pelo primor da apresentação gráfica e pelo esplendor da colaboração dos maiores nomes do lápis internacional contemporâneo.”<sup>360</sup>

Os primeiros números do “Álbum de Caricaturas” foram quinzenais devido as dificuldades técnicas e financeiras. Mas não demorou em tomar a forma de revista semanal, em feitio mais leve, mais barato. Mudou o nome para “O Gato” e passou, para usar uma expressão do próprio Seth, “então a arranhar impiedosamente todos aqueles que nos caíam nas unhas.”<sup>361</sup> O fôlego que “O Gato” teve para sustentar-se durante muito tempo era bem próprio do animal de que tirava o nome. Passou por várias fases, a fim de se manter economicamente, no ambiente que estava fora de seu feitio, muito embora a revista possuísse um número de leitores e compradores certos. A história de suas dificuldades financeiras, é, porém, a história da maior parte dos jornais e revistas que tem existido, – órgãos isolados de expressão intelectual e cultural, de uma época em que a publicidade comercial organizada apenas começava.

Seth considerava que a fase, porém, intelectualmente brilhante do “O Gato” foi a primitiva, quando ainda feito em litografia, “cheia ainda do nosso idealismo de rapazes.”<sup>362</sup> Assim, no “Álbum de Caricaturas”, posteriormente rebatizado “O Gato”, perpassam caricaturas magistrais de sua trajetória, como na

<sup>359</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1145-1146

<sup>360</sup> **Idem.**, p. 1148

<sup>361</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 6 / 7 / 1947. p. 3

<sup>362</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 13 / 7 / 1949, p. 3

charge que satiriza o presidente Marechal Hermes da Fonseca (fig. 95), que traz a seguinte legenda, nessa ordem:

SUA EX.

Sua Ex.  
Imperador da República

Sua Ex.  
Proprietário do Congresso,  
Supremo Tribunal e Conselho  
Municipal

Sua Ex.  
Trunfo (espada) no Exército  
e na Marinha

Sua Ex.  
Senhor da LEI

Sua Ex.  
Dono do Brasil

Sua Ex.

E na roupa do Marechal Hermes, vê-se uma lapela com o nome “Pinheiro Machado – Senador”, figura que também era o alvo principal da revista junto com o próprio Presidente Marechal.

Outra charge ferina de Seth é “-Ave Cesar, Morituri Te Salutant”, publicada em 8 de novembro de 1911, a propósito das próximas eleições em Pernambuco, no qual aparecem os respectivos candidatos que se iam digladiar para a conquista do governo do Estado, Rosa e Silva e Dantas Barreto, fazendo um gesto de reverência ao Marechal Hermes. (fig.96). Chama também atenção, ainda, para assinalar a mestria de Seth no campo da charge, a sátira política onde a cigana lê o futuro, publicada n’O Gato, de 6 de janeiro de 1912. A República brasileira, estilizada como mulher, muito apreensiva, consulta Ruy Barbosa, fantasiado de cartomante: “- Então, cigana, qual é o meu futuro?” A cigana responde: “- Pela carta que tenho na mão... é espada !”. (fig. 11) Para Herman Lima:

“Recordando-se que essa caricatura precedia de vários meses a série de intervenções militares nos Estados do Norte, não há como deixar de reconhecer nessa categoria de artistas aquele miraculoso dom de profecia assinalado em tantas oportunidades na obra de outros mestres, do gênero.” p. 1336 (...) “Nem sempre, no entanto, as composições de Seth se revestem desse teor galhofeiro, embora sarcástico. Ao contrário, freqüentemente ressalta de suas charges aquele sentido que os americanos chamam de ‘apocalíptico’, pelo significado de advertência

de que se revestem, dando muita vez pelo mesmo frisson das profecias do solitário da ilha de Patmos.”<sup>363</sup>

Ainda n’O Gato, a propósito do bombardeio da Bahia, para a posse de J. J. Seabra, o caricaturista nos mostra em “As Eleições Modernas”, o famoso político mostrando a Zé-Povo a miniatura dum canhão do forte de S. Marcelo: “Zé-Mas... que é isto? ”Seabra- Oh? tolo? É uma urna eleitoral!” Herman Lima ressalta ainda: “É assim, por exemplo, que ele nos apresenta uma caricatura, esplêndidamente realizada, mostrando a riqueza de recursos plásticos de que podia utilizar-se como arma política, por essa fase de sua carreira de tão belas promessas artísticas: “Desordem e Regresso”.”<sup>364</sup> Complementa:

“Aí vemos os principais figurões políticos da hora, Pinheiro, Seabra, Frontin, Belisário Távora, Quintino Bocaiúva e Ruy Barbosa, como antropófagos, carregando a República brasileira aos pedaços, enquanto o Marechal Hermes, à frente do bando, leva-lhe a cabeça sangrenta espetada num chuço. Há nesses índios, de que tão freqüentemente se serviram sempre os nossos caricaturistas do passado, mas raramente com tanto vigor, como nessa charge, um signo de tão sinistra ferocidade, um pathos de tão calculada selvageria, no grotesco dos grandes corpos seminus, de barrigas prósperas ou peitos chupados para dentro, costelas à mostra ou enxúndias transbordantes, um sentido de tão trágica estigmatização, que transcende do grotesco da cena, impregnando-a duma aura de sinistro e genuíno canibalismo”.<sup>365</sup>

Outra charge marcante é “O João Paulino – Não Cai!”, publicada em outubro de 1911, em que Seth mostra Rosa e Silva e J.J.Seabra experimentando o jogo de Pinheiro Machado. (fig. 97). Sobre a irreverência e o chiste caústico sobre os fatos nacionais, contidos nas charges de O Gato, Seth teria uma outra ótica anos mais tarde:

“Da crueldade e da irreverência das críticas do ‘O Gato’, contra a política, a sociedade e a religião, ainda agora, de minha parte, me penitencio. Por um lado, todas essas passadas expansões de nossos temperamentos, cultura e ardor devem ser levadas a conta de irreflexões da mocidade, que não costuma medir os seus passos, mas que, por isso mesmo, é a grande agitadora das reformas humanas.

<sup>363</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1334

<sup>364</sup> **Idem.**, p. 1334

<sup>365</sup> **Ibid.**, p. 1334

Por outro lado, vivíamos numa época crítica de clara corrupção, sobretudo política, provocando as reações extremas que então eram costume na imprensa e que se refletiam livremente no juízo do povo.

Chegamos a ser ferozes na maldade de nossas críticas, não exitando em avançar certos conceitos impróprios e irrefletidos, – contando que não perdêssemos a ocasião para um bom desenho de espírito ou uma blague irreverente. Nessa época de plena licença de críticas a personagens em evidência: em que as paixões políticas pipocavam a cada instante; em que os jornais não tinham papas na língua e em que na imprensa humorística ilustrada ainda nos ressentíamos das tradições de Angelo Agostini, na Revista Ilustrada – as nossas vítimas preferidas foram o senador Pinheiro Machado e o Marechal Hermes, como fora Ruy Barbosa, pelo ‘O Malho’, durante a campanha civilista, um ano antes.

Houve naquela ocasião, como mais tarde na presidência Bernardes, um evidente excesso de linguagem e de crítica, nem sempre justa. É verdade que a corrupção política, as escancaradas, autorizava muitas vezes juízos severíssimos; mas a incontinência da linguagem jornalística e a liberdade absoluta dos conceitos populares ultrapassavam, por vezes, os limites da decência e da justa crítica, dando uma triste idéia de nossa cultura. E eu, como obscuro caricaturista, fiz também parte – modesta é verdade – da fila dos que assim procediam. Na minha consciência alicerçada, desde os meus primeiros anos de mocinho, nos princípios da liberdade humana, jamais aceitaria e aceito, qualquer restrição tirânica a liberdade do homem exprimir seus pensamentos dentro do direito e da justiça. Mas confessemos que uma coisa é agir dentro desse direito; outra é abusar dele. Os maiores erros dos homens derivam quase sempre da falta deste senso da justa medida.”<sup>366</sup>

No entanto, apesar do próprio senso crítico do artista, as charges criadas em O Gato por Vasco Lima - que assinava Hugo Leal - e Seth, ficaram para a história da caricatura, pela carga crítica, inventividade e beleza do traço, como uma das contribuições mais interessantes na caricatura brasileira. No particular, é importante destacar ainda que, nos demais trabalhos, de mais forte expressão caricatural propriamente dita, “Vasco se distinguia notavelmente de Seth, cujo traço esguio e anguloso, no recorte de figuras descarnadas, longilíneas como as de eternos D. Quixotes (de que Lauro Müller era o tipo por excelência), era o oposto justamente de Vasco Lima, cheio e gordo. Contrastavam ambos, assim, para maior

<sup>366</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**. Edição de 13 / 7 / 1949, p. 3

encanto do grande número de leitores” – assinala Herman Lima.<sup>367</sup> Assim, constata-se dezenas de reproduções dessas obras em enciclopédias e livros, e na própria “História da Caricatura no Brasil”, do mesmo Herman Lima, autor que deu bastante destaque e reconheceu o legado dos dois artistas.

Para Seth, o sucesso de *O Gato*, em sua época, limitava-se a uma elite intelectual e a um número de leitores mais restrito do que outras revistas de caricaturas mais populares, como *O Malho* e *a Careta*, por exemplo. Para essa limitação também contribuiu o estilo do artista, segundo ele próprio:

“A resistência que a tenacidade e o tino de negócios de Vasco Lima opôs as dificuldades que foram surgindo para a vida da revista foi grande. Apesar de seu espírito combativo e livre, e da felicidade com que muitas vezes abordávamos certos assuntos, o sucesso que o ‘*O Gato*’ alcançava reduzia-se a uma certa elite intelectual e a um número coeso de leitores. Nunca atingiu a grande massa popular. Nem mesmo depois de sofrer, certa vez, a apreensão da polícia, de que era então chefe o Dr. Belizário Távora, cujos sentimentos católicos eram constantemente beliscados por nós. A apreensão, diga-se ainda, que mereceu viva repulsa da imprensa.

Mas ‘*O Gato*’, como todo doente crônico – sempre cheio de esperanças no último remédio, e a exemplo de tantas publicações que nunca chegaram a alcançar o favor do grande público – continuou a andar de muletas, apesar de tentar várias transformações.

‘*O Gato*’, porém, desde o ‘*Álbum de Caricaturas*’ foi uma válvula de escape de espíritos livres e revoltados. Por isso sempre que procurava adaptar-se a situações burguesas e comuns, sentia-se deslocado. Era como aquele cão da fábula de La Fontaine, roendo o osso e magro, -- mas livre – não podendo conformar-se com a vida do outro, – de pêlo macio, gordo e bem tratado – mas preso a uma corrente. Por esse tempo eu andava vermelhamente contaminado da influência contundente dos versos de Guerra Junqueiro, e do iconoclastismo de Fialho de Almeida e de Eça de Queirós. As minhas charges eram sempre sombrias e amargas, eivadas do fel de uma revolta moça contra a sociedade aos costumes. Desta forma, a revista não podia contar com o apoio financeiro da grande massa, única que a podia sustentar, mas sempre versátil, e sobretudo quando a sociedade caminhava já para um certo comodismo burguês.”<sup>368</sup>

<sup>367</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1152

<sup>368</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 13 / 7 / 1949, p. 3

O Gato, entretanto, antes de extinguir a sua publicação no nº 101, de 13 de setembro de 1913, também teve outros colaboradores. Logo que entrou em sua esperançosa fase semanal, ainda em litografia, não apenas Vasco Lima e Seth faziam a revista. Alguns poucos talentos de escol a ela prestaram o seu concurso. O erudito Santos Maia, sempre nervoso, escrevendo a tolice alheia, algumas vezes muito interessante. Bastos Tigre (Dom Xicote) e Domingos Mangarinos (S. Pança) escreveram a sessão Algatimanhas, durante certo tempo. Alguns artistas adventícios também aí colaboraram, inclusive F. Loureiro, jovem espanhol, que não se demorou muito entre nós e rumou para Buenos Aires. O caricaturista Fritz, germânico só de nome, mas brasileiro de nascimento e coração, também chegou a colaborar.

Contavam os dois artistas principais, Seth e Vasco Lima, respectivamente, 20 e 28 anos de idade, quando criaram a revista, que foi um marco gráfico-cultural no campo editorial brasileiro.

“O Gato” não havia ainda desaparecido, quando, em 1912, Vasco Lima e Seth começavam a colaborar n’A Noite, jornal que contava apenas com pouco mais de um ano de existência. No “O Gato” eles faziam a propaganda d’A Noite, e esta pagava na mesma moeda, reproduzindo ou fazendo referência a caricatura da revista. Muitas foram as charges de grande sucesso que durante muito tempo aí fizeram, publicadas em ambos os periódicos, chegando algumas pela excessiva agressividade a merecer protestos graves.

#### 4.5 - SETH EM “A NOITE” E OUTRAS REVISTAS

Por essa época – 1912-1913 – já então sua chancela de artista ia se firmando, sobretudo devido ao sucesso de “O Gato”, e a republicação de seus trabalhos no jornal “A Noite”. Seth já era mais relacionado nos círculos jornalísticos e, com grande satisfação de sua parte, mais procurado por editores e diretores de publicações ilustradas, não só para colaborar com caricaturas, como também para fazer ilustrações para revistas e livros. Datam desta época os seus primeiros desenhos de ilustrador. O seu início nesse gênero foi tentando fazer composições a moda das ilustrações populares dos suplementos ilustrados dos grandes jornais europeus.

Extinto O Gato em 1913, Seth passou a colaborar então n'A Noite - fazendo parte do seu quadro de desenhistas logo no ano seguinte - e posteriormente em outras revistas, como Fon-Fon!, Selecta e no D. Quixote. Na “A Noite”, jornal em que o caricaturista seria colaborador por toda vida, publicaria charges políticas, de costumes e esportivas. Em “Fon-Fon!”, de 1917 a 1921, criaria caricaturas políticas na capa, aquareladas, num estilo mais sintético, sem as preocupações de bico-de-pena laborioso e detalhista.

No ano de 1913, desenhou para “Atlântico”, magazine mensal aparecido na segunda semana de janeiro, aí havendo no primeiro número ilustrado um conto de Júlia Lopes de Almeida, executando ainda outros trabalhos. Também nesse ano compôs páginas de charges em “A Caricatura”, diário vespertino fundado pelo seu antigo colega Renato de Castro, e que começou a circular em meados de março.

Ainda em 1913, começava a trabalhar em “Figuras e Figurões”, de Amaro do Amaral, revista também ilustrada por K.Lixto, Vasco Lima, Fritz e pelo próprio Amaro. Seth apresentou uma página inteira, a cor, no quinto número da revista e executou a capa do sétimo número, de 7 de agosto daquele ano. Fez parte do corpo de ilustradores da Revista Nacional, de Álvaro Guanabara e Américo Facó, em 1919.

Com a proclamação da república portuguesa, Yantok, Seth e Vasco Lima lançaram uma revista efêmera, tremendamente satírica, intitulada “A Pátria Portuguesa”. Em “A Noite”, diz Seth, “trabalhava-se como em família, e aquele

formigamento constante, aquele entra e sai da redação de um jornal popular como ‘A Noite’ alegrava a gente, nos punha em contato direto com o povo carioca, em todos os setores de sua atividade.”<sup>369</sup> Ele complementa:

“Revejo cristalinamente todo esse cenário. Irineu Marinho era uma figura amável, querida pela simplicidade e acatada por todos nós. Jornalista de visão e argúcia, trabalhava nesse tempo quase em comum com a rapaziada, num gabinete modesto, contínuo a sala da redação, onde entrava quem queria. Grandes pagamentos eram feitos em dinheiro metálico, e lembro-me bem de que, para receber semanalmente o meu salário, eu costumava levar uma pequena bolsa de mão...”<sup>370</sup>

Um fato curioso a ser comentado, nesses tempos de 1914, foi a agitação política que levou o governo Hermes a declarar um segundo e prolongado estado de sítio, e que teve consequência na vida de alguns caricaturistas. Amaro do Amaral foi preso, J.Carlos refugiou-se em São Paulo, e logo que o estado de sítio se verificou, Seth julgou-se ameaçado e sujeito a ir parar na detenção, que era então conhecida como a pensão do Meira Lima. O momento era, porém, angustioso para o artista, ainda mais pela míngua de recursos financeiros, pois o pouco que ganhava mal chegava para o sustento de sua família. Dois bons amigos, porém, os caricaturistas Leônidas Freire e Ariosto Ducan, solidariamente, espontaneamente, forneceram-lhe alguns recursos, e numa bela madrugada, preparou-se para ir à cidade de Campos, sua velha conhecida. Seth não foi propriamente para Campos, mas para Santa Cruz, e no dia seguinte rumou para Macaé, e quando tudo já se achava mais sereno regressou ao Rio. O estado de sítio e suas conseqüências desorganizaram a vida da “A Noite”. O jornal fora suspenso e Marinho asilara-se na embaixada da Argentina. Essa foi a situação que Seth encontrou ao regressar de Macaé. Dentro da própria normalidade política, as coisas foram-se, porém, pouco a pouco, acomodando-se.<sup>371</sup>

Até então, Seth vinha sendo um colaborador constante dessa folha, fazendo quase que diariamente as caricaturas do dia, e aos sábados, um resumo semanal dos acontecimentos. Além disso era quase sempre solicitado para ilustração de textos e anúncios. Nesse mesmo ano de 1914, Marinho resolveu,

<sup>369</sup> *Ibid.*, p. 3

<sup>370</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. *Gazeta de Notícias*, Edição de 20 / 7 / 1949, p. 3

<sup>371</sup> *Ibid.*, p. 3

porém, efetivá-lo no cargo de desenhista oficial da “A Noite”; e nesse ano, que foi o de sua efetividade naquele jornal, e o do início da 1ª grande guerra – foi também o de seu casamento.

Esses primeiros dias da primeira grande guerra, foram de acalorada atividade na “A Noite”, como bem lembrava o artista. Ainda não se dispunha de tantos recursos de publicidade, como hoje, e as operações de guerra eram assinaladas nos mapas e nas ilustrações que se faziam segundo o critério e a fantasias de leigos, mas que o público na sua sede de ter novidades, se deleitava. Como desenhista, Seth procurava mostrar todas as suas habilidades, fazendo mapas e gráficos ilustrados com figuras de soldados. Oliveira Viana, também funcionário da Agência Avas, era o redator e técnico das operações militares, e Gilberto Flores fora encarregado de organizar um mostruário móvel onde se exibiam diariamente as notícias da guerra. Tudo se fazia para manter no público o fogo sagrado pelo sensacionalismo da luta, não só pela atividade e iniciativa daqueles coesos companheiros, como pela abundância do serviço telegráfico, o qual foi, por sinal, exibido certa vez ao público, em longas tiras de telegramas pregados uns aos outros, e que se estendiam desde a janela do terceiro andar, até a calçada do prédio, no Largo da Carioca.

A propósito da vinda do Rei Alberto 1º da Bélgica, que aqui se achava por ocasião das festas do 1º Centenário de nossa Independência, em 1922, é importante referir a certa caricatura que fez para A Noite, e que muito sucesso alcançou. Antes da vinda do soberano, a administração pública (no governo Epitácio Pessoa), não poupava esforços para preparar um ambiente digno para receber aquele personalidade. Daí surgir então a frase que se tornou popular, lançada pela “A Noite” – “para o rei Alberto ver”, – aplicada a todos os melhoramentos que se faziam na cidade. Seth fez, por isso, uma charge, onde se viam dois rudes trabalhadores municipais e um perguntava ao outro: “Quem é, agora, o novo prefeito?”, no que o segundo respondia: “Homem, creio que é um tal Rei Alberto, porque tudo que se faz agora é para o Rei Alberto ver...”

Embora desenhista da “A Noite”, Seth, como ressaltamos, não deixou de colaborar em revistas e outras publicações periódicas. Durante muito tempo, entre os anos de 1917 a 1921, compareceu semanalmente as páginas de Fon-Fon!, fazendo capas, desenhos avulsos e mantendo sessões de crítica semanal ou de assuntos variados, desenvolvidos em vários quadros, a maneira de Henriot da

Ilustração Francesa. Já era então muito procurado para fazer ilustração de livros, desenhos comerciais e ilustrações para anúncios, que lhe auxiliavam bastante em sua manutenção econômica. Em 1918, publicou em “A Noite” e depois em Fon-Fon!, em página especial, o seu primeiro quadro a bico de pena, na mais completa expressão desse gênero de desenho, segundo ele próprio. Era uma concepção sobre as atrocidades germânicas nos países conquistados. Num ângulo perspectivo de difícil execução, reproduz uma cena de circo romano, onde se vê o Kaiser e o seu estado maior num camarote, e muitos de seus generais com caras de leões, a devorar, na arena, as suas vítimas – os povos dominados. Disse o artista anos mais tarde:

“Talvez pelo meu estilo de traço fechado sempre senti particular atração para as composições complexas e de paciência, onde houvesse o jogo de muitas figuras, e de modo que pudesse criar efeitos de claro escuro. Já falei de uma composição que fiz a bico-de-pena, com traço exageradamente finos e quase imperceptíveis durante a primeira guerra mundial, representando um circo romano, onde o Kaiser Guilherme II representava Nero e os leões devoradores tinham a cabeça de generais alemães. Guardo este original em meu arquivo como um dos meus trabalhos de maior paciência. Desde que o fiz nunca mais deixei-o adestrar-me em desenhos dessa natureza, e sempre que posso entrego-me com prazer a essas composições em bico-de-pena, gênero que fixou a minha personalidade artística. Foi a produção de maior paciência e delicadeza de traços que até hoje fiz, e por isso o guardo como recordação dessa época de grande disciplina de trabalho.”<sup>372</sup>

A revista Fon-Fon!, de 14 de setembro de 1918, assim anunciou a publicação desse trabalho (fig. 98):

#### “NERO CONTEMPORÂNEO

Adaptação da cena culminante do ‘quo vadis’, em que as virgens são devoradas pelos leões no coliseu romano. No trabalho acima reproduzido, cuja autoria é do nosso companheiro Seth, Nero é representado pelo Kaiser, sendo os demais personagens, representados pelos estadistas e generais alemães, cujos nomes tem maior destaque na guerra atual. Os leões tem as feições dos comandantes dos exércitos alemães e as virgens cristãs representam as províncias invadidas na França e da Itália, a Bélgica, a Polônia, a Rumania, a Servia e o Montenegro, conforme o diagrama à esquerda.

<sup>372</sup> *Ibid.*, p. 3

Deste trabalho que, pela sua feliz concepção e fina execução, está destinado a um grande sucesso, foi tirada uma pequena edição a cores, em formato grande (60 x 40) impressa em papel-cartão, cujos exemplares se encontram no escritório desta Empresa, custando cada um dois mil réis. Os nossos Agentes terão a redução de 25%.<sup>373</sup>

As figuras representadas eram então assim descritas e identificadas por número, e a ilustração trazia um mapa numérico desenhado para identificar cada figura:

1 – O Kaiser	11 – Von Sturm	21 – Von Below
2 – Von Hirdenburg	12 – Von der Goltz	22 – Italia
3 – Von Lucerdorff	13 – Von Jagow	23 – Rumania
4 – Betkmann Holveg	14 – Von Hintze	24 – Von Mackensen
5 – Von Bulow	15 – França	25 – Von Mackensen
6 – Von Tirpitz	16 – O Kromprinz	26 – Servia
7 – Von Henling	17 – Von Bissing	27 – Von Eichborn
8 – Von Capelli	18- Bélgica	28 – Ukrania
9 – Von Helfferich	19 – Von Bessier	29 – Boehm Ermoli
10 – Von Kuhlmann	20 – Polonia	30 – Montenegro

Em numerosas capas da revista Fon-Fon!, de 1919 a 1921, Seth criou algumas charges aquareladas, nas quais a verve do caricaturista d'O Gato se sobrepõe novamente, num traço mais simplificado, como a que nos mostra Rodrigues Alves, roncando ao pé dum despertador, depois das eleições para a Presidência da República : "A apostar que Sua Excelência ainda não sabe que foi eleito", ou ainda, a capa de Fon-Fon nº 23, de 4 de junho de 1921, "O Mal Universal" (fig. 99), onde vemos o planeta Terra, antropomorfizado, a exclamar: "Santo Deus ! Há 7 anos ando assim, doente, e não sei quando entrarei no eixo", e sobre a mesa os remédios - pomada anti-germânica, anti-bolshevis... .

Outra composição muito expressiva desse tempo, intitulada "Calor - Agora vale a pena ser mulher", deu margem mesmo, segundo Herman Lima, a um protesto: Seth pintara um grande sol rutilante espiando gulosamente uma bela jovem de vestido curto e transparente que o clarão do astro naturalmente atravessa, delineando-lhe de leve a linha do corpo. Pois foi o que bastou para um protesto da Associação Cristã de Moços, em carta comunicando à revista que sempre tinha um número da mesma à disposição dos moços, mas "acontece que o n.º 9 de hoje datado tem estampado na capa uma figura de moça em traje pouco

<sup>373</sup> **Fon-Fon!**, 14 de setembro de 1918.

decoroso e por isso não consentimos fosse o mesmo colocado em nosso gabinete de leitura".<sup>374</sup> Fon-Fon! se desculpa, atribuindo o desenho a um "desses cochilos naturais em empresas vultosas, mas que nos esforçaremos para não ver reproduzidos".<sup>375</sup>

Em *Selecta*, revista lançada em junho de 1915, Seth destacaria-se em *portrait-charges* - categoria de caricatura de retratos de pessoas - ilustrando em páginas interiores, havendo fixado em linhas caricaturais as máscaras dos congressistas e outros titulares políticos, assim como, apresentando em quadrinhos espirituosos flagrantes da vida carioca. Essa colaboração iria até 1921, fazendo caricaturas de personalidades como Rodrigues Alves (fig. 100), Emílio de Menezes (fig. 101), João do Rio (fig. 102-A), Irineu Marinho (fig. 102-B), e que vinham acompanhados de versinhos de um autor que assinava com o pseudônimo de Puck. Os versinhos eram os seguintes:

Sobre Rodrigues Alves:

“PANTHEON  
 “O meu lugar é aqui!”  
 R. A.  
 A este, ninguém o excede  
 Na ciência de governar:  
 Nunca sai de onde senta!  
 É um grande estadista: mede  
 Talvez um metro e quarenta,  
 Contando ao nível do nível do mar! (Puck)”<sup>376</sup>

Sobre Emílio de Menezes:

“PANTHEON  
  
 Não, Emílio de Menezes!  
 Não, Mestre! Não direi nada,  
 Que o tentei trezentas vezes,  
 E vi a Musa calada.  
  
 Contigo é sábio este aviso  
 De que não guardo segredo:  
 – Falar bem não é preciso...  
 – De falar mal... tenho medo.  
 Puck”<sup>377</sup>

<sup>374</sup> LIMA, Herman. *História da Caricatura no Brasil*. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1343

<sup>375</sup> *Idem.*, p. 1343

<sup>376</sup> *SELECTA*, n° 8, 24 de fevereiro de 1917.

<sup>377</sup> *SELECTA*, n° 7, 17 de fevereiro de 1917.

Nos versos sobre João do Rio, destacava a ironia do escritor:

“PANTHEON

E's, João do Rio, o orgulho dos rapazes!  
E's o assombro das moças! E's o espanto  
Dos velhos e das velhas! – Disto fazes,  
Fino ironista, o teu melhor encanto:

Sorris, olhas e passas! E inda o encanto,  
Que essa ironia põe nas tuas frases,  
Será por muito o delicioso espanto  
Das meninas e o orgulho dos rapazes...

Puck”<sup>378</sup>

Há também um verso elogioso a Irineu Marinho:

“PANTHEON

Cale-se a Musa do riso,  
Ou ao riso não se afoite,  
Que de tanto não preciso;  
E apenas peça licença  
Para saudar, num sorriso,  
Ao homem que fez d'*A Noite*  
O novo dia da Imprensa...

Puck”<sup>379</sup>

Em outra publicação importante, que reuniu a nata do humor gráfico brasileiro, *D. Quixote* (segunda fase, de 1917-1927), Seth foi redator artístico, e aí criou em 1920 o personagem João Pestana, do qual, mais tarde, fez um semanário infantil interessantíssimo. “João Pestana”, semanário infantil, durou de 1922 a 1923, com 44 números, trazendo textos e ilustrações de sua autoria e outros. João Pestana, era, pois, um tipo que divertia instruindo, o “sou útil ainda brincando”, como disse certa vez Raul. Sobre essa série, diz o autor:

“Em ‘João Pestanha’ eu imaginei o tipo de um velho que dormia muito e sonhava ainda mais. Para dar a faminta imaginação das crianças o necessário alimento – a fantasia – fui buscar na realidade comum dos sonhos, todo um mundo inexaurível de milagres. (...)”

<sup>378</sup> *SELECTA*, n° 14, 7 de abril de 1917.

<sup>379</sup> *SELECTA*, n° 11, 11 de março de 1917.

Além da ‘Viagem à Lua’, com que iniciei a série, muitas outras fiz para ‘D. Quixote’, recorrendo antes para cada uma, a estudos especiais, como por exemplo ‘No Reino das Abelhas’, para a qual consultei, de princípio a fim, a ‘Vida Psíquica do Animais’, de Luiz Buchner.<sup>380</sup>

Na revista D. Quixote, vemos o artista dando vasão novamente ao estilo do chargista, como na charge sobre o futebol, em 2 de julho de 1919, digna de nota, em que também utilizava o Jeca Tatu, num dos seus conceitos magistrais, junto a Ruy Barbosa, muito triste. Jeca Tatu lhe diz : " - A política tá passando de moda, conséiero. Eu preferia agora vé vossimecé num campo de football... ". (fig. 103)

Outra charge de Seth sobre o futebol é “Transporte Religioso”, publicada em 1919, que apresenta um campeão da bola, orgulhosamente recostado à grade da cancha e um fanático, de joelhos, diante dele, olhando-lhe em êxtase as imensas patas: " - Pezinhos de ouro!".

Sua colaboração assim reveste-se de um sabor especial, pois a revista D.Quixote, de Bastos Tigre, achava-se então no seu apogeu, mercê do grupo brilhantíssimo de seus redatores artísticos e literários, como J.Carlos, Julião Machado, K.Lixto, Raul, Yantok, Romano, Voltolino, Jefferson, e o próprio Seth, de um lado; Humberto de Campos, Emílio de Menezes, Antônio Torres, José do Patrocínio Filho, o próprio D. Xiquote, do outro lado, constituindo assim a mais brilhante equipe de homens do lápis e da pena, já reunida a um só tempo em qualquer publicação brasileira.

Outras charges despontam, evidenciando bem que o artista estava sobretudo antenado em questões internacionais. “Reforma Social”, em que vemos o “Proletariado Russo-Hungáro” suplicar uma esmola ao novo patrão; “Wilson e a Paz – Em que dão as tentativas de propor a paz entre os homens...”, mostrando o Presidente Wilson cruficado numa cruz chamada “14 princípios”(fig.104); Ignarococcus (Bacilo da ignorância), com a legenda – “É o micróbio que mais se aproxima do homem” (fig. 105), são desenhos que mostram a preocupação do artista com o tema da paz, da liberdade, e da inteligência (ou falta dela), como também já tinha evidenciado nas charges sobre o Kaiser em 1914/15, na “A Noite”, em 1917/18, em “Fon-Fon!”, críticas ao belicismo, tema de caricaturas

<sup>380</sup> MARINS, Álvaro (Seth). Nas Asas da Memória. Viagem de um Artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**: Rio de Janeiro, edição de 24 / 8 / 1947. p. 3

publicadas na imprensa. O tema da liberdade também fica patente na obra publicada na revista “A Voz do Trabalhador”, onde vemos a figura de um mestiço liberto das algemas, mostrando que o artista já em 1913 tinha preocupações com a temática da liberdade/igualdade na sociedade brasileira, questão que perpassa todo o nosso trabalho (no que tange a igualdade racial).

A colaboração de Seth na imprensa carioca é farta, e em junho de 1927 lançou a revista “Cartaz” (fig. 106), semanário humorístico secretariado por Terra de Senna. Seth recorda:

“O antigo micróbio da vida de imprensa da qual eu me havia afastado um pouco voltou-me a penetrar o espírito. Assim passava um tempo de minhas francas atividades publicitárias, decidi lançar um periódico de caricatura, folha leve e barata, onde pudesse expandir-me como artista de imprensa e ao mesmo tempo que servi-se de órgão e serviço do próprio atelier para a propaganda de ganho de numerosos fregueses. A idéia era boa e nossa tentativa teve a idéia valiosa de Lauro Nunes, figura bastante conhecida do nosso público sob pseudônimo de Terra de Senna, humorista fino e brilhante que já vinha das lides de D. Quixote. Assim, depois de preencher todos os requisitos da lei de imprensa, lançamos o pequeno semanário a que demos o título de O Cartaz”.<sup>381</sup>

Nos anos 1940, Seth executou capas para a revista “Vitrine”, na sua primeira fase, e colaborou nesse momento em Ilustração Brasileira, em Vamos Ler e outras diversas revistas e jornais do Rio. Registrando-se, além disso, sua colaboração na imprensa de São Paulo, mais efêmera, porém também significativa.

Sobre o aspecto da linguagem das charges, é importante ressaltar a observação feita por Alvarus (Álvaro Cotrim), de que a charge no início da República Velha, nos idos de 1900-1910, principalmente n’O Malho, seguindo a linhagem da caricatura das revistas e jornais satíricos do século XIX, ainda caracterizava-se por imensas legendas e texto abaixo do desenho, a suprir e complementar a comunicação da imagem. As primeiras caricaturas de Seth no “O Malho” também mostravam essa característica, que o artista rapidamente

---

<sup>381</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 7 / 9 /1947. p. 3

abandonou, modernizando sua mensagem. No dizer de Luiz Guilherme Sodré Teixeira:

“Durante a República Velha o texto continua sendo a principal referência para a imagem da charge como parte e suporte de sua linguagem, embora ela explore agora novas possibilidades de expressão em busca de autonomia para seu traço. Durante esse período, ainda é através do texto que ela explicita seu conteúdo, minimizando e subordinando as potencialidades de comunicação de seu traço. Esse texto, contudo, sofre uma mudança em sua estrutura interna tornando-se curto e ‘rápido’, na medida certa para acompanhar o desfecho de piadas que se resolvem num só quadro. Sendo uma sociedade menos cartesiana que a monárquica e dona de um imaginário já mais rico que o dela, é natural que na República a palavra perca terreno para discursos que priorizam imagens como linguagens em si mesmas, e prescindam de suportes externos a si própria.”<sup>382</sup>

Essa modernização de linguagem, referida, já o artista apresentaria em “O Gato”, logo no período 1912-1913 – uma rápida evolução, portanto -, passando a criar legendas sintéticas, críticas, combativas, autorais, em contrapartida a sua colaboração inicial em “O Malho”, que, por sinal, como ele mesmo sublinhara, era criadas sem uma autonomia criadora, quando mesmo, as vezes, as legendas eram complementadas pelo editor chefe da revista. Essa síntese pode ser observada doravante em toda a produção de Seth, como na colaboração na revista D. Quixote, e vai da crítica ao risível. Luiz Guilherme Sodré observa então que as charges, nesse período, tem agora como função divertir, e passam a ser impressas preferencialmente nas capas de revistas como Fon-Fon!, Careta, A Avenida e O Malho, geralmente com temas aleatórios, a piada de costumes ou a leve crítica política (diferente da tradição da charge no Império, que era mais combativa).

De par com essa intensa colaboração nas principais revistas ilustradas da ocasião, Seth também conviveria e teria a amizade dos caricaturistas e literatos do Rio de Janeiro, como Storni, Raul Pederneiras, K.Lixto, Romano, Terra de Senna, J.Carlos, Vasco Lima, Seelinger, Ariosto, Max Yantok e Luís Edmundo.

---

<sup>382</sup> TEIXEIRA, Luiz Guilherme Sodré. **O Traço como Texto: a história da charge no Rio de Janeiro de 1860 a 1930**. Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa – MinC, 2001. p. 47

Outro desenhista que conheceu, um dos mais nobres artistas de sua geração, o paulista Belmonte, lhe foi apresentado certa vez na redação d'A Noite, por Basílio Viana, nos idos de 1922. Seth recorda com entusiasmo a figura de Belmonte:

“Magríssimo, como sempre, traria um longo fraque que lhe caía até as canelas. Paulista reservado e pouco expansivo, ali estava, entretanto, um dos mais admiráveis artistas e um dos mais caracteres que tenho conhecido. Começava a sua vida jornalista por aquele tempo, e os seus desenhos, estruturados numa linha elegantíssima e exprimindo idéias elegantíssimas e originais e de um humorismo fino, demonstraram já o superior estofado do artista e do homem de letras. Sim, porque Belmonte não era apenas o esteta que procurava elevar a sua arte ao mais rigoroso apuro. Era também o brilhante cronista de jornal, o crítico arguto e cintilante, e tornou-se depois um grande pesquisador historiógrafo das tradições de São Paulo.”<sup>383</sup>

Outrossim, é histórica a foto, publicada na “História da Caricatura no Brasil”, de Herman Lima, onde se vê um “Grupo de Caricaturistas”, reunidos em casa do acadêmico Luís Edmundo, pelo natal de 1943. Seth lembrava desse episódio com viva recordação: “Ainda há pouco tempo, no natal de 1943, fiquei honrado com o convite de Luís Edmundo para por parte a uma reunião de caricaturistas da imprensa carioca”.<sup>384</sup> Estiveram presentes a essa histórica reunião o mais significativo grupo de caricaturistas já reunidos na história do Brasil em uma só foto: Max Yantok, Raul Pederneiras, jornalista Brício de Abreu, Calixto Cordeiro, Leônidas Freire, Ricardo Casanova, J.Carlos, Ruben Gill, Hélios Seelinger, Luís Edmundo, Seth e Vasco Lima.

<sup>383</sup> SETH. *Nas Asas da Memória. Viagem de um Artista em torno de si mesmo*. Gazeta de Notícias, ed. de 17 / 8 / 1947. p. 3

<sup>384</sup> *Idem.*, p. 3

#### 4.6 - A FORTUNA CRÍTICA

Excetuando-se, portanto, as charges para “Fon-Fon!” e o “O Gato - Álbum de Caricaturas”, em que o predomínio do desenho a leves traços seria uma marca e um hiato do artista em sua produção, Seth adquiria um estilo cada vez mais detalhista e robusto, do qual Herman Lima tecia algumas críticas, considerando que suas composições iniciais “tinham uma beleza de meios-tons em que linhas, volumes e valores se fundem, em verdadeira sinfonia plástica”, e que o desenvolvimento de seu estilo iria de então por diante tolher por completo “aquela impetuosa agilidade, aquele nervoso recorte em que se firmara, com o correr do tempo, uma arte verdadeiramente original nas páginas de ‘O Gato’ ”.<sup>385</sup> Nas suas palavras:

“Manejando de preferência o desenho de contorno, duma leveza que ia muitas vezes a um simples arabesco, a caricatura de Seth se caracteriza então por uma grande originalidade entre nós (...) Lamentavelmente, esse período marca também o ponto de transição para uma fase que, no entender do artista, se apresentava como das mais fecundas, quando, em realidade, representava apenas um verdadeiro retrocesso na sua linha ascensional.”<sup>386</sup>

Para Herman Lima, Seth fatalmente haveria de sofrer de então por diante um jugo inibidor de suas melhores qualidades de criação, iniciando-se “assim o fim do caricaturista, para entrar em cena o desenhista elaborado que uma adaptação impossível da maneira personalíssima de Doré haveria de tolher ainda mais a criação artística”, exemplificando por exemplo obras publicadas nos álbuns “Exposição” e o “O Brasil pela Imagem”, a despeito de considerar esse documentário uma obra de mérito não só histórico, mas também artístico. Acrescentando:

“O mesmo não se observa, infelizmente, no álbum anterior - Exposição -, no qual alternam desenhos humorísticos e alegorias, aqueles na maior parte ainda altamente apreciáveis, alguns mesmo excelentes no seu gênero estas últimas, no entanto, sem maior valor

<sup>385</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. RJ: Liv. José Olympio Ed., 1963. p. 1338

<sup>386</sup> **Idem.**, p. 1338

artístico, tanto a incongruência do influxo do ilustrador da Divina Comédia e do D. Quixote prejudica a espontaneidade e a graça natural inatas no antigo fustigador dos nossos políticos. Mau desenho, muitas vezes, em duro tratamento de linhas que procuram imitar, na sua crueza, a estrutura específica da xilografia, há algumas dessas composições francamente lamentáveis como Dinheiro, Visão Sinistra, A Escalada do Amor e outras mais. Outro tanto, todavia, não se pode dizer da série de flagrantes cômicos de que se compõe a segunda parte do álbum, embora esses inteiramente trabalhados à maneira de Gibson. Quando a Morena Passa, Alegrias Domingueiras, Dois Desejos, Rádio – Programa de Estúdio, E.F.C.B. - Direto a Cascadura ou Vice-Versa, constituem ainda uma excelente mostra da capacidade altamente caricatural de Seth, pela veracidade mordaz de alguns dos aspectos dos mais típicos do Rio. A espontaneidade do artista não se acha tolhida, a verve antiga reponta-lhe ainda do lápis, a malícia doutros tempos está integral no boleio do traço despreocupado e brejeiro.”<sup>387</sup>

O próprio Seth assinala as influências sofridas no advento de sua carreira, além da influência de Gulbrasson, artista que se não teve prolongada preponderância sobre o seu estilo foi porque as muitas páginas d’O Gato que era forçado a fazer semanalmente não o permitiam aproximar sequer do estilo do grande mestre francês. O caricaturista refere então:

“Na última fase do Malho o meu estilo se modificara já bastante, graças a influência de um dos maiores caricaturistas que o mundo conheceu: Galantara ou Ratalanga, artista que fazia a primeira página de ‘L’Assino’, de Roma, semanário socialista de Guido Podreca. O desenho de Galantara era a caricatura na força máxima de sua expressão. São memoráveis, nesse jornal, as suas caricaturas de Pio X, pelo ridículo, pelo exagero e pelo cômico brutais. De tal sorte, quando comecei a caricaturar na ‘A Noite’, já eu me ressentia da maneira do grande artista italiano.

Sem querer deter-me em outras influências, não posso entretanto deixar de aqui assinalar a impressão forte, que durante certo tempo, na época em que desenhei para ‘Figuras e Figurões’, me causaram as pinceladas largas e originais de Malaga Grenet, artista peruano domiciliado em Buenos Aires. Aliás, este estilo bem latino, tem influenciado alguns portrait-chargistas nosso, mesmo na presente geração, principalmente depois da estadia de Guevara entre nós.

Já nos últimos tempos da Primeira Guerra Mundial eu era francamente dos ingleses, e mui especialmente do americano Gibson.

---

<sup>387</sup> **Ibid.**, p. 1340

Continuo a apreciar com entusiasmo a arte nórdica, pela expressão fundamental de firmeza e pureza no desenho, resistindo ao vírus contaminador desse modernismo ‘outrance’, epidêmico e insustentável. Mesmo quando são modernos, anglosaxões, germânicos ou escandinavos, conservam sempre o seu essencial contacto com a mãe natureza. Dos ingleses, tive sempre a mais salutar das influências; e desse extraordinário Charles Dana Gibson, criador na América das Gibson Girls, conservo ainda maravilhosas páginas de cenas da vida americana e da campanha magnífica que seu lápis fez, no primeiro Life, contra o ex-Kaiser da Alemanha, e em favor da entrada dos Estados Unidos na Primeira Guerra Mundial.”<sup>388</sup>

Seth sempre admirou Gibson pela impressão de seu estilo áspero, nervoso e negligente de seus desenhos, onde um emaranhado de traços brutais e delicados se combinam, num segredo sutil de leveza e de vida; onde tanto transparece a realidade chocante das expressões fisionômicas – no que o artista é mestre – como na destreza da propriedade dos detalhes, que se harmonizam no conjunto e transparecem suaves e delicadas, em toda uma barafunda de linhas violentas.

Porém, se por um lado, Herman Lima iria considerar “os desenhos humorísticos altamente apreciáveis”, e os desenhos alegóricos e fantásticos de Seth “composições francamente lamentáveis”, “mais habilidade ilusória do que expressão verdadeiramente artística”, essa não era a opinião dos escritores e jornalistas Ruben Gill, Alvarus e Julio Dantas.

Para Ruben Gill, memorialista e historiógrafo da caricatura: “O volume mais expressivo de Seth na sua virtuosidade de desenhador artístico e de caricaturista propriamente dito, é o álbum Exposição, por ele editado em 1936, enfeixando composições decorativas no estilo de Doré, de um gosto rembranesco, e de páginas de sentido hílare, produções nos seus originais executados de 1929 até a hora de publicações em livro.”<sup>389</sup>

Alvarus também assinala que o álbum “Exposição”, de Seth, era um curiosíssimo trabalho que adotara o feliz retorno de Seth à sua *vis comica*, com caricaturas de costumes de irresistível comicidade e aguda observação de fatos e personagens da então capital da República. De fato, o álbum Exposição seria um dos nossos raros e brilhantes “espécimes” de livro no gênero, até 1950, em

<sup>388</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 27 / 7 / 1947, p. 3

<sup>389</sup> GILL, Ruben. “O Século Boêmio”, capítulo Seth. **D.Casmurro**, edição de 28 de dezembro de 1942. p. 3

conjunto com as deliciosas “Cenas da Vida Carioca” de Raul (publicados em 1924 e 1935), e os álbuns de Emilio Cardoso Ayres e de Belmonte.

O jornalista Julio Dantas, por conseguinte, escreve no *Correio da Manhã*, em 15/08/1937, que recebeu uma impressão de tal maneira agradável especialmente no que respeita à primeira parte da obra que não quer deixar de transmitir aos seus leitores brasileiros, que “estamos em presença de um verdadeiro artista conhecedor profundo da técnica, do desenho à pena; de um ilustrador admirável, dotado de qualidades especiais de expressão, de composição e de crítica; e, sobretudo, de um homem que teve a difícil coragem, só possível aos autênticos valores, de não se deixar contaminar pela ação deformadora e deletéria das correntes estéticas modernistas.”<sup>390</sup> Sublinha então que obras como “O Democrático Bonde”, flagrantemente observadas, ou delicadamente desenhadas, como “Dois Desejos”, nada ficam a dever, na intenção e na sugestão do traço, aos melhores desenhadores franceses do gênero ligeiro.<sup>391</sup> E complementa:

“É, porém, nos primeiros trinta e três desenhos que reside o maior valor da obra, quer sob o aspecto técnico, quer no que respeita ao poder de síntese e de expressão dramática de certas idéias e de certos problemas fundamentais da consciência universal. Nas caricaturas da segunda parte, o artista faz-nos sorrir; nos desenhos, fortes e perturbadores, que constituem a primeira parte da obra, -- faz-nos pensar.”<sup>392</sup>

Ainda Seth, no prefácio de seu livro “Exposição: Desenhos a bico de pena (1929/1936)”, que contém a série *Flagrantes Cariocas* e trabalhos alegóricos, com a sua proverbial modéstia que lhe era particular, evidencia suas predileções na publicação do *Álbum* e no desenho de minúcias, chegando ao ponto de utilizar várias cores na execução de outras obras. Sublinha então na introdução de sua obra, intitulada “EXPOSIÇÃO DE PALAVRAS”:

“EXPOSIÇÃO DE PALAVRAS  
Cada um dá o que tem

Este provérbio decidiu-me a publicar o presente álbum, cujos desenhos, feitos nas folgas da desinteressante labuta quotidiana, venho

<sup>390</sup> DANTAS, Julio. *Correio da Manhã*, 15/08/1937. (folheto avulso – s/p)

<sup>391</sup> *Ibid.* s/p

<sup>392</sup> *Ibid.* s/p

reunindo desde o ano de 1929. Em vez de expor os originais, conforme a tradição, em determinado local, preferi de início, facultar mais ampla expansão ao meu trabalho pela forma cômoda e acessível do livro, tão consentânea, aliás, com o espírito desta época de vulgarização intensa, que as facilidades e o aperfeiçoamento da arte gráfica proporcionam, e tanto mais que o feitio dos desenhos permite a sua exata reprodução.

Este álbum é, pois, uma exposição ambulante que lanço, perante o público, mas que, decerto, não me impedirá de fazer outra, fixa, dos próprios originais, quando a julgue oportuna.

TANTO quanto um espírito ansioso da perfeição pode desejar, era minha intenção dar a publicidade uma obra mais aprimorada e menos defeituosa. Infelizmente, não me foi possível apresentar coisa melhor e isto explica suficientemente o provérbio acima. Em todo o caso, cumpre-me esclarecer que, tecnicamente, foi meu propósito dominante neste trabalho, sobretudo na primeira parte, estudar, observar e orientar as minhas possibilidades artísticas, de forma a conseguir corrigir-me, hoje, de erros e descuidos cometidos ontem. Compreendendo concientemente que a produção humana não pode afastar-se das leis naturais do progresso, que se operam lentamente e sem saltos, esforço-me sempre por alcançar a realização de meus propósitos pela perseverança.

O fato de haver ou não progredido dentro deste período de sete anos não me impede de afirmar que, apesar dos obstáculos do ambiente e da tortuosidade da época, a minha disposição ao trabalho, a serviço de um ideal artístico, tem-se consolidado consideravelmente nestes últimos tempos de labor profissional e constitui, hoje, o objetivo que mais me conforta na vida. Não me falte o ânimo, e conto, ainda, ao menos para íntima satisfação, concluir um programa já previsto e esboçado.

O DESENHO ‘a bico de pena’ vulgarmente chamado, que requer tanto detalhe quanto o permite o equilíbrio do conjunto, é bem a expressão do meu temperamento sempre propenso a realidade e a minúcia. Neste gênero venho me exercitando desde os princípios de minha carreira de desenhador e é justo, portanto, que através dele eu agora me sinta contente de apresentar estes ensaios de composição, orientados por um espírito diferente do que até aqui tenho feito.

O PÚBLICO, que é parte integrante das preocupações do artista, dará seu parecer sobre este trabalho. Fruto espontâneo de minha vocação, não tendo sido encomendado por interesses alheios ao meu gosto, executei-o com sinceridade, sem me preocupar com novas fórmulas estéticas ou preconceitos em voga. Educado sob a influência da mentalidade sadia que em arte e literatura fez a

inexcedível grandeza cultural do século passado, entreguei à livre expansão de minhas tendências a escolha do caminho a seguir.

Assim, se outro valor não merecer a modesta obra que apresento, estou certo de que ninguém me negará, ao menos, o da paciência e o da vontade de melhorar.

Seth. Rio de Janeiro, nov. de 1936.”<sup>393</sup>

Doravante, Herman Lima considerava ainda a obra “O Brasil pela Imagem”, na qual Seth trabalharia durante vários anos a partir de 1937, um “documentário que constitui inegavelmente uma obra de mérito não só histórico, mas também artístico”.<sup>394</sup> E a partir dos anos 1930 o caricaturista manteria até o final de sua vida seu atelier de desenho, o Atelier Seth, donde saíram inúmeros trabalhos didáticos amplamente divulgados pelo Brasil, como seja os conhecidos cadernos da Coleção Seth, e a série publicitária Mathias e Virgulina.

Sobre a conjuntura da época, particularmente sobre a produção e difusão da caricatura brasileira naqueles idos de 1930 e 1940, Seth assinala em suas reminiscências o desaparecimento e o enfraquecer de uma tradição que nas primeiras décadas do século XX foi magnífica:

“É doloroso que após períodos tão brilhantes do jornalismo humorístico ilustrado, como foram, entre nós, o segundo reinado e o começo deste século, estejamos a presenciar hoje a decadência da arte secular da caricatura. Isto, parece-me, significa bem um índice moral da humanidade de hoje, sobrecarregada pelas angústias e desditas dos últimos tempos. É bem verdade que já o grande Eça, em 1891, observava a decadência do riso; o homem já não ria mais como nos tempos de Rabelais. Não é querer exagerar ou levar esse registro a conta de facilidade literária. Mas convenhamos que realmente, é lamentável que no período de 20 anos estejamos vendo desaparecer uma arte que no Brasil já vinha do primeiro reinado, e que no Rio, constituía, não há negar, um expoente do alegre espírito carioca.

O que hoje ainda vemos em uma ou outra folha, em uma ou outra revista, como espírito combativo, como crítica social, são os últimos abecerragens de uma época que passou em que floresceram nomes

<sup>393</sup> MARINS, Álvaro (SETH). **Exposição**. Rio de Janeiro: Atelier Seth, 1936.

<sup>394</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. 4º volume. RJ: José Olympio Ed., 1963. p. 1342

como Bordalo, Agostini, Raul, Calixto, e tantos outros. Reconheçamos, no entanto, que o fenômeno não é apenas brasileiro. Sofremos como sempre – e infelizmente ainda mais do que muitos povos os efeitos bons e maus do intercâmbio de interesses entre as nações. Em outros países de cultura mais esparsa do que nós, a caricatura, como especialidade jornalística, tal como era antigamente, vai desaparecendo. Revista como *Simplicissimus*, de Munique, que não receava mexer nos bigodes do Guilherme II; como *L'Assino*, de Roma, irreverente com o santo padre; impávido como *Life*, de Nova York, onde Gibson com os seus magistras desenhos fez a campanha pela entrada dos Estados Unidos na 1ª Guerra Mundial – saíram de circulação.

O espírito da época, a evolução e a conveniência material da arte fotográfica reduziu ou anulou na imprensa a colheita de valores especializados na caricatura, e que se renovava periodicamente. Não quer isso dizer que a arte do exagero plástico, que, antigamente se fazia as pressas, sobre os joelhos e sobre a mesa dos cafés, (que também) vai desaparecendo: que se revestia do espírito boêmio do tempo, na crítica de personalidade e aos fatos, não quer dizer repito, que não exista mais.

A caricatura, com o tempo também se transformou. Em vez de surgir saltitante, alegre e despreziosa das penas molhadas em tinta nanquim, e ir alojar-se nas colunas dos jornais e revistas, ela, hoje, prefere refugiar-se nos afamados atelier e surgir do pincel dos pintores para expandir-se nas telas e nas vastas decorações murais, pagas a bom preço pelos museus, de arte moderna, e pelas severas, nobres e ricas instituições estatais ou particulares.”<sup>395</sup>

Quando do falecimento do artista, o jornal “A Noite” nº 13.092, edição de sábado, de 29 de janeiro de 1949, assim registrou em suas colunas, destacando foto do caricaturista e parte da matéria em sua capa, com continuidade na página seguinte:

“O Falecimento de Seth  
Perde o Brasil um dos seus mais notáveis artistas –  
Traços da personalidade desse nosso estimado companheiro.

O Brasil acaba de perder um dos seus artistas mais populares: o caricaturista Seth. Essa perda atinge, também, a família jornalística de A Noite, pois Seth há vinte e cinco anos, nela se achava integrado, embora, ultimamente, se encontrasse afastado das lides jornalísticas, por motivo de doença.

<sup>395</sup> SETH. Nas Asas da Memória. Viagem de um Artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**, edição de 29 / 6 / 1947. p. 3

Era um primoroso artista do lápis, caricaturista de mão cheia, desenhista de real talento, como o provam centenas de ‘charges’ e ‘portraits’ divulgados através das nossas colunas. Trabalhando em publicidade, a serviço de várias firmas comerciais, foi o criador da famosa Virgulina, dos anúncios da Casa Mathias, acompanhada do proprietário e dos ‘lafranhudos’. Essa publicidade pitoresca e bem humorada teve tais resultados que a Casa Mathias nunca mais abandonou, pois era justamente aquela que atraía ao estabelecimento as camadas populares da cidade.

#### Traços biográficos de Seth

O nome de Seth era Álvaro Marins. Nascido em Macaé, no Estado do Rio, em janeiro de 1891, transportou-se daquela cidade fluminense para o Rio, onde se educou e começou a expandir o seu talento. Bem jovem ainda, já conseguiu colocar seus desenhos em algumas das melhores publicações da época. Durante a primeira grande guerra, conquistou, no ‘Fon-Fon!’, excepcional popularidade, com suas vibrantes páginas de caricaturas anti-germânicas, nas quais sempre apareciam o Kaiser ou Hinderburg em atitudes ridículas. Depois dessa fase, Seth abriu um atelier, ou agência de publicidade, especializada em desenho comercial, tomando vários aprendizes a que ministrou valiosos ensinamentos. Então, feito professor, lembrou-se de publicar um pequeno álbum destinado a facilitar o ensino do desenho. Tendo realizado com êxito numerosas exposições, ilustrado vários livros e, por fim, editado a expensas suas uma ‘História do Brasil pela Imagem’, em parte divulgada pela revista ‘Vamos Ler!’, Seth deu sempre provas de grande capacidade de trabalho, tendo uma vida intensamente produtiva, em A Noite, durante vários anos, foi o chefe da nossa seção de desenho, fazendo-se estimar por todos os seus companheiros de redação pelas suas belas qualidades pessoais.

Álvaro Marins era casado com a senhora América Marins e deixa três filhos: Yolanda, casada com o Sr. Mauricio Houaiss, e Lucy e Flávio, ambos solteiros. Há longo tempo enfermo, o popular artista faleceu ontem a noite, em sua residência, a rua Barão de Jaguaribe nº 300. O enterro será realizado hoje, às 17 horas, saindo direto da Capela de São João Batista, onde se encontra.”<sup>396</sup>

No que tange aos autores já citados, a fortuna crítica sobre a obra de Seth, portanto, foi positiva, tanto em sua época como postumamente. Por parte do próprio Herman Lima, que deu extenso capítulo ao artista e reprodução de inúmeras obras em sua “História da Caricatura no Brasil”, reconhecendo o mérito de fases e trabalhos publicados no “O Gato”, “Figuras & Figurões”, “Fon-Fon!”, “D.Quixote” e os Flagrantes Cariocas. De Alvarus,

<sup>396</sup> A Noite nº 13.092, edição de sábado, de 29 de janeiro de 1949, p. 1 e 2.

cujos elogios ao autor já foram citados. E de Ruben Gill, que fez uma análise salutar das influências recebidas de mestres mundiais por parte de Seth e a perfeição do estilo do artista:

“Essas, podem, ser cronologicamente, assim, consideradas: influência de Raul, no período de iniciação; de Podreca, o panfletário de L’Assino, de Leandre e de Ratalanga, na época d’ O Malho; de Olav de Simplicissimus nos dias de O Gato, e por fim, evidente em ilustrações d’A Noite e a Noite Ilustrada de Dana Gibson, devendo se consignar no Álbum Exposição Seth é influenciado por Gustave Doré.

Senhor de privilegiada intuição, talento criador, e dominando inteiramente a arte de desenhar, Álvaro Marins possui entretanto forte personalidade de humorista do traço, constituindo estranha as manifestações de influência aqui consignadas, mostra do seu empenho em atingir a perfeição, estudando sempre, evoluindo mesmo depois de consagrado!”<sup>397</sup>

---

<sup>397</sup> GILL, Ruben. “O Século Boêmio”, capítulo Seth. **D.Casmurro**, edição de 28 de dezembro de 1942. p.3

Notas: Outro pesquisador, o cartunista Fortuna (1932-1994) - da geração do semanário Pasquim - e que dedicou extensa reportagem a Seth em sua revista “O Bicho” nº 3, também classificaria importante a contribuição do caricaturista. Indagado sobre quais desenhistas considerava os mais importantes daquela geração, Fortuna responde Emilio Cardoso Ayres, Storni, Yantok, Raul e Seth, “que fazia um desenho de observação bastante realista e bem próprio”. In “Fortuna: Um Compromisso com a Pesquisa”, **Revista de Cultura Vozes** nº 3, em abril de 1970.

As restrições de Herman Lima recaem sobre os desenhos alegóricos, sem nenhum caráter humorístico, ao desenhista elaborado à influência de Doré, e a fase publicitária do artista, que em contrapartida consideramos um dos pontos altos de sua produção, como veremos nos capítulos a seguir.

#### 4.7 - A CARICATURA A SERVIÇO DA PUBLICIDADE:

A atividade publicitária tem importância capital na obra de Seth desde a década de 1910, e iria atravessar toda a carreira do artista. Assim, cabe observar a sua trajetória e inserção na história da publicidade brasileira.

Surgindo as revistas de caricaturas, o anúncio ilustrado custou ainda a se tornar habitual, sendo O Mosquito e O Mequetrefe as primeiras revistas a dedicar-lhe uma página, geralmente a última, desenhada pelo próprio caricaturista do semanário. A Revista Ilustrada, assim como o jornal Don Quixote, de Angelo Agostini, nunca publicaram anúncios ilustrados, o mesmo acontecendo com a Semana Ilustrada, apesar de o primeiro cartaz aparecido no Rio ter sido anunciado, com alegoria de Henrique Fleiuss, nesse semanário, em dezembro de 1860.

O surgimento significativo das primeiras peças publicitárias acompanhadas de desenhos alusivos deve-se, evidentemente, a Julião Machado. Em A Bruxa, de 1.º de maio de 1896, apresentava ele a última página com sete anúncios de várias dimensões, texto e desenhos executados com aquela mesma elegância de traço das suas charges do resto da revista. Muito comum também, no passado, era a página dedicada pelo caricaturista a um espetáculo teatral ou musical, como a de Sarah Bernhardt, ou ao aparecimento de um livro literário. Caricaturistas do Império como Agostini, Pereira Neto ou Rafael Bordalo Pinheiro, dedicavam páginas inteiras, sempre com algum retrato dos artistas, geralmente de bela execução. Assim, registramos página dedicada ao tenor Coquelin, saudado pelo caricaturista Pereira Neto na capa da Revista Ilustrada.

Outra publicação importante, no que tange a divulgação de anúncio, é o aparecimento, em junho de 1898, de O Mercúrio, primeiramente trimensal, depois diário. Com a participação artística de Julião Machado, seu principal ilustrador, Bambino (Artur Lucas) e Belmiro de Almeida, nele estreavam, em julho seguinte, Raul e K. Lixto. Impresso a duas cores, o jornal é redigido, entre outros, por Gonzaga Duque e Lima Campos, sendo certo que se deve a Gaston Alves, um pioneirismo no campo da publicidade gráfica no Brasil, pois, em princípio, o periódico se destinava somente àquela finalidade.

Com o início do século XX, aparece a primeira publicação brasileira a trocar as ilustrações por fotografias: a Revista da Semana, um suplemento do Jornal do Brasil. A novidade se espalharia, mas a primeira década do século ficaria marcada mesmo pelo aparecimento de quatro revistas: O Malho, Careta, Fon-Fon! e O Tico-Tico, nossa primeira infantil, que conquistam o público e preparam o terreno para o sopro de modernidade que viria a ser o lançamento de O Cruzeiro em 1928.

Um exemplo do sucesso pode ser dado pela comunicação de O Malho, com apenas quatro anos de vida, aos anunciantes: "A enorme tiragem a que atingiu O Malho não nos permite conservar a tabela atual. E isto é intuitivo. Ninguém terá 40.000 cartazes pelo preço de 3 ou 4 mil. Ora, a tiragem d'O Malho chegou à casa dos 40 mil - a maior tiragem no Brasil - e, assim, sendo enorme o nosso consumo de papel, o anúncio pelo preço atual não só não nos dá lucro, como até nos dá prejuízo, não compensando o espaço que toma a matéria."<sup>398</sup> Pode-se, então, dizer que o departamento comercial de O Malho foi o pioneiro na percepção do CPM, o custo por milheiro de exemplares.<sup>399</sup>

Por conseguinte, O Malho, surgido em 1902, dedicava diversas páginas à inserção de anúncios, principalmente as contracapas e duas páginas internas a cores, estas últimas apresentando em geral as músicas de inclusão obrigatória nas publicações similares da época. De igual modo, os semanários A Avenida, de Crispim do Amaral, assim como, a Revista da Semana, Fon-Fon! e Careta, deixavam a confecção de anúncios entregue sempre aos caricaturistas do semanário. Herman Lima sublinha então: "No tempo em que a publicidade estava entregue apenas aos desenhistas de periódicos de caricaturas, é natural que lhes coubesse a tarefa de apregoar com o vigor, a graça e a fantasia do seu lápis, os produtos mais diversos do nosso comércio especializado."<sup>400</sup>

Especialidade de caricatura, é a curiosíssima particularidade de focalizarem os políticos e figuras em evidência, como, por exemplo, durante a

<sup>398</sup> BRANCO, Renato Castelo & REIS, Fernando. **História da Propaganda no Brasil**. SP: T. Queiroz, 1990. p.219

<sup>399</sup> **Ibid.**, p. 219

<sup>400</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. 2º volume. RJ: José Olympio Ed., 1963. p. 700

Conferência de Haia, Ruy Barbosa, num desenho de J. R. Lobão, consultando um cronômetro muito em voga na ocasião, para controlar o tempo dos seus discursos torrenciais; o então deputado Barbosa Lima, em plena sessão parlamentar, fixado por K.Lixto, apregoando do alto da tribuna a excelência duma nova marca de café; Pinheiro Machado, fazendo propaganda de automóvel em anúncio de Julião Machado. A propaganda utilizava famosos políticos em anúncios, affiches e cartazes, as vezes em forma de historietas. Durante os anos 1910, Ruy Barbosa divulgou também a revista *Eu Sei Tudo*; Rodrigues Alves, Lauro Müller, Assis Brasil e outros, a bebida Cinzano; Barbosa Lima, o café Caramuru; Rio Branco, os pianos Ritter. Um dos anúncios da época, veiculado na *Fon-Fon!*, mostra o Barão do Rio Branco, gordo e saudável, conversando com um menino: “Seu Barão, o que devo fazer para ficar forte e bonito como o senhor?” A resposta: “Deves-te alimentar com o milagroso Manah, que, além de ser atualmente a salvação das crianças, ainda oferece um prêmio de 500\$000”. E, nesse sentido, cabe registrar que uma das primeiras manifestações registradas em nossa pesquisa sobre a obra de Seth é justamente esse tipo de publicidade. Na *Careta* de 3 de maio de 1913, sob o título de “Ecos da abertura do Congresso”, Seth figura o Marechal Hermes diante do parlamento, apresentando sua mensagem, com o seguinte trecho:

“Dentre os fatos ocorridos durante o ano avulta a organização d’A Carioca, sociedade para cujo progresso devem concorrer todos os patriotas, porquanto virá diminuir de muito os compromissos do Estado. Pelo seu plano de pensões dispensará o Congresso do trabalho de votá-las e a verba respectiva; construindo casas para seus mutualistas, fará desaparecer a necessidade das vilas proletárias, militares etc.

Barbosa Lima: - Eis um ponto em que estamos de perfeito acordo !

“Antônio Carlos - Diminui as despesas ?!... Então todos à Carioca, em benefício próprio e das finanças da Pátria!!”<sup>401</sup>

Outra charge publicitária (fig. 107), ou melhor, publicidade que se utiliza dos recursos da charge, naquele mesmo ano, aparece na *Careta*, de autoria de Seth, em outro anúncio, muito engraçado, mostrando uma corrida de motocicletas, pilotadas por Pinheiro Machado, Francisco Sales, Nilo Peçanha, Dantas Barreto, Lauro Müller, Rodrigues Alves e Ruy Barbosa, sendo o objetivo a cadeira da Presidência. O anúncio é do dia 12 de julho de 1913 quando os civilistas haviam

<sup>401</sup> *Careta*, 3 de maio de 1913.

lançado a candidatura do senador baiano ao novo pleito eleitoral, e Ruy, à frente de todos os campeões, exclama: “-Desta vez, vali-me dum Rex de 1 cilindro e 4 cavalos !”

Na mesma Careta, vem publicado o anúncio da mesma empresa, em julho de 1913, com a legenda: “Não tenhas medo, mulata! Isto é ‘REX’ de 2 cilindros e 6 cavalos!”, a primeira referência que se tem com personagens negros na produção de Seth (fig. 30). Álias, são poucas as imagens de negros na publicidade, nas primeiras décadas do século XX. E, uma das poucas que se tem registro no livro “100 anos de Propaganda Brasileira”, é a do refrigerante Antarctica Paulista (fig. 108), propaganda publicada na revista paulista Arara, em 26 de janeiro de 1907, que mostra três garotos negros, porém, ao nosso ver, com indumentária bem dentro de um espírito norte-americano, como se fossem personagens da minissérie os “batutinhas”.

Nessa época em que Seth criava esses anúncios utilizando o recurso da charge, por volta de 1912 ou 1913, ele ainda era um principiante colaborador do jornal A Noite, e pela primeira vez alugou uma salinha num sobrado da rua do Rosário, à razão de cinquenta mil réis por mês, tentando com o desenhista Mora, o desenvolvimento de um trabalho rendoso e independente. Mas o empreendimento não foi avante. Em todo o caso, nesse mesmo lugar procurou-lhe, certa vez, um amigo de Irineu Marinho, Antonio Leal da Costa, a fim de que ele fizesse para “A Noite” uma série de desenhos destinados a melhorar a feição das páginas de anúncios tornando-as mais atraentes. Dessa incumbência procurou sair o melhor possível, apesar de ainda novo no gênero de ilustrações comerciais.

Mais tarde, por volta de 1920, Seth estabeleceu um segundo atelier nos fundos de um sobrado da rua da Carioca, desta vez com desenhos e fotografia, e tinha por sócio um antigo companheiro fotógrafo d'A Noite, João Neves. O emblema comercial desse atelier era um S. de Seth e um J. de Jota, como familiarmente era chamado João Neves. Chegaram a realizar alguma coisa de positivo no terreno comercial e prático, e teriam ido adiante e consolidado o negócio, se uma pertinaz moléstia de estômago, de que Seth foi vítima durante algum tempo, não lhe houvesse desanimado, tirando a cada passo a vontade de

trabalhar. Assim, a verdadeira oportunidade na vida de ilustrador comercial ainda não havia chegado. Seguindo porém o curso de suas atividades profissionais de desenhista, não se prendera exclusivamente as funções de colaborador d'A Noite, do D. Quixote de Bastos Tigre, e da revista que criou, "João Pestana", essa última que nunca chegou a render, para ele, pecuniariamente coisa alguma, estabelecendo-se como desenhista publicitário freqüentemente procurado para fazer desenhos de anúncios. No entanto, ele lembraria anos mais tarde:

“Ainda não se havia iniciado a grande febre publicitária que caracterizam os dias de hoje e as normas americanas de propaganda apenas se esboçavam entre nós. Tínhamos poucas empresas de publicidade comercial mas havia muitos agentes isolados sendo ainda que a maioria das casas comerciais faziam com pouco ou nenhuma organização os seus próprios reclames.

Eu já havia adquirido alguma clientela comercial que, aliada aos meus salários de artista de jornal me ajudava a viver com relativa independência. Assim, ainda na própria redação de "João Pestana", eu e mais dois auxiliares dedicados, iniciamos um serviço de desenhos de publicidade para algumas casas comerciais no Rio. Destas, devo falar em primeiro lugar do Armazém Colombo, cujo esclarecido proprietário J. de Souza considero não apenas como mais antigo, mas o meu mais antigo cliente de desenhos comerciais.”<sup>402</sup>

Seth refere ainda a outro estabelecimento comercial, a Casa Granado & Cia., que, proporcionando naquela época razoável soma de serviço contínuo e lucrativo, passou a oferecer constantes encomendas que lhe facultaram bastante treino no gênero da ilustração para anúncios. Ele complementa a recordação dessa importante fase da criação de seu Atelier publicitário:

“Assim, o terceiro atelier que montei em 1923 ou 24, na rua de São José, ao passar adiante a revista "João Pestana", foi o que maiores proventos me rendeu. Instalamo-nos na sala de frente de uma pensão, com 3 mesas e algumas cadeiras, e o primeiro freguês avulso que aí entrou para nos encomendar pequeno trabalho causou-nos uma grande alegria. Surgiram, pois, nos últimos números da revista 'João Pestana' ainda sob minha orientação os alicerces de um atelier de desenho, que passou depois a funcionar, pela primeira vez, na sala de frente de uma pensão da rua de S. José tomando o nome de 'Atelier Seth'.”<sup>403</sup>

<sup>402</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória – Viagem de um artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**, edição de 24 / 8/ 1947. p. 3

<sup>403</sup> **Idem.** p. 3

Para a terceiro atelier ele levou seus dois auxiliares Jaime Guimarães e Teles, e também todos os trabalhos que já haviam sido encomendados, inclusive umas ilustrações sobre a vida de Ruy Barbosa, para a revista "O Tempo". Para a mesma revista, aliás, já havia feito uma cabeça do genial baiano, quando ainda ele era vivo. Trabalho feito a pressa, como costumava fazer as vezes, mas que, disseram-lhe tendo-lhe chegado as mãos o original, não só o apreciou o grande brasileiro, mandando por isso as suas felicitações, como também se admirou de por tal trabalho haver cobrado o artista apenas cinqüenta mil réis. Em sua própria avaliação, na prática do chamado desenho comercial Seth já possuía de certo modo um empírico e desprezioso tirocínio, “que me vinha mesmo de tempos anteriores a minha efetividade na ‘A Noite’, e não era a primeira vez que eu me arriscava a montar um atelier de desenho no propósito de sempre trabalhar com independência. É bem verdade, também que as exigências fiscais daqueles tempos não eram as de hoje.”<sup>404</sup>

Entretanto, em 1923/24, Seth pouco demorou na rua de São José. Em breve, subia as escadas da Avenida Rio Branco, nº 147. E data justamente desses anos de 1923/24 uma série de campanhas publicitárias feitas a cargo de seu Atelier, citadas a seguir. A primeira propaganda que levantamos em nossa pesquisa foi publicada na revista Fon-Fon!, de 17 de novembro de 1923 (fig.109), onde vemos a publicidade da: “Trían - Pó de Arroz da Elite”, com a sub-legenda “Rio de Janeiro - Fabricantes e Depositários – Domingues & C. – Avenida Rio Branco 137 Preço – Caixa 28500 – Pelo Correio 28200.” Constitui um belo trabalho de publicidade de Seth, onde desenha um cupido em cuja flecha vai o cartaz do “Pó de Arroz da Elite”. Chama atenção a palavra - a marca - Elite, e o anúncio remete a uma instância de fantasia, ou seja, não tem ainda o caráter do popular, do povo, que seria uma marca dos trabalhos da Casa Mathias.

Outra propaganda que tem um papel especial em sua carreira, confirmada pelo próprio artista, é a do Calçado Souto (fig. 110), publicada na Revista da Semana em 15 de março de 1924, com a seguinte legenda: “Os grandes passos da vida são dados com o Calçado Souto - Rio de Janeiro - Marca Registrada. Único

---

<sup>404</sup> **Ibid.** p. 3

que, pela sua perfeição e elegância, obteve a classificação – HORS CONCOURS – na Exposição Internacional do Centenário da Independência do Brasil, em 1922. À venda nas principais casas da Capital e Estados. Fábrica: – FERREIRA SOUTO & CIA. Rua Fonseca Telles, 18/30”.

Essa propaganda tem, para o desenhista, uma marcação toda especial, devido ao pitoresco da criação desse anúncio, que contou com a colaboração de outro amigo seu, o caricaturista Romano. Seth recorda:

“Quando já bem desenvolvido era o movimento do meu atelier tinha a satisfação de privar intimamente com um distinto artista que o público já conhecia bastante, pelos seus excelentes portrait-charges, Romano. Além do concurso que nos prestou com idéias para desenhos e cartazes, Romano, pelo seu bom humor, comunicativo, pelo seu despreendimento, pelo espírito boêmio, pela graça excepcional da conversa, trazia a nossa tenda de trabalho uma constante alegria. Era um prazer trabalhar ao seu lado ouvindo as pilhérias finas e as anedotas hilariantes que nos faziam explodir em gargalhadas. Romano tinha uma queda especial para as frases sonoras e expressivas. São dele a idéia e a frase de uma campanha que fizemos para a fábrica de calçados Souto e que agradou os clientes, e teria tido uma repercussão geral. Trata-se de uma cena de casamento numa igreja com a legenda: ‘os grandes passos da vida são dados com o calçados Souto’.”<sup>405</sup>

Outra publicidade do Calçado Souto, publicada na mesma Revista da Semana, em 9 de agosto daquele ano, e que mostra um homem numa biblioteca, traz a legenda: “O homem só é verdadeiramente culto quando possui bases sólidas usando o calçado Souto (Rio de Janeiro – Marca Registrada)”. Chama atenção ainda o fato de aparecer na assinatura “Atelier Seth – Avenida 147”, ou seja, já evidenciando que em agosto de 1924 já estaria instalado em seu atelier na Avenida Rio Branco.

Na Revista da Semana, de 23 de agosto de 1924, Seth publica uma propaganda de uma criança escovando os dentes (fig. 111), com a legenda: “A Pasta Dentifrícia ‘Colgate’ é a melhor entre as melhores, porque limpa e alveja sem desgastar o esmalte dos dentes. Agentes Geraes: LEONE & CIA.; Rua 1º de Março 89 Rio de Janeiro - Praça da Sé 34 São Paulo”. De 1925, publicado na

<sup>405</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 7 / 9 / 1947. p. 3

revista Fon-Fon, temos a propaganda “Royal Club – O Cigarro da Moda - Habilita-vos a um Prêmio” (Fon-Fon, 2 de maio de 1925) (fig. 112). Entretanto, o desenho aparece simplificado, num estilo diverso em relação a de Seth, portanto, podendo ter sido realizado por um funcionário assistente de seu atelier.

Em 26 de fevereiro de 1926, entretanto, Seth publicaria um desenho, no Jornal do Brasil, de um grupo carnavalesco: “Carnaval de 1926 – Bloco dos Lanfranhundos da Zona”, onde aparecem um grupo de músicos negros, já dentro do espírito da Casa Mathias (fig. 113). Por conseguinte, em maio de 1927, temos a propaganda, publicada na revista “Para-Todos”, da Casa Mathias (fig. 114), embora ainda não seja a série Mathias e Virgulina. Trata-se da publicidade do Colarinho Copacabana: “Não enrugam e não são duros... Estes sim! Colarinho COPACABANA. Elegante e durável. Exclusividade da CASA MATHIAS. Os colarinhos da nossa casa são fabricados com o maior cuidado e panos escolhidos de superior qualidade, representando as nossas marcas uma garantia para o consumidor. 101 – Avenida Passos – 103”.

Do final dos anos 1920 é ainda um anúncio curioso, publicado na revista infantil “O Tico-Tico”, de 14 de abril de 1928, que tem um papel duplamente especial para a pesquisa da obra do artista (fig. 115). É o anúncio de uma pasta de dente, onde aparece um negrinho com um semblante risonho, dentes a mostra, e em sua testa o anúncio: “Thymodonte Silva Araujo - A Melhor Pasta de Dentes”, com a legenda embaixo: “Recomendado às Pessoas que usam Mercúrio e Bismutho”. Duplamente especial pelo caráter diferente da disposição dos letreiros do anúncio, e também pelo fato de colocar um menino negro e não um branco para fazer a propaganda, o que evidencia mais uma vez o pioneirismo do artista no caso da publicidade em relação a tipos negros, mesmo fora da série Casa Mathias e Virgulina.

Uma das últimas propagandas feita em seu atelier da Avenida Rio Branco, publicada na Revista Light em agosto de 1930, é a de um desenho de equipamentos industriais, que não tem a graça do humor, nem o chiste da piada, mas que revela, pela sua arte-finalização e estilo, ser um trabalho de autoria de Seth, e traz a seguinte legenda: “Use o gás na sua indústria - Hoje em dia o gás é

usado como fonte de calor em mais de 980 indústrias - Pense v. s. em seu uso para: oficinas de esmalte, fábricas de vidros, tratamento de aço, soldas autógenas, fundições, padarias, etc. GÁS – O melhor combustível CRUZWALDINA – CRUZOL - Sub-produtos do gás - Tipo de forno mecânico para soldar peças de carburadores de automóveis.” (fig. 116)

Para o caricaturista, esse período de 1923 em diante, no que concerne ao seu trabalho como publicitário, é muito importante:

“Na época em que fundei esse terceiro atelier de desenho, o mundo refazia-se então da grande sangria que o prostara em 1914-18. O Brasil, oferecendo ao estrangeiro um vastíssimo campo de ação comercial, atraía de novo as nações industriais, que a guerra privara das produções do trabalho pacífico. Todos esses povos, mandando para aqui novos capitais, novos centros de interesse comercial, com suas sucursais, seus agentes, seus produtos, etc, começaram a dar, sobretudo ao Rio de Janeiro, um extraordinário surto de atividades e enormes possibilidades de negócios. Nenhum, porém, como norte americano, entrou aqui em maior galhardia.

Por esse motivo, julgo eu, a instalação de nosso atelier fora oportuna e feliz. Meu nome já era bastante conhecido do público, havia ainda poucos estúdios do gênero. E o nosso, na Avenida Rio Branco estava, além disso, bem localizado.

Em pouco tempo já nos achávamos cheios de serviços, e eu, entusiasmado e com grande disposição passei a tomar maior número possível de auxiliares aprendizes. Tornou-se, pois, ali um centro de trabalho febril, sujeito a mais rigorosa e justa disciplina, causando com isso grande admiração e confiança aos que nos procuravam como clientes...

A relativa consistência de nossa tenda de esforços que foi o meu atelier, chegando a trabalhar cerca de dez pessoas, todas produzindo num ritmo contínuo, dentro de uma atividade disciplinada, enchia-me de certo orgulho, pois ali eu via todo aquele grupo coeso, trabalhando num só objetivo de aprender e aperfeiçoar-se. Se, por culpa de minha própria desambição achavamos numa situação relativa, também nunca me faltou recursos para manter o negócio. E muita gente, seguindo o conceito das aparências, já me julgava rico, conceito esse tão sem base como o que me julgava ‘comunista’, pelo simples fato de distribuir percentagens sob o lucro de nosso trabalho.”<sup>406</sup>

<sup>406</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 24 / 8 /1947. p. 3

O atelier inaugurado em 1923/24, na rua São José e que depois passou a funcionar na Avenida Rio Branco nº 147, perdurou até 1930, até quase as vésperas da Revolução de 1930, quando então mudou-se para o Edifício de A Noite. No entanto, a agência não foi avante durante os primeiros tempos que ficaram no Edifício de A Noite. Seth recorda que o ano de 1930 foi trágico para seu Atelier e especialmente fatídico para ele. Apesar de entrar o ano de 1930 em pleno gozo de uma residência própria e nova, em Ipanema, próximo da Lagoa Rodrigo de Freitas, por contrapeso assinalara com a quadra de sua existência três acontecimentos tristes. O primeiro foi o falecimento de seu pai em janeiro numa casa de saúde em consequência de uma operação cirúrgica. O segundo foi a grave enfermidade que em maio seguinte abateu-lhe na cama, privando por longo tempo de sua atividade. “Essa doença constitui um marco em minha vida e se consegui livrar-me devolvo-me ao método de disciplina que me habituara. (...) Felizmente não morri nem da moléstia nem da cura. Por sinal engordei. E em 1936 pude então publicar a obra ao tempo da minha enfermidade que já se achava iniciada, o meu álbum *Exposição*” – recordava o artista.<sup>407</sup> O terceiro acontecimento de importância foi a depredação causada pela fúria popular ao Edifício d’A Noite, ao vencer a Revolução. Para Seth:

“Muitos foram, porém, os inquilinos que como eu, sem nenhuma culpa sofreram grandes prejuízos. De minha parte tive a lamentar além de móveis a perda de livros e obras já realizadas, mas nem por isso zangei-me com a Revolução, que, assim como eu, todo o Brasil desejava. Sabem-no todos porque isso é de ontem que a cidade viveu horas de delirante regozigo, todo o comércio fechado e a vida urbana em reboição, nas ruas e nos automóveis que passavam regorgitantes como um carnaval carioca - alaridos e gritos partiam de gargantas vestidas a granel de lenços vermelhos, daquelas mesmas gargantas que haviam, nos comícios e nas discussões protestados nos propósitos da Aliança Liberal. A Avenida Rio Branco, sem o seu trânsito normal, coalhados agora em jornais rasgados, e montão de móveis carbonizados, dava a impressão que ali havia passado a cavalaria de Átila. Diante da redação d’A Noite viu um *‘pele mele’* de utensílios de toda espécie, inutilizados ou fumegantes. E nesses montões de trastes atirados a rua pela fúria dos assaltantes também vi os destroços de meu inofensivo atelier.”<sup>408</sup>

<sup>407</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 14 / 9 /1947. p. 3

<sup>408</sup> **Ibid.** p. 3

Passado então o susto do triste acontecimento da queima do seu atelier no Edifício d'A Noite, Seth instalou-se na Rua Ramalho Ortigão, retomando a normalidade o seu atelier com ajuda dos seus companheiros, procurando enveredar por um caminho prático, ao comércio de uma coleção didática. Doravante, nos anos 1930, além de campanhas publicitárias avulsas, ou seriadas, como as da Casa Mathias, daria vazão a outro tipo de trabalho em seu atelier: a Coleção Didática do Atelier Seth, também intitulada “Coleção Seth para Educação da Infância”, em que o autor frisava “o ensino por meio do desenho”. “Não pretendo aqui ressaltar o valor dessa série de cursos primários feitas em regra em constante vagar nas horas de folga das minhas atribuições para a defesa do pão de cada dia. Quase todas essas pequenas obras entretanto passaram, pelo caminho de prolongados esforços estudos...” – frisava.<sup>409</sup> Essas obras interessavam aos mais longínquos Estados do Brasil, pelas várias edições que alguns desses pequenos livros se fizeram, tornando ainda mais conhecido o nome do autor. Em 1933, fazendo parte da mesma coleção lançou o álbum “Meu Brasil” e “Primeiras Regras do Desenho”.

Outra derivante, de caráter bem popular também, nascida nessa época do final dos anos 1920, foi - como já mencionamos - os anúncios da Casa Mathias, populares em todo o Brasil. Nestes termos, Seth prevê o êxito do seu trabalho publicitário nesse gênero:

“Houve um tempo em que, quando eu precisava de um cartão de visitas para pessoa pouco interessada ou completamente desconhecedoras de coisas de arte, bastava que eu me apresentasse como autor dos desenhos da Casa Mathias. -- Ah, Sim, Senhor. Já os conheço muito: era sempre a resposta. Os anúncios da Casa Mathias, populares em todo o Brasil, e mesmo repercutindo fora daqui, constitui um caso típico do gênero liberto das organizações estandartizadas em série das campanhas de publicidade moderna a que já me referi.”<sup>410</sup>

A preferência da Casa Mathias foi sempre para a propaganda em diários de grande circulação. Propaganda feita quase que só em determinadas épocas do ano, mas apesar disso, forte e integral, pois pessoas das mais diversas classes

<sup>409</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 7 / 9 /1947.

p. 3

<sup>410</sup> **Ibid.** p. 3

sociais tinha prazer em ver não só os bonecos, como em ler as “chanchadas” dos textos dos anúncios. Ele complementa:

“Digo toda a gente porque não era apenas o Zé Povo que se comprazia em admirar as piadas do Mathias e da Virgulina. Muita gente culta e fina por vezes comentou gostosamente comigo o espírito daqueles anúncios famosos. E não dizer-se que o sucesso de tal propaganda se reduzisse apenas ao nosso ambiente brasileiro, e na própria página de uma revista americana ‘Men’s Wear’ ver-se estampado com comentários a reprodução de um anúncio da Casa Mathias.

O sucesso desses anúncios foram principalmente devido ao dono da casa, Mathias da Silva, criador e autor intelectual de sua propaganda. Atendendo com bastante argúcia o espírito de comerciante, a psicologia e ao gosto, sempre pronto a anedota e a gaiatice, ele dizia o que pensava e o que queria.

A princípio esses anúncios não passavam de simples cenas de ajuntamentos, com bandas de música, gafeira, reuniões festivas, sujeitos com cabeças de burros e outras coisas estapafúrdias. Dessa época foi que surgiu pela primeira vez na gíria o novo termo ‘lafranhuendo’, invento creio do próprio Mathias, e que passou a andar de boca em boca.”<sup>411</sup>

Já em 1932, encontramos na Revista da Semana, de 24 de setembro daquele ano, a propaganda da Casa Mathias: “Casar é bom... E muito melhor ainda quando o enxoval é comprado na CASA MATHIAS. O grande farrancho comemorativo e bebemorativo do MATHIAS-VIRGULINA será no último Domingo da Penha, na sonora FESTA DOS BARRAQUEIROS. - Olhem só a Virgulina consorte...”<sup>412</sup> E diz então a mulata Virgulina:

“- Consorte e COM SORTE, porque quem me vestiu foi o MATHIAS. É um conselho que dou a todas as minhas amigas e admiradoras. Casem. Escolham bem o noivo. Quanto ao enxoval, porém, não há escolha possível. O bom, elegante e barato só se encontra na CASA MATHIAS. É o enxoval que dá felicidade. O MATHIAS manda aromatiza-lo com a essência de umas hervinhas que só ele conhece. E a felicidade desce sobre os que se ‘amarram’ passando, primeiro, para apertar mais o nó, pela CASA MATHIAS.”<sup>413</sup>

<sup>411</sup> **Ibid.** p. 3

<sup>412</sup> **Revista da Semana**, de 24 de setembro de 1932.

<sup>413</sup> **Idem.**

Cumpra observar o que Seth diz ainda sobre as campanhas iniciais da série: “As legendas desses anúncios eram então cheios de desaforos aos concorrentes da Casa, pouco falando de artigos que deveriam interessar diretamente ao público. Álias, foi sempre a nota falar pouco em mercadoria e atrair mais a presença do público pela originalidade e pitoresco do anúncio.”<sup>414</sup> Complementando:

“Mais tarde surgiram, então a figura de Mathias com as suas imaginárias comparsas, primeiro com a preta Zuleika, que o Mathias acabou ‘matando’, e substituindo a seguir pela dengosa mulata Virgulina. Sei que as legendas de tais anúncios, enquadradas dentro de um estilo apropriado e do gosto popular, foi, durante algum tempo, feito por um dos nossos mais conhecidos e talentosos escritores e feitos com muita graça, razão também do sucesso da propaganda da Casa Mathias, mesmo nas camadas intelectuais.”<sup>415</sup>

Algumas legendas acompanhadas de versinhos que fizeram sucesso na campanha da Casa Mathias:

“Pururuca!  
É O BRADO DE FARRA DA CASA MATHIAS  
COMES E BEBES P’RA ARRELIAR...  
SALVE 24º ANIVERSARIO

Ao povo do Brasil, fregueses e nossos auxiliares, nossos agradecimentos pela distinção com que sempre procuraram elevar o nosso conceito.

O’farinha caprichada!  
ó funçanata extremosa!  
O bamba subiu na mesa  
c’o o Joaquim Barbarrosa

Aquella cabra sestroso  
arriou o queixo. O’coló  
onde é que você viu  
si olhar com um olho só?!

Agüenta a mão no navio!  
Todo mundo ali é taco.  
Quem néga o corpo é vadio  
quem fogue de onça é macaco

Farreador não tem engulho,  
a farra é saco sem fundo,  
Farreador é do barulho  
a farra é de todo mundo

Deixem correr o estúpicio  
pois vocês têm seus bons dias:  
– porque o sol nasce p’ra todos.  
mas, amigo, ó do Mathias...”<sup>416</sup>

<sup>414</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória – Viagem de um artista em torno de si mesmo. *Gazeta de Notícias*, edição de 7 / 9 / 1947. p. 3

<sup>415</sup> *Idem*. p. 3

<sup>416</sup> Casa Mathias – 8 de Novembro de 1938.

Ou ainda, versos contidos na propaganda que tinha como título o seguinte texto: “Sacode!!! Virgulina!!! Sacode!!! - Há trinta e dois anos que aguento o teu cheirinho de bode - 32<sup>o</sup> Aniversário – 8 de Novembro de 1946 – 32<sup>o</sup> Aniversário - Casa Mathias - A Casa Mais Querida do Povo do Brasil! Aos Nossos Auxiliares, Fornecedores e Amigos a Casa Mathias agradece a vossa colaboração - Casa Mathias - Palácio da Virgulina.”<sup>417</sup> Em outros cartazes, os versos eram os seguintes:

“Há trinta e dois anos, Virgulina.  
Lembro-me daquele dia que te apertei  
Foi lá pelas bandas de Pernambuco  
Que tu chorastes e eu soluzei...

Quando eu morrer, já dizia o outro  
Não quero choro nem vela,  
Quero que me leves ao colo  
Prá ser enterrado na favela

Há trinta e dois anos, Virgulina  
Como eras faceira e altiva  
Bons tempos, estamos velhos  
Hoje olhas p’ra mim e eu p’ra você

Estes versos foram feitos  
Por um poeta que já morreu,  
Deus o tenha lá em descanso  
Mas antes ele do que eu...

...E NÉRIS DE PETIBIRIBA...”<sup>418</sup>

E quando não havia versinhos na propaganda, o texto avisava: “Desta vez não há versos, o poeta está tomando ares no necrotério!” (propaganda publicada em 1950). Ou ainda, complementava:

“Desta vez não há versos, o poeta anda de ressaca. Colossal estoque de artigos para inverno. Malhas para homens, senhoras e crianças. Manteaux para senhora e crianças dos últimos. Grande secção de louças, alumínio, artigos para presentes, sortimento completo de artigos para electricidade. A CASA MATHIAS é de todos. Os preços. Os preços... até o diabo fica zarolha. Mas, aqui entre nós, que ninguém nos ouça. Não se esqueça de trazer o BAÚ com vossas economias ao vosso querido e velho MACUMBEIRO MATHIAS. Brancas, morenas, mulatas e crioulas, a Casa Mathias e Virgulina cá vos espera para vos dar um ósculo nas costas... da mão. Povo, fugi das tais liquidações. Mas barato de verdade só na CASA MATHIAS. Grande sortimento de lanternas para arraial, artigos para baile à caipira para as festas do Santo Antonio, São João e São Pedro. Casa Mathias - Marechal Floriano”<sup>419</sup>

<sup>417</sup> Casa Mathias. **O Jornal**. 8 de Novembro de 1946

<sup>418</sup> Casa Mathias. **O Jornal**. 8 de Novembro de 1946.

<sup>419</sup> Casa Mathias. **A Notícia**. Década de 1940

É de notar a expressão: “Virgulina cá vos espera para vos dar um ósculo nas costas... da mão”, expressão idiomática de um português de Portugal, primordial, que significa dar “um beijo nas costas... da mão”, influência que deve ter sido do próprio português Mathias, dono da loja.

Sobre a figura do poeta que escrevia os versinhos, outra propaganda, publicada no natal de 1949, também brincava: “Estes versos foram feitos debaixo da Ponte dos Marinheiros pelo poeta Zeles Telles Felix de Meirelles.” E sobre os bloco do lanfranhundo da Zona, um típico bloco de músicos de chorinho carioca, a mesma propaganda ironizava:

“Bloco dos Lanfranhudos da Zona	Já estou vendo e com tristeza
Este banquete que vos ofereço	Cérebros fracos e amolecidos
Eu espero que cada um cumpra o seu dever	Coitados! A idade avança
Beber, beber... todos beber	São cérebros mulambos e
Mas são poucos aqueles que sabem beber	carcomidos.” <sup>420</sup>

Em outra propaganda, ainda quando a Casa Mathias era na Av. Passos, nº 101-103, o Bloco dos Lanfranhudos da Zona apresentava a legenda: “Treva! Catreva” que é Lanfranhudo!... O Carnaval está na rua - Chora, Zizinho, que teu pai é o meu!” (fig. 117)

Por conseguinte, Seth tinha uma visão bastante especial sobre esse trabalho publicitário da Casa Mathias, que considerava importante para a história da publicidade brasileira:

“Estes anúncios marcam, a meu ver, uma época, e acho mesmo que eles não poderão deixar de figurar na história que alguém algum dia poderá fazer da publicidade no Brasil.

Mathias da Silva, conhecido em todo o Brasil, através de sua efígie caricata, sempre foi muito comentado, gozado, combatido pela sua índole franca. No fundo um bom. Quando eu chegava aquela sua antiga loja da Avenida Passos aquilo parecia-me um pandemônio de gente com mercadorias por todos os lados, mal se podia entrar e os fregueses a reclamarem, a discutirem com os caixeiros, respiravam um ar abafado de colméia, e no meio de todo aquele torvelinho destacava-se a figura severa do Mathias, com aquele cabelinho com ar de repartido ao meio em mangas de camisa e suspensório,

<sup>420</sup> Casa Mathias. s/id. Natal de 1949.

gravatinha fina de lenço cruzado, de cá para lá, de lá para cá, inquieto, olhar vivo em todos os cantos, em todos os fregueses a dar ordens ríspidas no estilo a todos os empregados, tal como um comandante no tombaltilho de um navio no momento da tempestade. (...) E lá vinha então a encomenda, ‘precisamos fazer uma coisa assim, assim...’<sup>421</sup>

Nos anos 1930 e 1940, no entanto, além do trabalho da Casa Mathias, o atelier Seth continuou a realizar trabalhos para outras empresas. Na revista Careta, de 7 de julho de 1934, temos numa propaganda a face de um homem calvo com fios de cabelos desgarrados num pente, desenhado provavelmente por um funcionário do Atelier Seth, e a legenda alerta: “CADA VEZ MAIS CALVO! Eis a inquietação que nos assalta o pensamento, quando motivada pela irregularidade capilar, presenciamos ao pentearmos pela manhã o desprendimento dos cabelos que se agregam ao pente. Loção PHENOMENO elimina a CASPA, fortifica e evita a QUEDA DOS CABELOS. Peçam sempre PHENOMENO.”

Na Careta, de 31 de agosto de 1935, temos outra propaganda do Atelier Seth, num estilo artefinalizado que evidencia ser trabalho de autoria do artista. Um médico diz para o seu paciente: “Não desanime, meu amigo! Vou receitar-lhe um remédio que o livrará de todos estes males do fígado e dos intestinos: Pílulas de BARRY.” (fig. 118) Também na Careta, agora em 4 de dezembro de 1937, o atelier volta a fazer publicidade da “Loção Phenomeno – Incomparavel no Combate à Caspa e à Queda do cabelo”, mal desenho, é verdade, que não tem nada de artístico, num estilo diverso do de Seth, pois, deve ter sido feito por um integrante mal adestrado de sua equipe, ou pouco inspirado naquele momento. (fig. 119) Nos anos 1940, precisamente em 18 de março de 1944, na Careta, como levantamos em nossas pesquisas, o estilo simplificado que poderia muito bem ser feito por um funcionário, um desenhista auxiliar do Atelier Seth, aparece em outro anúncio: “Sai, Caspa! Loção Phenomeno Tarré fortifica os cabelos”. (fig. 120)

Em resumo, a trajetória de Seth acompanha o desenvolvimento editorial da publicidade no Brasil, quando se coloca entre os principais criadores de anúncios ilustrados, entre 1900 e 1950, caricaturistas como K.Lixto, Raul, Julião Machado,

<sup>421</sup> SETH, Reminiscências de. “Nas Asas da Memória – Viagem de um artista em torno de si mesmo”. *Gazeta de Notícias*, edição de 7 / 9 / 1947. p. 3

J. Carlos, Correia Dias, Luís Peixoto, e o próprio Seth, destacando-se em anúncios nas principais revistas de humor nacionais, como Careta, O Malho, Fon-Fon!, Revista da Semana, etc. Acompanha ainda o estilo de publicidade dos anos 1900/1910, ao fazer uso da sátira política na propaganda, com o uso de personalidades como Ruy Barbosa, Rio Branco, Affonso Penna e outros anunciando produtos. Destaca-se igualmente com a produção de alguns dos nossos mais belos cartazes, publicados principalmente em jornais de grande circulação, em páginas de grande formato, cuja divulgação estabelecia-se em nível nacional. Carrega o espírito da produção publicitária boêmia, pois ao mesmo tempo apresenta versinhos pitorescos humorísticos, no mesmo estilo em que famosos poetas, homens de letras, faziam nas primeiras décadas do século XX, entre eles: Olavo Bilac, Emílio de Menezes, Hermes Fontes, Basílio Vianna, Bastos Tigre, e até mesmo caricaturistas como K.Lixto e Julião Machado.

Por conseguinte, Seth coloca-se, por trabalhar em equipe, como um fazedor com produção publicitária de estilo diversificado, onde registra-se trabalhos eminentemente de sua autoria, como a série da Casa Mathias; outros trabalhos de sua autoria com estilo ora refinado, ora sem grande refinamento; e produções de seu Atelier feitas por assistentes, de menor apuro técnico e artístico, criadas por funcionários que não tinham a mesma capacidade inventiva e técnica, a mesma qualidade do desenho do criador gráfico da série Mathias e Virgulina.

De igual modo, a produção de Seth em seu atelier acompanha a entrada no Brasil de novos anunciantes estrangeiros, como Colgate, Pílulas de Barry, Royal Club Cigarros, empresas para os quais prestou serviço, dentro do espírito da entrada de novos capitais no Brasil.

Se, por um lado, no início dos anos 1920, como o próprio Seth sublinharia, tínhamos poucas empresas de publicidade comercial (embora muitos agentes “cavadores” de anúncios isolados), é nos anos trinta que se dá o salto para a internacionalização da publicidade, com a vinda de grandes agências norte-americanas para o Brasil, acompanhando suas grandes contas. J. Walter Thompson, N. W. Ayer e McCann-Erickson criam, com as pioneiras nacionais,

como Standard e A Eclética, as bases da moderna publicidade no Brasil, contribuindo decisivamente para a modernização da própria imprensa.

Entretanto, mesmo assim, nos anos 1930/1940, o Atelier Seth e o trabalho publicitário de Seth continuaria a se destacar popular e culturalmente, sobretudo com a série da Casa Mathias, o que demonstra sua força criativa como artista e publicitário. Álias, a produção dos nossos caricaturistas, na publicidade, perduraria com força mesmo nas décadas de 1930/40, apesar dessa internacionalização de empresas publicitárias. Outro desenhista que ainda nos anos 1930 criaria um atelier de desenho, onde daria ponto para a produção de inúmeros trabalhos de publicidade comercial que se tornariam famosos, tal como o trabalho de Seth, seria o atelier do caricaturista J.Carlos. Herman Lima lembra que no Rio, durante longos anos, a partir de 1930, J.Carlos manteve mesmo num sobradinho da Rua do Carmo um atelier comercial donde saíram certamente alguns dos mais belos espécimes do *affiche* dos últimos anos, reproduzidos aos milhares, em grandes placardes ou nas páginas dos nossos periódicos.

Seth, entretanto, tem o seu pioneirismo, na divulgação de personagens negros, quer seja, como demonstrou inicialmente na propaganda publicada na revista *Careta* em julho de 1913, dos cilindros Rex, em que um gordo bonachão fala: “Não tenhas medo, mulata! Isto é ‘REX’ de 2 cilindros e 6 cavalos!”; E, ainda, na publicidade sobre a pasta de dente: “Thymodonte Silva Araujo”, em que um negrinho sorri fazendo publicidade da pasta; ou, como já sublinhamos nessa pesquisa, na série de trabalhos da Casa Mathias, onde a negra Virgulina e outros personagens negros tem papel de destaque.

É importante sublinhar também o estilo de publicidade galhofeira, diferente, “gênero liberto das organizações estandarizadas em série das campanhas de publicidade moderna”, como frisou o artista, estandarização essa em que o anúncio mostra apenas o produto e uma mensagem resumida, sem a polissemia de mensagens característica de um campanha publicitária rica de sentidos como a da Casa Mathias.

Para Seth, o forte ponto de atração da série Mathias e Virgulina foi sempre falar pouco em mercadoria e atrair mais a presença do público pelo pitoresco do anúncio, por sua originalidade, por seu caráter polissêmico, imbuído de várias nuances de nossa brasilidade: a música, o espírito carnavalizado, o futebol, a negritude, a miscigenação, o chiste, o espírito zombeteiro, a seresta, a inserção da palavra “povo”, a briga comercial entre as casas comerciais concorrentes, que será uma constante nos anos 1920/1930: “Povo! Não comprem Louças, Alumínios e Artigos de fantasia sem ver primeiro os preços da célebre dupla Virgulina e Mathias.”

Nessa perspectiva, na matéria “A Tradicional Casa Mathias e o seu aniversário”, percebemos a importância da palavra “povo”, o que significa que o público da campanha da série Mathias era justamente as camadas mais baixas e médias da população, mas também “todas as classes sociais”, daí o sentido popular – e porque não dizer do negro, porque o negro é povo, não elite, no Brasil: “Em oito de novembro último festejou a Casa Mathias, por entre júbilo geral, mais um aniversário de existência proveitosa e útil à cidade e à economia do seu povo. E quando falamos ‘povo’ estamos como que vendo aquele aluvião de pessoas de todas as classes sociais e de todos os pontos da cidade, que tem na antiga e tradicional casa a sua preferida inigualável.”<sup>422</sup>

Por outro lado, reconhecemos que a história da propaganda brasileira e o registro da importância da Casa Mathias ainda tem que ser revisto. Se o próprio Seth, em depoimento no final dos anos 1940, destacou que essa série “marca uma época, e não poderá deixar de figurar na história que alguém algum dia poderá fazer da publicidade no Brasil”, doravante, na história da publicidade brasileira - cuja bibliografia é escassa e pobre – não houve ainda um registro à altura do papel dessa série, não obstante o reconhecimento do papel de Seth, na história de nossa publicidade, por parte de historiadores e críticos como Herman Lima e Leonel Kaz. Curiosamente, um anúncio da Casa Mathias é publicado na enciclopédia “Nosso Século” mais como um fator cultural do que propriamente publicitário, pois está contida no capítulo sobre o compositor Noel Rosa, que, por sinal,

<sup>422</sup> A Tradicional Casa Mathias e o seu aniversário, jornal não identificado, 9 de novembro de 1943.

mantinha uma propaganda da Casa Mathias anexada em seu caderno de anotações. E justamente no que se refere ao álbum retrospectivo “100 Anos de publicidade no Brasil”, aparecem dois outros trabalhos feitos por Seth, sobre o “Pó de Arroz da Elite Trian” e o “Elixir de Inhame”, evidenciando que marcou-se alguma referência para a posteridade, mas que, entretanto, ao conjunto da obra é necessário um reparo histórico.

#### 4.8 O CARICATURISTA E SEU IDEÁRIO NA PUBLICIDADE:

O caricaturista Seth criou alguns dos mais interessantes cartazes humorísticos no campo da publicidade brasileira, e determinadas propagandas de sua autoria, como “AGUENTA VIRGULINA!... tua avó já foi dançarina...”, em que há clima de gafeira encima de um avião, publicado em “A Noite” de 7 de novembro de 1945 (fig. 121); ou “Arraial! Arraial! Santo Antonio – São João – São Pedro”, um piquenique que traz a irônica legenda “Três romarias. Comam e bebam a vontade, quem paga é o trouxa do Mathias”; ou ainda o cartaz de 8 de novembro de 1947, “Cocheiro e de Cartola!” - “Firme Mathias. Logo mais vais comer gato assado à espanhola”, constituem, ao nosso ver, entre os mais significativos e originais cartazes da caricatura publicitária, pelo estilo rembranesco, a graça dos personagens, o expressionismo das figuras, a originalidade da mensagem, o chiste da piada envolta num grotesco suave. O cartaz “Cocheiro e de Cartola!” vem acompanhado pela seguinte legenda:

“Força, Mathias. Força.  
Estás ficando maduro.  
Eu te dou mingaus, mas qual!!!  
Estás velho. Já não pulas mais muro

Dança, Virgulina. Dança.  
Como estás linda, ó tentação.  
Estou velho, estou.  
Agora só com muito chá de manjerição.

Povo! 33 anos de lutas  
Espero fazer mais (talvez).  
Virgulina no fim do ano,  
Vamos dar um prédio a cada freguês.

Estes versos foram feitos  
Pelo poeta "Parteiro dos Nascimento"  
Por esta porqueira  
Paguei Quatro Mil e Oitocentos.”<sup>423</sup>

<sup>423</sup> MARINS, Álvaro (Seth). Cocheiro e de Cartola!. *Correio da Noite*, ed. de 8 de novembro de 1947, p.7

Assim, cabe a indagação se, para Seth, os cartazes publicitários de sua autoria chegariam ao patamar de obra de arte, de objeto artístico? Qual a própria opinião do caricaturista? É possível o cartaz publicitário chegar a essa instância artística?

Analisando a importância do cartaz, o historiador francês Lo Duca, numa das monografias da série “*Que Sais-Je?*”, observa: “Por vezes, surge uma pergunta que se julga insidiosa: O cartaz é uma arte? O que não tem senso; a pintura é uma arte, mas os salons prosperam e fazem a exibição de toda a má pintura do ano. Vemos, portanto que não é o batismo que conta - que a pintura seja ou não seja arte - mas a consistência da obra. O cartaz é um meio plástico que pode atingir um alto valor estético, qual a idéia, a invenção, a *trouville* dominam toda a obra de arte, e deve seguir as regras fundamentais que não são sempre cânones de beleza, mas observações psicológicas”.<sup>424</sup>

O que o autor diz do cartaz aplica-se também a valores de síntese e brevidade, de par com o seu impacto na imprensa: “O poder manifesto desse instrumento de propaganda - comercial ou outra - explica-lhe a difusão e a intensidade. A difusão lhe conferiu uma importância social e estética que tem relações com a da imprensa, o cinema e do rádio, mas que tem muito pouco que ver com as artes tradicionais. Sua intensidade permite considerar sua influência sobre as artes, os costumes e a economia. [ . . . ] É ao cartaz que se deve o gosto da síntese e da rapidez, e a tendência para uma brevidade que não é necessariamente segura. De qualquer modo, o cartaz faz parte de nosso mundo: é portanto nosso direito ser curioso a seu respeito.”<sup>425</sup> Por conseguinte, Herman Lima reputa para o anúncio comercial o mesmo valor do cartaz:

“Fundado nos mesmos princípios que devem caracterizar o cartaz, uma vez que a finalidade de ambos é a publicidade tendente a despertar interesse em torno de um produto ou de um acontecimento, dão-se apenas, a separá-los, duas contingências essenciais que, no entanto, não lhes afetam a substância. A primeira é a das dimensões. O cartaz destina-se a encher grandes espaços, nos muros, nos bondes, nos tapumes, porta das casas de espetáculo, nas paredes das estações de estradas de ferro, ao passo que o anúncio se reduz a preencher o conteúdo de uma página, quando não de uma coluna ou um canto de

<sup>424</sup> LO DUCA. In: **História da Caricatura no Brasil** (Herman Lima). 2º v. RJ: José Olympio, 1963. p.695

<sup>425</sup> **Idem.**, p. 695

periódico. A outra vem da apresentação gráfica, por ser o cartaz geralmente confeccionado com grande riqueza de cores, ao passo que o anúncio se destina, dum modo também geral, a reproduções monocromas. O anúncio colorido é a exceção numa revista. Nem por isso, entretanto, há que considerá-los de modo diverso.”<sup>426</sup>

O procedimento de Seth em relação ao cartaz comercial também configura-se na mesma linha preconizada por Lo Duca, atribuindo ao cartaz publicitário a possibilidade de atingir um alto valor estético, por seu caráter inventivo, original, não necessariamente ligado a cânones de beleza, mas imbuído dos caracteres psicológicos de um povo, de uma coletividade. Ele era também um crítico das fórmulas modernas da publicidade, fórmulas que denominava “estandardizadas”, massificadas, muito semelhantes entre si, chamando pouca atenção à memória do espectador. Nas palavras do publicitário Seth:

“Hoje, porém, tudo se revela cada vez mais pelo uso das formas estandardizadas e os anúncios modernos apesar de muito bem feitos, mas seguindo esse estilo de semelhança entre si, acabam por desinteressar e habituar os olhos do leitor, que passa a não distinguir propriamente os produtos anunciados, não obstante gostar dos anúncios. Nos tempos de vida menos intensa, de há uns anos passados de publicidade mais rara, - quando não havia ainda a concorrência extenuante de hoje, que obriga ao próprio reclamista usar processos de produção em massa - era talvez mais racional, mais lógico, e mais agradável a psicologia do leitor, os sistemas de anúncios feitos mesmo sem organização de especialistas, mas destacando-se melhor na atenção do povo pela originalidade. Nesse tempo, os bons anúncios eram quase imaginados por curiosos, homens de letras e artistas, sem pretensão a especialidade publicitária, que concebiam uma idéia, um anúncio comercial, da mesma forma que faziam para uma colaboração de jornal ou para um quadro.

Sem serem aprimorados na forma, como os de hoje, muito foram os anúncios que aqui se fizeram, e que deixaram memória: anúncios que não saíam de grandes e especializados departamentos de propaganda, mas muitas vezes feitos encima dos joelhos, a mesas dos cafês, em meio a um cintilante espírito boêmio: revestiam-se, por vezes, de idéias originais, ou superiores concepções de espírito, e por isso mesmo agradavam a qualquer leitor. Ou porque as atividades do tempo eram menos intensas e tais coisas se fixavam melhor na memória ou porque eram realmente interessantes. O fato é que

---

<sup>426</sup> LIMA, Herman. **História da Caricatura no Brasil**. 2º v. RJ: José Olympio, 1963. p. 695/696

surgiram aqui muitos anúncios que deixaram fama e ainda hoje perduram.”<sup>427</sup>

De uma dessas campanhas, a do xarope de Jataí Prado, Seth lembrava como antológica: eram três cabeças. A primeira, um sujeito magro e doente – com a legenda “eu era assim”; a segunda, uma caveira, com os dizeres, “cheguei a ficar quase assim”; e finalmente a terceira - um sujeito bonito e forte - dizia: “mas graças ao xarope de Jataí Prado consegui ficar assim”. Outra que considerava ter marcado época, pela sua superior finura e ironia, era a do Rhum Creosotado. Afixados em bondes, os versos desse antigo anúncio causavam a admiração dos transeuntes:

“Veja, ilustre passageiro,  
O belo tipo, faceiro,  
Que o Sr. tem ao seu lado  
E no entanto, acredite,  
Quase morreu de bronquite  
Salvou-o o Rhum Creosotado”<sup>428</sup>

Essas idéias são importantes para o caricaturista, pois em seu depoimento, formula:

“Isto, álias, não é de admirar, se considerarmos que tais anúncios eram, às vezes da lavra de eminentes figuras da literatura nacional, como Emílio de Menezes, que assinava humoristicamente Gabriel do D’Anúncio, ou como Bastos Tigre, que durante algum tempo brindou os leitores de D. Quixote com as suas notáveis Bromiliadas, anúncios do Bromil em versos de puro estilo camoniano repetindo sempre ao alto da página, como epígrafe que se ajustava plenamente ao espírito publicitário da produção aquele celebrado verso do autor dos “lusíadas”, cantando, espalharei por toda a parte... Coisas desta natureza era como se vê própria de uma época mais calma, mais boêmia, e mais romântica.”<sup>429</sup>

Nestes termos, dos gêneros de ilustração em voga, a caricatura foi privilegiada pela publicidade como linguagem mais direta de comunicação e recurso ideal para o impresso, sobretudo em tempos de “reclame”, fosse pelo

<sup>427</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória – Viagem de um artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**, edição de 7/9/1947. p. 3

<sup>428</sup> **Idem.**, p. 3

<sup>429</sup> **Ibid.** p. 3

clima de circunstância, ritmada com o episódico, fosse pela fácil leitura da mensagem, independente de legenda, em consonância com a própria natureza e dinâmica da comunicação publicitária. O didatismo do desenho contribuía para a imediata absorção da mensagem numa sociedade - nunca é demais perceber - de baixa escolaridade.

As figuras do panorama político nacional e os tipos urbanos característicos foram intensamente utilizados a favor da colocação dos produtos no mercado. O caricaturista Voltolino, de São Paulo, a serviço da propaganda praticamente pôs em cena a morfologia social da cidade ao valer-se destes esquecidos, mas efetivos, representantes sociais: o tocador de realejo, o pequeno jornaleiro, o guarda de porrete, a baiana com o tabuleiro de quitutes repleto de Lacta e Guaraná. Seth, por sua vez, trouxe todo o seu carioquismo com a mulata-negrinha e o português Mathias que encantavam o público em estrepolias, onde o espírito da festa e do carnaval carioca estavam presentes.

Insista-se que a ligação estreita da caricatura e publicidade mantém-se até o presente, disseminando-se poderosa pelos meios de comunicação, consagrando o traço rápido do desenho caricato como linguagem preferencial das tantas mídias em tempos de acelerados processos digitais – analisa a historiadora Ana Luiza Martins.<sup>430</sup>

E sobre a caráter de atualidade e modernidade, é importante destacar que os cartazes da Casa Mathias (mesmo depois da morte do criador, em 1949) continuaram a ser publicados, como observamos no cartaz “Arraial! Arraial! Santo Antonio – São João – São Pedro”, publicado em 1950, ou num cartaz publicado em O Globo, no início dos anos 1960, conforme podemos observar em recente exposição sobre a história desse jornal.

Continuando a questão da caricatura como arte na publicidade, ou do cartaz publicitário artístico, lembra ainda o caricaturista dos primeiros concursos artísticos no gênero, instituídos em 1909/1911, que premiou artistas como Artur Lucas, K.Lixto e Vasco Lima, entre outros, na área de grafismo:

<sup>430</sup> MARTINS, Ana Luiza. In: **Humor, Traço e Cia**. São Paulo, FAAP. 2003. p. 62

“Jamais me esquecerei, por exemplo, do brilho e da notável publicidade com que se revestiu o primeiro concurso de cartazes que assisti no Rio. Foi instituído pelos fabricantes de Bromil e da Saúde da Mulher, e a ele concorreu a maioria dos mais ilustres artistas da época, com interesse digno do mais elevado certame de arte, realizado numa época em que tais empreendimentos surgiam raramente e sem o frio caráter dos casos comerciais era natural que o concurso houvesse alcançado o grande êxito de uma nota de arte, porquanto os concorrentes agiram com mais espírito de intelectualidade que de ganância.

Lembro-me que essa exposição de cartazes apresentada no antigo saguão da Associação dos Empregados do Comércio, constitui uma verdadeira nota de arte, pelo esforço, pela sinceridade dos artistas, e pela beleza dos trabalhos apresentados. E foi ao mesmo tempo uma dupla vitória de publicidade para a empresa, pois não faltou, também no final, a proverbial desavença dos artistas por causa do primeiro prêmio, acompanhada de um bate-boca na imprensa.”<sup>431</sup>

O que é realmente inegável é o bom gosto de quase todos os anúncios ilustrados desse tempo, no começo do século, especialmente no traço de Julião Machado, embora transpareça em vários deles muito do toque sutil da arte de um Mucha. De par com a estética visual, há outra modalidade também muito curiosa do anúncio brasileiro no passado, que a série Casa Mathias iria dar continuidade, dentro do espírito “romântico” que Seth criava suas campanhas. Trata-se da propaganda em versos, posto em voga desde os tempos das rodas da Colombo e do Café Papagaio, entre os nossos grandes boêmios das letras e das artes daquela época, e renovada, com imensa popularidade, pela revista D. Quixote, de Bastos Tigre, a partir de 1917, anonimamente ou sob a assinatura de alguns dos nossos poetas de maior relêvo, emoldurados por um desenho em geral primoroso de K. Lixto ou outro ilustrador, o que foi a inovação daquela revista. A propaganda da Casa Mathias, por sua vez, tinha versos e textos criados “por alguns dos nossos melhores poetas” (fig. 122), conforme o autor:

“OH! MAQUINISTA APITA NA CURVA  
A negrada vai toda com fome até parece formiga saúva  
Vão todos com os dentes bem afiados para o arraial de S. João.  
No fim vai haver o diabo, até os músicos têm de fugir de rabeção”<sup>432</sup>

<sup>431</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória. **Gazeta de Notícias**: Edição de 7/ 9/ 1947. p. 3

<sup>432</sup> Casa Mathias. OH! Maquinista Apita na curva. **A Manhã**. 20 de junho de 1949. p. 10

A criatividade da campanha da Casa Mathias era tal, que uma vez, no Jornal “A Noite” de 1946, o próprio Sr. Mathias da Silva apareceu em foto transfigurado de personagem, com o seguinte irônico texto:

“ OH! BOCA DE SAPO VELHO!!!  
VENHAM VER O MATHIAS DESDENTADO

Oh! Mathias desdentado, Oh! Mathias desdentado!  
Todos gritam: Oh! Que triste situação...  
Oh! O bicho não morde mais...  
Sim! Não mordo, mas faço cócegas e comichão...  
1946 --INVERNO – 1946 ”<sup>433</sup>

Esse espírito romântico na criação de peças publicitárias, nas palavras do próprio caricaturista, criavam anúncios feitos em meio a um cintilante espírito boêmio, a mesas dos cafés e que não saíam de grandes e especializados departamentos de propaganda: por isso revestiam-se, na opinião do próprio Seth, como já assinalado, de idéias originais ou superiores concepções de espírito. Seth, em contrapartida, criticaria a criação massificada e estandarizada da publicidade:

“A publicidade é propensão natural de cada um, e os seus efeitos de organização comercial para as coletividades, variam muito, segundo os indivíduos, povos, ambientes e épocas... Quando muito, no que se refere a publicidade como ciência podemos confiar em alguns dos seus princípios básicos e gerais. Deixando o resto por conta da inteligência, da argúcia de cada um, e das iniciativas de emergência que o leitor fica desde logo preparado para conhecer o artigo que o anunciante quer vender-lhe. Se se trata de sabonete, aparece, no banho, um *rosado babi* todo envolto em flocos de espumas; nos anúncios de automóveis, geladeiras, conservas alimentícias, etc, o artista ou o fotógrafo reproduz sempre uma conta onde o assunto principal – o artigo que se quer vender – aparece sempre em destaque. São como se vê sempre os mesmos tipos de anúncios de concepção banal e terra-a-terra, parecendo sempre uns com outros, nos sentidos e na forma, o que nos dá uma evidência bem flagrante do espírito de padrão de um povo e de uma época, intensamente industriais.”<sup>434</sup>

<sup>433</sup> Propaganda da Casa Mathias: OH ! Boca de Sapo Velho. **A Noite**, Inverno de 1946. p. 6

<sup>434</sup> SETH, Reminiscências de. Nas Asas da Memória – Viagem de um artista em torno de si mesmo. **Gazeta de Notícias**, edição de 7/9/1947. p. 3

Os anos 1930, conforme informa Renato Castelo Branco e Fernando Reis, em “História da Propaganda no Brasil”, também seriam marcados pelo aparecimento dos primeiros livros e tratados publicados no Brasil sobre o segmento publicitário, particularmente em 1935. Mas sobre isso o caricaturista também tinha um posicionamento crítico:

“Dos tratados de arte publicitária que compilei e li nenhum deles confesso sem pretensões, me trouxe propriamente novidades especiais. As regras e os princípios que ali se expoam já os conhecia e a minha experiência cotidiana de produção, e através da própria observação e interesse que sempre estudei os anúncios publicados nas revistas estrangeiras, principalmente, nas americanas. Daí uma certa desconfiança com que sempre olhei os ‘Doutores’ formados em publicidade e a tendência um tanto jatanciosa de elevar a propaganda quase ao grau de ciência matemática...”<sup>435</sup>

Entretanto, apesar de defender um estilo de publicidade não estandardizada, Seth também tinha uma visão moderna sobre esse meio. No tocante a utilização do recurso fotográfico, ele diria:

“Apesar de artista, acho essa invasão da fotografia perfeitamente lógica no campo da publicidade comercial nesta época em que vivemos, afinal de contas, o que deve predominar na quase totalidade da propaganda é o que a própria palavra diz: ‘propagação’, isto é, ‘quantidade distribuída, que possa ser vista da maior forma possível’. Sempre julguei que em teoria publicitária, a ‘qualidade’ perde para a ‘quantidade’, pois mais vale um mal anúncio muito visto do que um perfeito pouco exibido. Isto claro está, é um princípio, uma tese que apenas se pode admitir, mais que a nenhum digno especialista da arte da publicidade seria lícito usar, deliberadamente. Por isso mesmo, os americanos tem sabido aliar o útil ao agradável fazendo os mais lindos e os mais perfeitos anúncios, numa profusão admirável. Vejam-se, por exemplo, as edições do Evening Saturday Post e de outras revistas populares americanas, de colossal tiragem, onde os anúncios chamam mais atenção do que o próprio texto de redação.

O que, porém, surpreende no americano, é a perfeita realização dessas idéias comuns. Um desses anúncios numa revista americana dá gosto ver: e tal como um caixeiro ambulante, a passar de mão em mão,

---

<sup>435</sup> *Idem.*, p. 3

oferece ao expectador a visão perfeita das coisas que o anunciante quer vender. Tudo, nesse anúncio caminha numa perfeita harmonia: o artista que desenhou e pintou, o gravador que gravou, o impressor que imprimiu, o redator que fez o texto. Com a expansão vertiginosa da publicidade, a fotografia correu em socorro do ilustrador, e quase o vai suprimindo. É mais prática, mais rápida, mais natural para determinados assuntos. É o que convém ao anunciante.”<sup>436</sup>

---

<sup>436</sup> **Ibid.**, p. 3