

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
INSTITUTO DE ARTES  
DEPARTAMENTO DE ARTES VISUAIS  
BACHARELADO EM HISTÓRIA DA ARTE

Flávia Pinheiro Ampessan

## Visualidades na obra de **Nelson Jungbluth**

como Diretor de Arte na Varig

Porto Alegre, 2018



Flávia Pinheiro Ampessan

# **Visualidades na obra de Nelson Jungbluth**

---

como Diretor de Arte na Varig

Trabalho de Conclusão de Curso, apresentado ao Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em História da Arte.

Orientadora: Profa. Dra. Joana Bosak de Figueiredo (UFRGS)

Porto Alegre

2018

### CIP - Catalogação na Publicação

Ampessan, Flávia Pinheiro  
Visualidades na Obra de Nelson Jungbluth como  
Diretor de Arte na Varig / Flávia Pinheiro Ampessan.  
-- 2018.  
119 f.  
Orientadora: Joana Bosak de Figueredo.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação) --  
Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto  
de Artes, Curso de História da Arte, Porto Alegre,  
BR-RS, 2018.

1. Nelson Jungbluth. 2. Visualidade. 3. Design  
Gráfico. 4. Ilustração. 5. História da Arte. I.  
Figueredo, Joana Bosak de, orient. II. Título.

Elaborada pelo Sistema de Geração Automática de Ficha Catalográfica da UFRGS com os  
dados fornecidos pelo(a) autor(a).

Flávia Pinheiro Ampessan

**VISUALIDADES NA OBRA DE NELSON JUNGBLUTH  
COMO DIRETOR DE ARTE NA VARIG**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Instituto de Artes da Universidade Federal do Rio Grande do Sul como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharela em História da Arte.

Aprovado em: 18 de dezembro de 2018.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Paulo Gomes - UFRGS

---

Profa. Dra. Marina Bortoluz Polidoro - UFRGS

---

Profa. Dra. Joana Bosak de Figueiredo - UFRGS (orientadora)

## AGRADECIMENTOS

À família de Nelson, que me acolheu e deu insumos para que essa pesquisa ganhasse vida. Rafa e Sue, muito obrigada!

Entramos verdinhos no “mundo real”, achando que um diploma na mão vai resolver nossas vidas. Mal sabia eu que a vida só começa de verdade quando completamos 18 anos. Tanta gente já entrou e saiu da minha vida nesses 9 anos de História da Arte (sim, quase uma década!), mas hoje eu dedico essas páginas aos bons que nela permaneceram.

Agradeço à minha orientadora querida, por toda a força e conselhos que me permitiram finalizar este trabalho, e por me mostrar que ele não era o bicho de sete cabeças que eu tanto temia enfrentar. Aos membros da banca, Paulo, por validar minha escolha de pesquisa, e Marina, minha coorientadora do coração! Obrigada por representarem tão bem todos os professores que me acompanharam até aqui.

Às Carois, por me darem de presente este lindo tema, que cativou e coloriu minha vida nos últimos meses, e também (principalmente!) por não desistirem de mim, apesar de furar vários encontros de turma. Vocês são o que levo de melhor desse curso, com certeza.

Ao Cauê, por puxar minhas orelhas toda semana, me cobrando e insistindo quando eu queria mesmo era jogar tudo para o alto e desistir. Por ser meu companheiro e melhor amigo, por me amar mesmo quando eu não era muito amável. Encerro esse ciclo orgulhosa de nós, e ansiosa para começar os próximos juntos!

Ao meu pai, pelo importante ensinamento de que todo o conhecimento é válido e nunca em vão, que me ajudou em momentos de incerteza e hesitação ao longo de todos esses anos na graduação. E, claro, pela educação exemplar e amor incondicional (mesmo que nenhum dos filhos tenha escolhido a engenharia como profissão).

Por último, a pessoa que sempre moveu oceanos para me proporcionar o melhor, que desejou tanto uma filha que, além disso, ganhou uma amiga. Uma mulher forte, que sempre apoia e acredita no meu potencial, e me ensinou tanto que agora eu me sinto confiante de ensiná-la também. Mãe, obrigada por tudo, do fundo do meu coração!

“Meu conselho para todos os que querem se encontrar é ficarem bem onde estão. Do contrário, é grande o risco de se perderem para sempre.”

**Jostein Gaarder**

## RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo compreender a trajetória de Nelson Jungbluth (1921 – 2008), nascido em Taquara/RS, como ilustrador publicitário e designer gráfico na Viação Aérea Rio-Grandense (Varig), em que trabalhou por 35 anos como diretor de arte. Neste período, ele redesenhou a identidade visual da companhia, criando a icônica Rosa dos Ventos, e ainda produziu, entre muitos outros materiais, um número significativo de ilustrações utilizadas tanto para cartazes de divulgação como calendários que serviam de brinde para os clientes e parceiros da Varig. Através da coleta e organização de dados biográficos e parte do material produzido por Jungbluth neste contexto, busca-se evidenciar o modo como o artista gráfico estabelece um discurso visual próprio, e entender como ele ajuda a construir um imaginário do Brasil naquele período, especificamente entre as décadas de 1950 e 1970. Além disso, visa validar a qualidade gráfica e visual desta produção a partir de leituras de imagem, interpretando-a a partir do viés das Histórias da Arte e da Cultura.

**Palavras-chave:** Nelson Jungbluth, visualidade, design gráfico, ilustração

## **ABSTRACT**

This research has the purpose of understanding the path of Nelson Jungbluth (1921 - 2008), born in Taquara/RS, as an advertisement illustrator and graphic designer at Viação Aérea Rio-Grandense (Varig), in which he worked for 35 years as an Art Director. In this period, he redesigned the company's visual identity, creating the iconic Compass Rose, and even produced, among other material, a significant number of illustrations used both for advertising posters and calendars that served as giveaways for clients and Varig's business partners. Through gathering and organizing biographic data and part of the material produced by Jungbluth in this context, this research tries to show how he has helped to build an image of Brazil in that period, specifically between the decades of 1950 and 1970. Besides that, it aims to validate the graphic and visual quality of this production by doing image analysis, interpreting it from the point of view of Art and Cultural Histories.

**Keywords:** Nelson Jungbluth, visuality, graphic design, illustration



## LISTA DE FIGURAS

Figura 0 – Antiga capa de menus de bordo da Varig.....	Capa
Figura 1 - Logo da Varig sem identificação .....	13
Figura 2 - Ateliê de Nelson Jungbluth em sua casa.....	14
Figura 3 - Nelson Jungbluth aos quatro anos de idade .....	16
Figura 4 - Página de história em quadrinhos da revista <i>O Guri</i> , 1942.....	18
Figura 5 - Rascunhos de Nelson Jungbluth.....	19
Figura 6 - Cartaz Varig do tucano .....	21
Figura 7 - Ícaro, símbolo da Varig até 1963 .....	22
Figura 8 - Geração de alternativas para o logotipo da Varig.....	23
Figura 9 - Nota do jornal Diário do Paraná sobre concurso .....	24
Figura 10 - Anúncio da Varig no jornal Última Hora .....	26
Figura 11 - Identidade visual da Varig a partir de 1962 .....	26
Figura 12 - Identidade visual do Metrô de São Paulo .....	27
Figura 13 – Identidade visual dos biscoitos Piraquê .....	28
Figura 14 - Cartaz da 3ª Bienal do Museu de Arte Moderna de São Paulo.....	29
Figura 15 - Avião DC - 10 da Varig .....	31
Figura 16 - Rascunhos para a marca da CEEE.....	33
Figura 17 - Propaganda da CEEE no jornal Diário de Notícias.....	33
Figura 18 – Pintura original para calendário Varig .....	35
Figura 19 - Cartazes de Guy Georget, 1963 .....	37
Figura 20 - Cartaz Sul Varig.....	38
Figura 21 - Página de calendário Varig de Abril de 1972 .....	39
Figura 22 - cartaz Brasil com pássaros .....	41
Figura 23 - Cartaz Varig do gaúcho e prenda.....	42
Figura 24 - Ilustração de escocês tocador de gaita .....	46
Figura 25 - Membros da Banda do Regimento Real da Escócia .....	47
Figura 26 - comparação entre as obras de Holbein e Jungbluth.....	48
Figura 27 - Pintura para calendário.....	51
Figura 28 - Obras <i>Abaporu</i> e <i>Antropofagia</i> de Tarsila do Amaral .....	52
Figura 29 - Detalhe da obra com índio e assinatura do artista .....	55
Figura 30 - Cartaz New York Varig.....	56
Figura 31 - Os cavalos de Nelson pós Varig .....	58
Figura 32 - Cartaz Varig Japão .....	108
Figura 33 - Cartaz Tokyo da Varig .....	108
Figura 34 - Calendário Varig 1972.....	109
Figura 37 - Menção do nome de Nelson como sócio da MPM Propaganda .....	110
Figura 38 - Anúncio de Feliz Ano Novo da Varig para 1960.....	111
Figura 39 - Emblema da Varig: concurso .....	112
Figura 40 - Ata do julgamento do Concurso Emblema Varig.....	113
Figura 41 - <i>Vocês viram Rubem Berta por aí?</i> .....	114

## SUMÁRIO

INTRODUÇÃO .....	11
1. TODOS OS CAMINHOS LEVAM À VARIG .....	16
1.1. PRIMEIROS PASSOS, PRIMEIROS TRAÇOS.....	16
1.2. A ESTRELA DE QUATRO PONTAS .....	22
1.3. PIONEIRO DO DESIGN GRÁFICO RIO GRANDENSE?.....	26
1.4. (BÔNUS) ROUBO DE IDENTIDADE: A HISTÓRIA DA CEEE.....	32
2. CONSTRUINDO UM IMAGINÁRIO DE BRASIL .....	34
2.1. OS IMPRESSOS DA VARIG .....	35
2.2. O GAÚCHO, A PRENDA .....	43
2.3. O ESCOCÊS .....	47
2.4. AMAZÔNIA.....	52
2.5. NEW YORK, NEW YORK.....	58
3. UM LEVANTAMENTO NECESSÁRIO .....	63
CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	81
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	85
ANEXOS .....	88

## INTRODUÇÃO

Muitos *designers*, formados em escolas ou autodidatas, têm interesse sobretudo por coisas de boa aparência e bom funcionamento; para eles, a tarefa só está cumprida quando se fundem as necessidades práticas e estéticas. O que um designer faz não se restringe a nenhuma ideia ou forma em particular. O design gráfico abrange todo tipo de problema de comunicação visual, desde anúncios de nascimentos até cartazes de rua. (RAND *apud* ARMSTRONG, 2015, p.78)

Início este texto com o comentário de Paul Rand pois acredito que ele norteia todo o escopo deste trabalho. Apresentarei aqui o esforço de uma vida dedicada à boa forma, de uma pessoa que viveu pelo e para o desenho, e dele colheu muitos frutos, muitos dos quais trataremos nas páginas a seguir.

A monografia de conclusão de curso faz parte de um momento decisivo na vida do estudante. Escolher um tema sobre o qual se debruçar pelo período aproximado de um ano deve ser feito com muita cautela e apreço, e deve estimular a curiosidade e senso investigativo de quem opta pela jornada acadêmica.

Confesso que, ao início deste ano, eu não fazia ideia de qual assunto iria roubar boa parte da minha atenção pelos meses que viriam. Entretanto, sabia que teria algum vínculo com o Design Gráfico, área de minha primeira graduação, pois existia uma parte inquieta em mim que gostaria de entender melhor a dinâmica entre essas duas disciplinas tão interessantes que são, de certa forma, complementares.

Foi um misto de alívio e surpresa me deparar com um tema pouquíssimo explorado por outros pesquisadores, pois ele parecia se encaixar perfeitamente em meus anseios como uma pesquisadora interdisciplinar. Este é um trabalho de conclusão no curso de História da Arte, mas que expande seus limites para uma História da Visualidade e da Cultura, pois, já que, desde que o Fim da História da Arte foi anunciado por Hans Belting nos anos 1980, ficou claro que aquela forma de narrativa baseada em uma concepção única de arte e acontecimento artístico já não acompanhava mais as novas formas de pensar e produzir arte. Segundo ele:

A oposição entre arte e vida, da qual a arte retirou suas melhores forças, dissolve-se hoje no momento em que as artes plásticas perdem os seus limites

assegurados diante de outros meios e sistemas de compreensão simbólica. Esse desenvolvimento oferece oportunidades, mas também problemas para o futuro de uma disciplina que justificou a si mesma pela delimitação de seu objeto (a arte) perante outros domínios do saber e da interpretação (BELTING, 2006 p. 173).

Com isso, entendo que, por mais que as obras exploradas nesse trabalho não tenham sido feitas com intenções intrínsecas do campo da Arte, elas possuem valores visuais a ele relevantes, e se a arte pode expandir seus limites para além dela mesma, outras áreas também podem da arte se aproximar.

Nelson Jungbluth (1921 – 2008) foi ilustrador, designer gráfico, publicitário e artista. Focarei aqui nos três primeiros, mais especificamente no trabalho que ele realizou como Diretor de Arte da Varig (Viação Aérea Rio Grandense), a primeira companhia aérea do Brasil, fundada em 1927. Ao longo de 35 anos, Nelson foi responsável pela criação e supervisão de incontáveis materiais de divulgação, além estruturar sua comunicação visual, criando uma nova identidade visual, a Rosa dos Ventos que marcou o imaginário da população rio-grandense. Além disso, criou ilustrações para os calendários que, por muitos anos, foram objeto de desejo para milhares de clientes. Isto acontece porque estes “substitutos baratos da pintura” encantam o olhar do público, criando em torno deles uma aura de “pseudoarte” (ABREU, 2011)

Desta forma, alguns “desafios” foram elaborados para nortear este trabalho, como o de estruturar a trajetória de Jungbluth no ramo da indústria criativa brasileira, descobrir quem foram seus parceiros e aliados, e ainda, o que suas criações significaram para a construção de um imaginário brasileiro, tanto aqui quanto no exterior, no sentido de compreender os significados apropriados visualmente pelo público a partir de análises de alguns de seus trabalhos.

Sabendo da importância da Varig na história brasileira, senti-me na obrigação de abraçar este tema no momento em que, nas pesquisas iniciais deste trabalho, me deparei com a imagem ilustrada na Figura 1. Em um livro que julgava ser uma fonte sólida e até incontestável de referências no campo do Design Gráfico, o logo aparece com a legenda de “autor não identificado”.



Figura 1 - Logo da Varig sem identificação  
 Fotografia da página 327 do livro *Linha de tempo do design gráfico no Brasil*  
 Fonte: fotografado pela autora

Unindo essa informação ao fato de nunca ter ouvido falar do ilustrador em todos os anos como estudante e profissional da área, foram fatores que me motivaram a escolhê-lo este ano. Evidentemente, não posso deixar de mencionar a qualidade visual do material que acabei por encontrar, que foi o que me permitiu, acima de tudo, me apaixonar e persistir neste caminho em momentos de dificuldade.

Como meio de reforçar a justificativa da existência desta pesquisa, apresento trecho citado pela professora doutora Paula Ramos em sua tese de doutorado intitulada “Artistas Ilustradores – A Editora Globo e a constituição de uma visualidade moderna pela ilustração”:

Nas duas últimas décadas, esta situação [da História da Arte Brasileira] tem ensaiado uma mudança de direção, com o crescimento, no país, do interesse de pesquisadores por essa produção visual não voltada propriamente ao meio “artístico”, mas ao da indústria cultural, abarcando ilustrações, capas de livros e revistas, anúncios publicitários, cartazes... imagens, portanto, que existem em função de outros parâmetros e objetivos, muito diversos daqueles subjetivos da arte.” (RAMOS, 2007, p. 5).

Além de fazer levantamento de referencial bibliográfico, pude visitar a casa na qual Nelson morou durante as últimas décadas de sua vida, onde pude conhecer seu ateliê e boa parte das obras que apresento nesta pesquisa, conforme vemos na Figura 2. Graças ao contato com a filha e neto do artista, Sue e Rafael Jungbluth, pude validar informações sobre a cronologia dos fatos na vida de Nelson. Ainda pude conversar com uma ex-funcionária da Varig, Lídia Marques, que me ajudou a entender melhor o processo de trabalho da equipe de comunicação além da história da companhia aérea.<sup>1</sup>

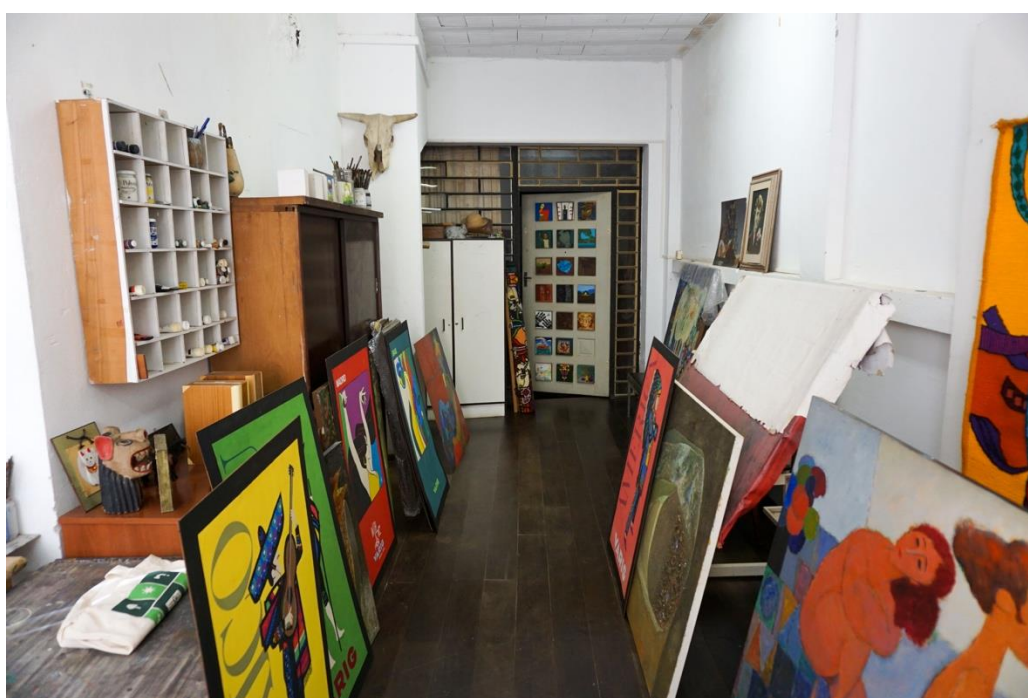


Figura 2 - Ateliê de Nelson Jungbluth em sua casa  
Fonte: fotografado pela autora.

Explico, então, como estruturei este trabalho. Começamos pela biografia de Nelson, na qual exploro suas origens, como ele se tornou ilustrador e quais foram os principais fatores que culminaram em sua entrada e ascensão na Varig, mencionando pessoas importantes para que fosse bem-sucedido na sua trajetória. Após, analiso sua faceta designer, a partir da análise do redesenho da marca da Varig, apontando os motivos por trás dessa mudança e os significados que podem ser atrelados as escolhas visuais de Jungbluth. Por fim, em um subcapítulo extra, contamos a história controversa

---

<sup>1</sup> As entrevistas não foram transcritas pois apresentaram muitas inconsistências nos dados informados, não sendo assim produtivas a ponto de serem incorporadas ao trabalho.

de seu envolvimento na criação da identidade visual de uma das companhias estatais do Rio Grande do Sul.

Esclareço aqui que utilizo os termos identidade visual, logo e marca como sinônimos, considerando que a palavra “logotipo” envolve uma marca que seja visualmente composta a partir de texto. Então, por exemplo, apenas a Rosa dos Ventos seria um logo, já a palavra “Varig”, na tipografia que vemos repetida em vários dos cartazes, seria o logotipo da companhia.

No segundo capítulo, focamos no Nelson como ilustrador publicitário na Varig, contando como se desenvolveu o setor de criação dentro da empresa e qual foi a sua influência para tanto. Depois disso, deixo os dados biográficos para fazer leituras de imagem de quatro ilustrações destinadas tanto para as vitrines de lojas quanto para os calendários da Varig, na tentativa de levantar seus significados para a construção de uma imagem de Brasil que a Varig almejava vender para seus potenciais clientes no mundo afora (e dentro do país também).

Entendo a importância de organizar o material coletado ao longo deste trabalho, por isso, em um terceiro capítulo foi organizada uma tabela com todas as obras identificadas com autoria de Jungbluth e as informações a elas atreladas, de modo a centralizar as descobertas feitas e facilitar o nascimento de futuras pesquisas.

Nas considerações finais, apresento uma reflexão acerca do discurso visual de Nelson com base nas leituras de imagem, buscando entender como elas conversam entre si de modo a construir uma consistência visual para a Varig.

## 1. TODOS OS CAMINHOS LEVAM À VARIG

### 1.1. PRIMEIROS PASSOS, PRIMEIROS TRAÇOS

Nelson Jungbluth nasceu no dia 26 de setembro de 1921, no município de Taquara, no Rio Grande do Sul. Lá, entretanto, manteve apenas suas raízes. Era filho de Alzira e Zulmira Jungbluth, ambos fotógrafos, o que lhe proporcionou um ambiente no qual pôde desenvolver desde cedo sua vocação para o desenho. A família se mudou para Porto Alegre quando tinha apenas seis anos de idade, no momento em que seu pai recebeu uma proposta de trabalho para fotografar operários das indústrias da capital para suas carteiras de trabalho, e após um ano, mudaram-se novamente para Rio Grande. Sua mãe foi considerada a primeira mulher fotógrafa profissional do estado, e era o braço direito do marido no então recém criado estúdio de fotografia, trabalhando também na coloração e retoques das fotos por eles produzidas.<sup>2</sup>



Figura 3 - Nelson Jungbluth aos quatro anos de idade  
Fonte: MORÉ, 2001

Em um clima de prosperidade, Nelson fez seus primeiros traços, influenciado também por Nestor<sup>3</sup>, seu irmão mais velho, que desenhava, por lazer, artistas de cinema

---

<sup>2</sup> Grande parte das informações biográficas sobre Jungbluth foram retiradas de entrevista realizada por Joaquim da Fonseca com o artista, publicada no livro criado em sua homenagem pela Galeria de Arte Mosaico, em 2001, e um vídeo do programa “Histórias” do canal de televisão TVCOM, no qual o artista conta sua história de vida. Este vídeo foi cedido à autora por seu neto, Rafael Jungbluth.

<sup>3</sup> Eram três irmãos, contando Nilo, o mais moço, que, anos mais tarde, iria trabalhar com Nelson na Varig.



da época. Em vídeo, comenta que, ainda em Rio Grande, apaixonou-se por histórias em quadrinhos, em especial pelos traços de Alex Raymond (1909-1956) na criação do herói espacial Flash Gordon (1934).<sup>4</sup> A partir de então, passou a dedicar-se quase que exclusivamente à prática do desenho, fato que acabou fazendo com que abandonasse a escola em seu último ano, nunca mais dando continuidade aos estudos. Entretanto, isto não foi impedimento para que conseguisse construir uma carreira usando o desenho como base. Desde sua adolescência, já ilustrava para a Casa Brasil, fabricante de móveis em Rio Grande, desenhando mobiliários específicos para alguns clientes e criando anúncios de jornal para a empresa. Em entrevista<sup>5</sup>, diz ter criado, aproximadamente neste período, o “slide feito à mão”, que eram ilustrações detalhadas em chapinhas de vidro para serem projetadas no cinema da cidade, para anunciar os filmes em cartaz antes das sessões (como os *trailers* que vemos atualmente). Com as “chapinhas”, conseguiu abrir seu primeiro estúdio, mas perdeu logo o mercado quando foram introduzidos na cidade os *slides* a partir de fotografias. Conseguiu, no entanto, juntar dinheiro suficiente para viajar ao Rio de Janeiro, em 1939, com apenas 18 anos.

Como já possuía alguma habilidade e experiência adquiridas em Rio Grande, foi perseguir o sonho de tornar-se um ilustrador de histórias em quadrinhos, atividade que já vinha exercitando há alguns anos, quando, segundo suas próprias palavras, deveria estar em sala de aula (MORÉ, 2001).

Foi de navio que chegou à capital fluminense, e por lá resolveu ficar. O dinheiro que havia arrecadado (aproximados 800 mil réis) foi se esgotando rapidamente com o aluguel de quarto em uma pensão na Rua Riachuelo, e cedo a busca por trabalho se tornou urgente. Começou fazendo cartazes e cartões para lojas e restaurantes, mas em seguida foi atrás de uma vaga na revista *Suplemento Juvenil*, do grupo *A Noite*, que publicava apenas histórias em quadrinhos, na qual acabou sendo contratado para trabalhar com ilustradores como Fernando Dias da Silva (1920–2012), Sálvio Negreiros (? – ?) e Celso Barroso (? – ?), entre outros. Demonstrava, neste momento, a necessidade de perfeccionismo em suas representações pois, ao ser encarregado de ilustrar uma história intitulada *Cenas da História da Pátria*, fazia visitas a acervos documentais no

---

<sup>4</sup> Encyclopaedia Britannica: Alex Raymond. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Alex-Raymond>>. Acesso em 20/09/2018.

<sup>5</sup> “Homem do Sangue Jovem”, entrevista de Joaquim da Fonseca com Jungbluth, publicada no livro homônimo, organizado por Cristina Barth Moré, 2001.

Museu Nacional de Belas Artes, no Museu Histórico e na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, de onde tirava inspirações para cada capítulo. Além disso, trabalhou na revista *O Guri* (Figura 4), criada por Assis Chateaubriand nos Diários Associados (MORÉ, 2001).



Figura 4 - Página de história em quadrinhos da revista *O Guri*, 1942  
Fonte: MORÉ, 2001

Por indicação de Sálvio Negreiros, que na época ilustrava anúncios para o Colírio Moura Brasil, acabou retomando, então com mais fôlego, o trabalho com propaganda, que, na época, remunerava muito melhor do que os quadrinhos. Seus primeiros trabalhos foram para a companhia de cigarros Souza Cruz, ilustrando figuras femininas fumando cigarros para os anúncios publicitários.

Quando sua vida profissional começara a deslanchar no Rio de Janeiro, as condições precárias de sua moradia tornaram propícia uma infecção pulmonar que, naquela época, era gravíssima e podia levar à morte devido a falta de tratamento adequado. Assim, Nelson foi forçado a retornar para a casa dos pais em Rio Grande, e lá ficou por volta de um ano, até poder retomar sua carreira, mudando-se para Porto Alegre. Foi trabalhar com Pompeu<sup>6</sup>, ilustrador que possuía como um de seus clientes a

<sup>6</sup> Na entrevista, Nelson refere-se a Pompeu como Antônio, entretanto, seu real nome é João Pompeu. Foi responsável pela criação do Mosqueteiro, mascote do Grêmio Futebol Porto-Alegrense, em 1946, quando trabalhou na S.T.A.R., a primeira agência de propaganda do Rio Grande do Sul (CANTO, 2013).

empresa de transportes aéreos Real Aerovias. Este contato foi crucial na vida de Jungbluth, pois abriu as portas para uma oportunidade ímpar, como lemos no trecho abaixo:

Um dia encomendaram-lhe uma série de quadros para as paredes da agência. Era seis ou sete de cenas com paisagens de lugares turísticos, com o aviãozinho sobrevoando. Pompeu passou-me a tarefa que fiz sem problemas, pois sempre gostei de trabalhar com cores. Quando os quadros foram entregues, foi um sucesso. O pessoal da Varig viu os quadros e mandou me chamar. (MORÉ, 2001, p. 31)

Cristóvão Rios, então chefe de propaganda da Varig, convidou-o para trabalhar no setor como diretor de arte, oferecendo-lhe um salário muito maior do que havia ganhado até então. Nelson viu nesta oferta uma oportunidade não apenas profissional, mas de estabilidade financeira que buscava para começar uma família. Deste modo, ingressou na Varig em 1946, casando-se com Odete Suelci Holmer (? – 2018) no ano seguinte.



Figura 5 - Rascunhos de Nelson Jungbluth  
JUNGBLUTH, Nelson | S/d  
Espólio do artista  
Fonte: fotografado pela autora

Em férias no Rio de Janeiro com sua esposa, dois anos depois, encontrou os amigos Sálvio Negreiros e Celso Barroso, então diretores de arte na agência Standard

Propaganda, que o convidaram informalmente para trabalhar com eles, por um salário três vezes maior do que a Varig o pagava na época. Jungbluth aceitou, e retornou ao Rio de Janeiro três meses depois, já desligado profissionalmente da companhia aérea. Entretanto, ao reportar-se para o trabalho, não havia nenhum registro de vaga para ele, o que gerou uma situação bastante constrangedora. A situação foi minimamente resolvida quando lhe oferecem, com autorização de Cícero Leuenroth (1907–1972), diretor da agência, um contrato de experiência de quatro meses. Jungbluth recorda, em entrevista (MORÉ, 2001), que durante aqueles quatro meses, experimentou um bloqueio criativo como nunca antes. Apenas com um grande acúmulo de demandas, conseguiu retomar a ilustração e, além disso, a produção de *layouts* para anúncios, sendo, finalmente, contratado como funcionário.

Em 1950, sua esposa deu à luz a sua primeira e única filha, Maria Sue Jungbluth. Apesar de estar estabelecido no Rio de Janeiro, Nelson ainda recebia pedidos de Cristóvão Rios para que produzisse alguns cartazes para a Varig. Tais cartazes eram encomendados para decorar as vitrines e interiores de lojas da Varig em seus diversos pontos pelo país e, mais tarde, pelo mundo todo. A demanda era criada a partir da disponibilidade de voos de e para determinada cidade: por exemplo, se de Porto Alegre haviam voos para o Rio de Janeiro, a loja de Porto Alegre seria ilustrada com praias e paisagens características da outra cidade, de modo a atrair clientes a essa região.<sup>7</sup> Por estar muito atarefado na Standard e não ter tempo de assumir esta demanda, Nelson sugeriu que, em vez disso, se fizesse um concurso nacional. O concurso foi realizado em 1952, e o primeiro lugar foi para o catalão Francesc Petit (1934–2013) com o cartaz do tucano (Figura 6), que depois viria a protagonizar diversas campanhas para a Varig, inclusive nas propagandas de televisão. O segundo lugar ficou para o artista gráfico Ary Fagundes (1910–1992) (que, nos anos 1960, fez alguns cartazes para a Varig com temática japonesa, possivelmente com a inauguração dos voos a este país), e em terceiro lugar, ficou o próprio Nelson, mas não conseguimos identificar com qual cartaz.

---

<sup>7</sup> Informações cedidas por Lídia Marques, jornalista ex-funcionária da Varig em entrevista à autora, em 29 de julho de 2018.

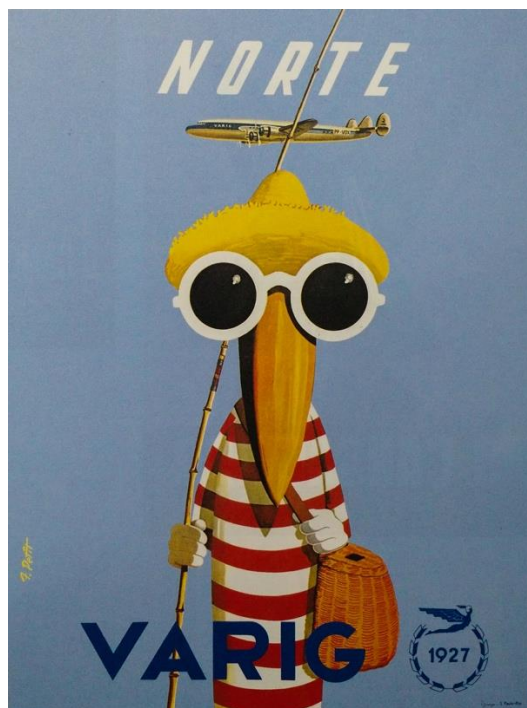


Figura 6 - Cartaz Varig do tucano  
PETIT, Francesc | 1952  
Fonte: MELO, RAMOS, 2011

Por volta de 1954, Nelson retornou a Porto Alegre e à Varig, a convite de Cristóvão Rios, com a promessa de um salário maior do que ganhava na Standard. Esta mudança representou para ele um grande avanço na carreira profissional, pois era visto com novos olhos pelo mercado porto-alegrense. Era um momento de crescimento e estruturação para as agências publicitárias, e Nelson retornava ao Rio Grande do Sul com uma bagagem profissional respeitável. Por esta razão, era solicitado constantemente para fazer trabalhos como *freelancer*, fora do expediente da Varig. Como trabalhava incessantemente e produzia peças rapidamente, sua reputação melhorava a cada encomenda. Era uma produção quase frenética, na qual Nelson criava desde imagens para catálogos, folhetos, anúncios e cartazes, até campanhas inteiras de propaganda. Sua rotina consistia em trabalhar na Varig das oito horas da manhã até o meio-dia, almoçar em casa com a família e ainda fazer alguns rascunhos, depois retornar à Varig por volta de duas horas da tarde, onde permanecia até sete horas da noite. Além disso, passava madrugadas e até finais de semana trabalhando em ilustrações (MORÉ, 2001).

Com o passar dos anos, ele foi ganhando autonomia e responsabilidades dentro da Varig, o que lhe possibilitava maiores experimentações no desenho, além de poder

propor uma mudança na identidade visual da companhia. Até o ano de 1961, era oficialmente utilizado o símbolo do Ícaro (Figura 7), figura mitológica controversa para uma pioneira em aviação no Rio Grande do Sul. Segundo o mito, Ícaro escapou de Creta usando asas de cera criadas por seu pai, Dédalo, mas, contra repetidos avisos de seu pai, voou muito perto do sol, o que causou suas asas a derreter, caindo no mar e morrendo afogado (Oxford Dictionaries, 2018).



Figura 7 - Ícaro, símbolo da Varig até 1963  
Fonte: Twitter Voe Varig<sup>8</sup>

## 1.2. A ESTRELA DE QUATRO PONTAS

Quando, em 1954, a direção da Varig decidiu modificar sua marca para algo que tivesse, ao mesmo tempo, uma simbologia mais positiva e um visual mais contemporâneo e alinhado com as características de seus serviços, Jungbluth passou por um processo criativo no qual testou dezenas de alternativas. Com diferentes símbolos, formatos e cores, ele experimentou inclusive com o próprio Ícaro, até que, após muitos testes, chegou na forma da Rosa dos Ventos, que perdurou até o encerramento das atividades da empresa, mais de quarenta anos depois.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <[https://twitter.com/Voe\\_varig](https://twitter.com/Voe_varig)>. Acesso em: 02/12/2018.



Figura 8 - Geração de alternativas para o logotipo da Varig  
JUNGLUTH, Nelson | s/d  
Espólio do artista  
Fonte: fotografado pela autora

Existe uma controvérsia sobre a aceitação da nova identidade visual por Ruben Berta (1907-1966), diretor da companhia da época. Em entrevista para o canal de televisão TVCOM<sup>9</sup>, Jungbluth comenta que, ao criar a Rosa dos Ventos, ele fez um cartão de final de ano da Varig ilustrando o diretor segurando miniaturas de alguns dos aviões que compunham a frota da companhia em seus braços, e acrescentou o símbolo, de forma discreta, já neste cartão. Segundo o ilustrador, Ruben Berta gostou e aprovou a mudança da identidade visual. Entretanto, a mudança oficial foi realizada apenas em 1961, o que levanta questionamentos. Na conversa com Lídia Marques, funcionária do setor de comunicação da Varig a partir de 1978, ela conta que Berta teria demonstrado certa resistência à Rosa dos Ventos, levando algum tempo para autorizar sua utilização em massa. Além dessa resistência, mesmo depois da troca, o Ícaro ainda foi mantido na carcaça do avião, perto da cabine dos pilotos, por insistência deles mesmos, já acostumados e afeiçoados com a figura.

Para deixar as coisas ainda mais confusas, em 1962, foi publicada uma nota no jornal Correio da Manhã do Rio de Janeiro, no dia 13 de junho, sobre um concurso organizado pelo Instituto de Arquitetos do Brasil para definir um novo emblema para a Varig (Figura 9).

---

<sup>9</sup> Esta entrevista foi cedida à autora pelo neto do artista, Rafael Jungbluth, que possuía os arquivos salvos em formato de vídeo, e faz parte de uma série chamada "Histórias" que passava no canal TVCOM. Nas gravações não consta nenhuma data, mas presume-se que foi gravada nos últimos anos de sua vida, por volta de 2001.

**Uma idéia+Um desenho=Uma viagem a Nova York**

Encontre  
um  
emblema  
para  
a  
VARIG



O Instituto de Arquitetos do Brasil instituiu um concurso público para a realização de um novo emblema para a VARIG. Artistas plásticos, desenhistas e arquitetos podem tomar parte no concurso cujo prazo de encerramento está marcado para o próximo dia 31 de julho de 1962. Uma viagem a Nova York e outra a Buenos Aires são os prêmios para os dois primeiros colocados.

Escreva ou procure as bases do concurso no  
**INSTITUTO DE ARQUITETOS DO BRASIL**  
Av. Rio Branco, 277 - Grupo 1301 - Rio de Janeiro  
ou na Agência da VARIG mais próxima de sua localidade

Figura 9 - Nota do jornal Diário do Paraná sobre concurso  
Curitiba, 14 de julho de 1962

Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Nos dias seguintes, outras notas foram publicadas no mesmo jornal, explicando melhor os requisitos do concurso. Nelas, constava que poderiam inscrever-se como concorrentes arquitetos, artistas plásticos e desenhistas de todo o Brasil até o dia 31 de julho. Ainda explicam que o desenho deveria ser feito sobre fundo branco e teria liberdade na escolha das cores, mas que respeitasse as “listas horizontais azuis” tradicionais da companhia, mostrando que essa escolha não era tão livre assim. O primeiro colocado ganharia uma viagem para Nova York e mais US\$100,00 de auxílio de custo, e ao segundo colocado, o destino seria Buenos Aires. No dia 17 de agosto, os resultados foram publicados no jornal, constando que a “Comissão Julgadora do Concurso para o Emblema da VARIG” contava com o artista e designer Ivan Ferreira Serpa (1923-1973) e o crítico de arte Flávio de Aquino (1919-1987), entre outros. Em



primeiro lugar ficou Alexandre Wollner (1928-2018), famoso designer gráfico brasileiro que estudou na Escola de Ulm, na Alemanha, na época conhecido como professor no Museu de Arte Moderna, e em segundo lugar, Aloísio Magalhães (1927-1982), também designer. Ambos são consolidados como pioneiros na área (BRAGA, 2004 e MARTÍ, 2013<sup>10</sup>) e foram responsáveis pela criação da Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro, em 1963, sendo considerada a primeira instituição de nível superior a ensinar design no país (ALEXANDRE, 2018).

Meses depois, mais precisamente em 4 de outubro, o Correio da Manhã publicou reportagem intitulada “Vocês viram Rubem (sic) Berta por aí?”, escrita pelo crítico de arte Jayme Maurício (1923-). Nela, conta que Wollner tentava há meses entrar em contato com o diretor da Varig, sem sucesso, e ainda dá um “puxão de orelha” em Berta pela negligência, dizendo “Vamos da uma oportunidade a esses môços [sic], ó poderoso Rubem Berta? (...) Na pior das hipóteses, mesmo que nada resulte, aprenderá muito sôbre [sic] comunicação visual e outras idéias jovens e vigorosas.” (MAURÍCIO, 1962).

Com esta descoberta, surgiu uma dúvida pertinente, que diz respeito a quando a Rosa dos Ventos realmente entrou em vigor. Em pesquisa à hemeroteca digital no site da Biblioteca Nacional, sua primeira aparição nos jornais do acervo foi em um anúncio no jornal Última Hora, do Paraná, no dia 31 de maio de 1962. Uma fotografia de rosto de uma aeromoça ocupa o centro inferior da página, e um broche com o símbolo adorna seu chapéu. Abaixo da foto, o símbolo aparece em destaque, ao lado do texto promocional, à direita (Figura 10).<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> *Mostras celebram 60 anos da obra de designer pioneiro Alexandre Wollner*. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/11/1376019-mostras-celebram-60-anos-da-obra-de-designer-pioneiro-alexandre-wollner.shtml>>. Acesso em: 26/09/2018.

<sup>11</sup> Vale deixar registrado que ao pesquisar o nome de Nelson Jungbluth nas buscas da hemeroteca da Biblioteca Nacional, não foi encontrada nenhuma menção aos cartazes, vitrines ou calendários da Varig, entre os anos 1950 e 1989.



Figura 10 - Anúncio da Varig no jornal Última Hora  
Rio de Janeiro, 31 de maio de 1962  
Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

Pode-se concluir, portanto, que a aceitação da Rosa dos Ventos como nova identidade visual da Varig não foi uma escolha unânime e efusiva por parte da diretoria da empresa. Contudo, conforme veremos a seguir, Nelson Jungbluth conseguiu transmitir o potencial da marca para o mundo através de seu desenho.

### 1.3. PIONEIRO DO DESIGN GRÁFICO RIO GRANDENSE?



Figura 11 - Identidade visual da Varig a partir de 1962  
JUNGBLUTH, Nelson | 1954  
Fonte: Site Varig Airlines<sup>12</sup>

<sup>12</sup> Disponível em: <<http://www.varig-airlines.com/pt/design.htm>>. Acesso em: 10/06/2018

Erroneamente datada de 1962 no livro “Linha do tempo do Design Gráfico no Brasil”, de Chico Homem de Melo, a Rosa dos Ventos de Jungbluth encontra-se ao lado de marcas criadas por profissionais consagrados na História do Design Brasileiro. Entre eles, podemos citar Alexandre Wollner, que criou as identidades visuais do banco Itaú e das Sardinhas Coqueiro, por exemplo, além de João Carlos Cauduro (1935) e Ludovico Martino (1933-2011), criadores das marcas do Metrô de São Paulo em 1967 (Figura 12), e da TV Cultura (ambas em uso até hoje). Considerando que o real ano de redesenho da marca da Varig foi por volta de 1954<sup>13</sup>, fica implícito o pioneirismo de Jungbluth em suas escolhas visuais.



Figura 12 - Identidade visual do Metrô de São Paulo  
Fonte: MELO, RAMOS, 2011

O símbolo da Varig consistia em uma estrela branca de quatro pontas por cima de outra estrela, rotacionada em 45 graus, na cor preta, ambas dentro de um círculo azul, ao fundo. O uso de formas geométricas no design foi uma herança trazida do Construtivismo Russo (1913) e filtrada pela Bauhaus (1919-1932), sendo que ambas transformaram o modo como a arte se relacionava com a vida. No primeiro, a premissa era de que a arte não deveria mais ser pensada como representação, mas sim como construção funcional e informativa para o público (CONSTRUTIVISMO, 2018). Já na Bauhaus, este conceito é ressignificado para a utilização nas artes aplicadas também, dando maior ênfase no aprendizado das técnicas e no trabalho em conjunto, com a intenção de “formar novas gerações de artistas de acordo com um ideal de sociedade civilizada e democrática, em que não há hierarquias, mas somente funções

---

<sup>13</sup> Sabe-se, por conversa com Lídia Marques, ex-funcionária da Varig, que a marca levou alguns anos para ser utilizada com unanimidade em todos os veículos de divulgação da companhia.

complementares” (BAUHAUS, 2018). A partir do surgimento destas ideias e teorias, conforme Walter Zanini (1983, p. 955), “vão se estruturando atribuições específicas do profissional de artes gráficas, que passa a penetrar na função dos elementos visuais para solucionar problemas de legibilidade e percepção”.

No Brasil, estes movimentos, assim como a Arte Concreta, afetaram diretamente o Design, devido a multidisciplinaridade dos artistas envolvidos na época. Como exemplo, podemos citar Lygia Pape (1927 – 2004) pelo redesenho da identidade visual da marca Piraquê (Figura 13), Ivan Serpa trabalhando com design editorial em capas de livros como “A Canção Brasileira” de Vasco Mariz, além do próprio Alexandre Wollner (Figura 14), mencionado anteriormente, com seu vasto portfólio que vai desde identidades visuais até cartazes, fotografias e pinturas<sup>14</sup>.



Figura 13 – Identidade visual dos biscoitos Piraquê  
Fonte: site oficial Lygia Pape<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Para mais informações, acessar catálogo da exposição “Diálogo Concreto – Design e Construtivismo no Brasil”. Disponível em: <<https://issuu.com/daniname/docs/catalogodialogo/>>. Acesso em 07/09/2018.

<sup>15</sup> Disponível em: <http://www.lygiapape.org.br/pt/obra70.php?i=14>>. Acesso em: 02/12/2018.

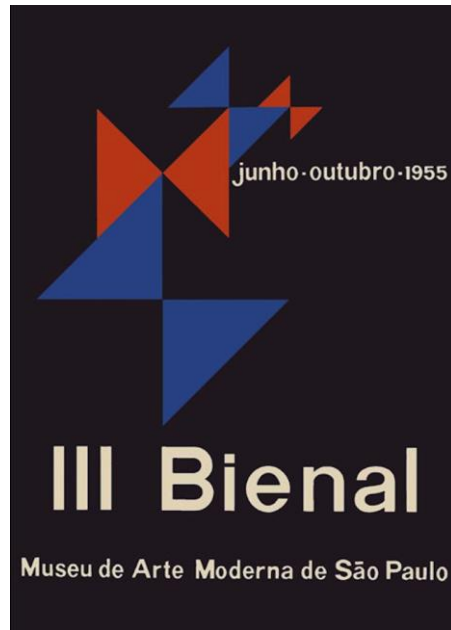


Figura 14 - Cartaz da 3ª Bienal do Museu de Arte Moderna de São Paulo  
WOLLNER, Alexandre. 1955, 70,2 x 99,8 cm  
Fonte: MELO, RAMOS, 2011

Considerando que Nelson Jungbluth sempre viajou bastante a trabalho, tanto dentro como fora do país, e inclusive morou no Rio de Janeiro durante as décadas de 1950 e 1960, pode-se sugerir que, mesmo não fazendo parte destes movimentos, ele estava exposto a estas referências, ainda que de forma indireta. Em suas palavras:

la muito para o exterior, visitava museus como o Louvre, onde conhecia obras de mestres como Michelangelo, Rembrandt e tantos outros, embora gostasse muito mais do que via no Centro Pompidou, que abriga arte atual. Foi assim que comecei a me interessar por arte. Foi uma transição que ocorreu não como uma coisa definida, foi um caminho que foi acontecendo. (...) na verdade, eu já pintava, em casa, as peças dos calendários da Varig, que eram pinturas. (MORÉ, 2001, p. 45).

Com o trecho acima, vemos que ele possuía uma forte conexão com o mundo da Arte, por mais que ele próprio não a compreendesse muito bem naquele período. Apesar disso, não nos cabe aqui tentar identificar quais foram as inspirações de Jungbluth em seu trabalho, mas sim analisar com intenções tanto pedagógicas como de verificar as causas do bom funcionamento da sua mensagem visual (JOLY, 1994, p.53) as imagens que criou. Estas análises têm por objetivo preencher lacunas que ficaram abertas no

histórico da visualidade brasileira, e este é um exercício necessário para evitar que a informação a respeito do tema deste trabalho seja fadada ao esquecimento.

De acordo com Joly (1994, p. 61), “considerar a imagem como uma mensagem visual composta de diferentes tipos de signos equivale a considerá-la como uma linguagem e, portanto, como um instrumento de expressão e de comunicação”. Dito isso, podemos buscar os significados por trás da escolha dos elementos que compõem a identidade visual da Varig criada por Jungbluth. Tentando afastar-se o máximo possível da contradição do Ícaro, ele uniu dois símbolos já consolidados no mundo da navegação geográfica: a estrela e a rosa dos ventos, ambas utilizadas em expedições para nortear os viajantes. Ao trazer estes significantes para o desenho que seria a representação da Varig como marca, o artista tomou a decisão de transportar seus significados para a própria companhia, transmitindo segurança por se tratar de uma empresa com valores e responsabilidade para com seus clientes. Ao mesclar estes dois elementos (duas estrelas de quatro pontas), ele construiu, assim, a sua própria rosa dos ventos, que carrega em si uma boa carga de simbolismo.

Jungbluth optou pelo uso de formas simplificadas no desenho do logo. Quando bem executado, o ato de utilizar o mínimo de elementos, cores e texturas em uma identidade visual favorece sua aplicabilidade e uma melhor absorção visual por parte do público. Se pensarmos na teoria da Gestalt<sup>16</sup>, podemos dizer que o símbolo foi bem resolvido considerando as leis da simetria e pregnância. Na fotografia da Figura 15, podemos ver que, mesmo em tamanho reduzido, a forma da Rosa dos Ventos ainda é visível sem grandes esforços, ou seja, após ser absorvida pelo público, é facilmente identificada onde quer que esteja.

---

<sup>16</sup> Sem tradução literal do alemão, a Gestalt é conhecida no Brasil como psicologia da percepção. Surge no século XX a partir dos estudos de Max Wertheimer (1880-1943), Wolfgang Köhler (1887-1967) e Kurt Koffka (1886- 1941), afirmando que “a percepção não é o resultado da soma de sensações de pontos luminosos individuais, mas uma apreensão imediata e unificada do todo, devido a uma necessidade interna de organização” (GESTALT, 2018).



Figura 15 - Avião DC - 10 da Varig  
Fonte: Site do jornal Gazeta do Povo<sup>17</sup>

Como último elemento que compõe o desenho criado por Jungbluth, temos um círculo perfeito ao fundo, em um azul chapado, vivo, quase celeste. Conforme vimos anteriormente, a cor era um dos requisitos que a Varig não abriria mão na sua “repaginação”, logo, o artista conseguiu usar esta limitação a seu favor. Acompanhando o raciocínio iniciado aqui pelo significado das formas, uma maneira de interpretar a escolha do círculo é a de que ele representa, em um nível quase abstrato, o nosso próprio planeta. A Terra, afinal de contas, era a “tela” na qual a Varig pintava sua história, e na década de 1950, a companhia crescia exponencialmente:

Em 1952, [a Varig] comprou a empresa Aeogeral [Aero Geral], estendendo seus voos até Natal. Neste período, saltou da condição de pequena empresa regional para uma empresa de porte nacional. Logo em seguida, conseguiu negociar junto ao governo federal a concessão para uma importante rota internacional, que até então não era operada por empresas brasileiras. O voo para Nova Iorque, inaugurado em 1955, permitiu à Varig ascender ao grupo das grandes empresas nacionais (MONTEIRO, 2007).

Na citação acima, Monteiro resume bem a situação de crescimento em que a Varig se encontrava. Deste modo, uma forma de representar a ambição da empresa em expandir seu campo de atuação seria através de um reposicionamento de marca, começando pela própria identidade visual. Podemos apenas presumir que foi um

---

<sup>17</sup> Disponível em: <https://www.gazetadopovo.com.br/mundo/aviao-de-passageiros-da-varig-quase-foi-abatido-em-1982-eb23dqh07ewuy1et3xm38r7m6>>. Acesso em: 20/09/2018.

movimento bem-sucedido, já que, com o passar dos anos, ela atingiu seu ápice de prosperidade, de acordo com os Relatórios de Administração da Varig, especificamente entre 1964 e final dos anos 1970. Ainda segundo Monteiro (2007), ela assumiu uma posição expressiva em países da América do Norte, Europa, Ásia e, posteriormente, África, “além de ter crescido em todos os sentidos: frota, rotas, funcionários, faturamento, entre outros”. A Varig conquistava seu espaço nos quatro cantos do planeta, então nada mais justo que ilustrar esta conquista com seu novo logotipo em todos os veículos de divulgação da empresa.

#### 1.4. (BÔNUS) ROUBO DE IDENTIDADE: A HISTÓRIA DA CEEE

Dentre os diversos clientes que Nelson Jungbluth teve em sua atividade de *freelancer*, estava a Companhia Estadual de Energia Elétrica (CEEE), por meio de uma agência pequena de Porto Alegre, a qual o artista prestava serviços. Assim sendo, a companhia de energia requisitou uma campanha de anúncios, e ele foi quem a executou, criando seus *layouts*. Perfeccionista que era, não gostava da identidade visual utilizada pela companhia, e junto aos *layouts*, criou uma nova, mais alinhada com a estética do período, para tentar vender junto com os anúncios. Entretanto, os responsáveis da CEEE não aprovaram, e a campanha não foi para o ar. Tempos depois, para a surpresa do artista, viu o logotipo que havia criado sendo utilizado pela companhia elétrica, e ainda, os *layouts* que haviam sido reprovados, com os riscos de preenchimento de texto que Nelson havia previsto para serem substituídos por textos reais. Enfurecido, foi atrás dos funcionários da agência, que já havia fechado, demandando uma explicação. A resposta que obteve foi que os diretores haviam vendido a marca para a CEEE, sem sua permissão.<sup>18</sup>

Na fotografia abaixo (Figura 16), podemos ver os rascunhos criados pelo artista para a criação desta identidade visual, e na Figura 17, podemos ver a versão anterior utilizada pela Companhia. Nelson nunca recebeu os créditos devidos para a marca, que é utilizada até hoje.

---

<sup>18</sup> Estas informações foram retiradas do vídeo supracitado da entrevista concedida pelo artista ao canal de televisão TVCOM.





Figura 16 - Rascunhos para a marca da CEEE  
Espólio do artista  
Fonte: fotografado pela autora

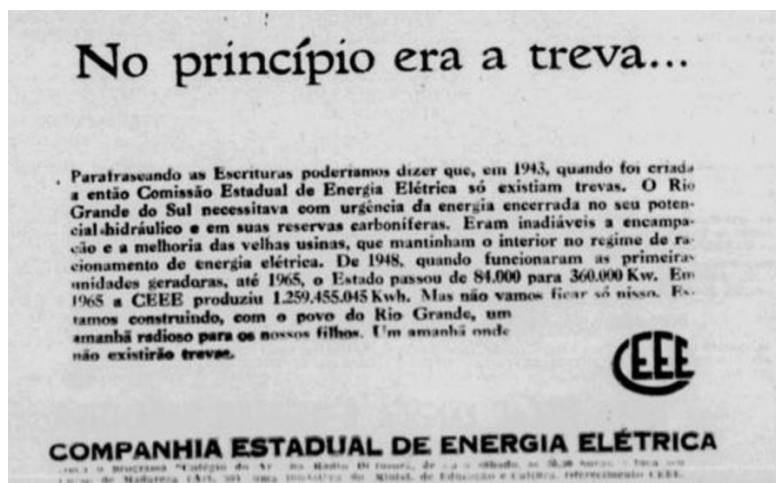


Figura 17 - Propaganda da CEEE no jornal Diário de Notícias  
Porto Alegre, 14 de agosto de 1966  
Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

## 2. CONSTRUINDO UM IMAGINÁRIO DE BRASIL

De acordo com Jungbluth (MORÉ, 2001), logo que ingressou na Varig, o setor de propaganda ocupava uma sala pequena, na qual aconteciam atividades tanto de criação quanto de produção. Por ser uma empresa pequena naquela época, o seu diretor, Ruben Berta, acompanhava de perto o trabalho da equipe, sempre demonstrando interesse no que era produzido, o que acabou se tornando hábito mesmo depois da expansão da companhia. Em vídeo (TVCOM, s/d), Nelson conta que, quando ingressou na Varig, seu escritório consistia apenas em direção, secretaria, propaganda e recursos humanos.

Como mencionado anteriormente, até os anos 1980, o principal meio de divulgação da companhia era os pontos de venda, ou seja, os cartazes criados para as vitrines das agências de turismo e lojas de venda de passagem. O artista explica, em entrevista, que as vitrines “consistiam de painéis montados com tecido estendido sobre armações, onde colávamos letreiros e pintávamos ilustrações” (MORÉ, 2001, p. 40). Este depoimento evidencia o caráter artesanal em que se encontrava esta produção. Em determinado período (que Nelson não especifica), trabalhavam com cerca de 30 vitrines em todo o Rio Grande do Sul, com uma rotatividade quinzenal (TVCOM, s/d). Quando assumiu como chefe do departamento de propaganda, além de seguir ilustrando, coordenava as alterações e adaptações dos cartazes. Eram cerca de 28 pessoas trabalhando, e entre elas haviam marceneiros, pintores de parede, tipógrafos, desenhistas e arte-finalistas. Um nome importante que passou pela área de criação da Varig foi o de Vitório Gheno (1923 –), que ilustrou os cardápios da companhia, entre outros materiais.<sup>19</sup> Quanto mais a empresa crescia, mais complexas se tornavam as demandas do setor de propaganda, o que conseqüentemente causou a sua segregação para atender as diferentes mídias em voga, como a produção de folhetos, anúncios de jornal e até mesmo material para rádio e televisão. No setor de criação, que Nelson comandava, ficaram os cartazes e calendários, além de todo material gráfico interno e externo dos aviões, como a pintura das aeronaves e os menus e itinerários de bordo.

---

<sup>19</sup> Informação cedida por Lídia Marques, jornalista ex-funcionária da Varig em entrevista à autora, em 29 de julho de 2018.



Figura 18 – Pintura original para calendário Varig  
JUNGBLUTH, Nelson | c. 1970  
Guache sobre cartão, 102 por 72 cm  
Espólio do artista  
Fonte: fotografado pela autora

## 2.1. OS IMPRESSOS DA VARIG

Por volta do ano de 1953, quando a Varig recebeu do governo federal a permissão de fazer voos regulares para Nova York, Ruben Berta, então presidente, “afirmou que mudaria sua residência para o Rio de Janeiro e que 2.500 funcionários da empresa –

50% do total – ficariam em Porto Alegre, no estaleiro e na EVAER” (OLIVEIRA, 2011, p. 41).<sup>20</sup>

Em meio a tantas mudanças, três amigos de Nelson Jungbluth criaram uma agência de publicidade em Porto Alegre, a MPM Propaganda. Quando a inauguraram, em 1957 (RODRIGUES, 2002), Luís Macedo (1931), Petrônio Correa (1929 – 2013) e Antônio Mafuz (1923 – 2005) convidaram Nelson para trabalhar como diretor de arte, lhe oferecendo também parte das ações da agência. Após negociar com Ruben Berta, na época presidente da Varig, Nelson passou, a partir daquele ano, a trabalhar pela manhã na companhia aérea, dedicando suas tardes à MPM, onde criou campanhas para a rede petroleira Ipiranga e as Indústrias Renner, alguns dos maiores clientes da agência, entre outros.

Os calendários eram feitos inicialmente por Cristóvão Rios, chefe do departamento de publicidade. Eram compostos apenas de fotografias de cidades e paisagens, e impressos em Montevideo, onde, supostamente, encontravam-se as melhores gráficas da época, que, segundo Nelson, deixavam a desejar em questão de qualidade. Assim como a aceitação da Rosa dos Ventos como marca da empresa, as ilustrações nos calendários levaram certa insistência por parte do artista para com seu chefe. Sua preocupação com tendências visuais da época fica evidente quando declara que buscou trazer este estilo para a Varig ao observar os calendários de companhias internacionais como a Swissair, KLM e a Air France (MORÉ, 2001). Um trecho retirado do site oficial Air France La Saga explica a sua estratégia de marketing para os cartazes da década de 1960 e nos ajuda a entender as intenções de Jungbluth:

Nos anos de 1960, a Air France considerou que comunicações turísticas não haviam se beneficiado significativamente da arte contemporânea e adotou uma nova estratégia. Ao invés, a companhia aérea lançou campanhas de cartazes

---

<sup>20</sup> Na cronologia publicada no livro sobre o artista, editado pela Galeria de Arte Mosaico, há uma lacuna de 20 anos, entre 1954, seu ano de retorno a Porto Alegre e à Varig, e da criação da Rosa dos Ventos, e 1974, ano de sua primeira exposição individual de pintura. Em entrevista com a autora, sua filha, Maria Sue, afirma que a família mudou-se duas vezes para o Rio de Janeiro. A primeira delas, já mencionada anteriormente, quando ele foi trabalhar na Standard Propaganda. A segunda vez foi em 1960, quando já trabalhava na Varig, retornando novamente para Porto Alegre em 1964, a pedidos de sua esposa, Odete, que sentia falta dos familiares. Segundo Sue, a partir deste ano, Nelson ia toda a semana para o Rio de Janeiro a trabalho, até o momento de sua aposentadoria, em 1981.

que eram geralmente focadas em um único artista: Georget em 1963, Mathieu em 1968, Pagès em 1971 e Bezombes em 1981.<sup>21</sup>

Nos cartazes de Guy Georget (1911 – 1992) ilustrado na Figura 19 para a Air France, em 1963, é possível reconhecer algumas características que poderiam ter influenciado o Jungbluth naquele período, como as formas simplificadas e cores vibrantes, para citar algumas, e ainda, talvez mais importantemente, a assinatura do artista gráfico no canto superior direito, prática que ele também adotaria a partir de 1970. Nos próximos subcapítulos, são exploradas de forma aprofundada suas escolhas pictóricas através de leituras de imagem, e a Figura 19 nos permite entender e absorver melhor algumas dessas escolhas.



Figura 19 - Cartazes de Guy Georget, 1963<sup>22</sup>

Ao assumir o setor, Nelson trocou de fornecedores para São Paulo, primeiro na Companhia Litográfica Ypiranga, em atividade desde 1901<sup>23</sup>, que, segundo ele, era a maior do Brasil na época, e depois na Lanzara, que era de menor porte, mas melhor em qualidade de impressão. Nas buscas pela internet por obras feitas pelo artista,

<sup>21</sup> *Advertising*. Air France La Saga. Disponível em: <<http://www.airfrancelasaga.com/en/tags/poster-artists>>. Acesso em: 29/11/2018. Traduzido pela autora.

<sup>22</sup> Disponível em: <<http://www.artnet.com/artists/guy-georget/>>. Acesso em: 02/12/2018.

<sup>23</sup> CLY. Disponível em: <<http://www.cly.com.br/>>. Acesso em: 27/10/2018.

encontramos o cartaz ilustrado na Figura 20 à venda no site de leilões Invaluable<sup>24</sup>, assinado pelo artista no canto superior direito, e com a marca da Companhia Ypiranga no canto inferior direito.



Figura 20 - Cartaz Sul Varig  
JUNGLUTH, Nelson  
c. 1958  
Impressão em *offset*, 76 x 57 cm

Mesmo assim, ambas atrasavam nas entregas do material. O artista comenta, em entrevista à TVCOM, que passavam para a gráfica as fotografias para os calendários em setembro, e a primeira prova só era devolvida à Varig em dezembro, ou seja, quando ficavam prontos, o ano vigente do calendário já havia começado, e a companhia ainda precisava distribuir o material pelas lojas do Brasil todo. Ao relatar o problema para Ruben Berta, este incentivou Nelson a viajar ao exterior, em busca de gráficas que atingissem suas expectativas tanto na qualidade quanto no prazo de entrega. Relutante,

---

<sup>24</sup> Invaluable. Disponível em: <<https://www.invaluable.com/auction-lot/original-vintage-1950-60s-varig-brazil-travel-pos-1864be3b41>>. Acesso em: 23/10/2018.

o artista seguiu os conselhos do diretor, e foi para a Europa procurar novos fornecedores. Para sua surpresa, descobriu que, em uma gráfica alemã cujo nome ele não menciona, a impressão era mais barata que aqui no Brasil, e a qualidade, aos seus olhos, infinitamente maior. Assim, as impressões dos calendários da Varig passaram a ser feitas na Alemanha, significando ainda mais viagens a trabalho para o artista (TVCOM, s/d).

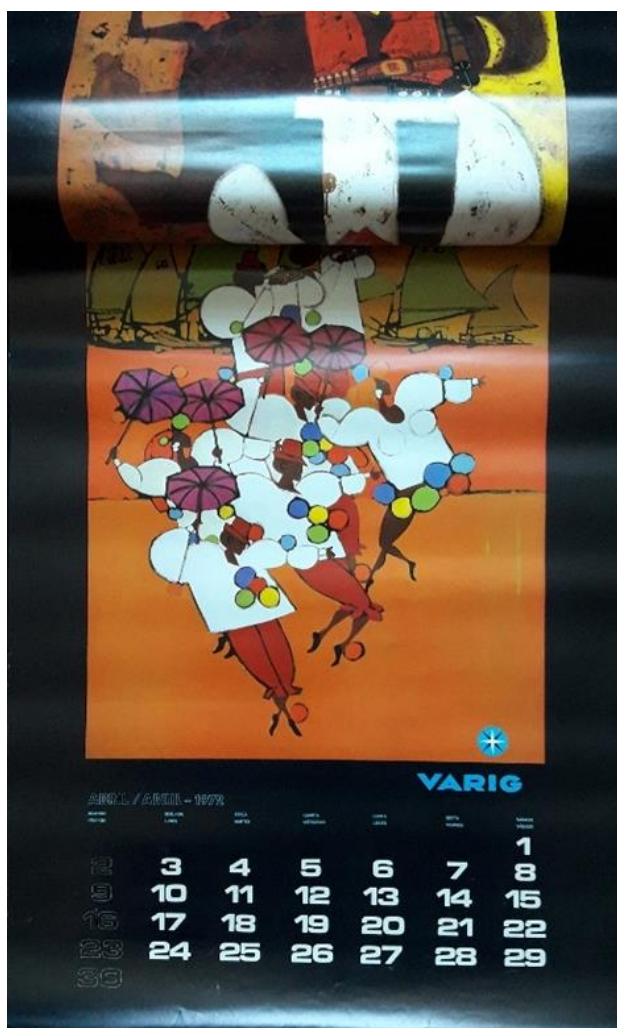


Figura 21 - Página de calendário Varig de Abril de 1972  
Fonte: Marcio Pinho Leiloeiro Público<sup>25</sup>

Quando surgiu a necessidade de reproduzir os cartazes publicitários criados para aplicar em mais de uma vitrine, as impressões eram feitas em flexografia<sup>26</sup>. Com a expansão da companhia, conseqüentemente o aumento da demanda pelos cartazes e

<sup>25</sup> Disponível em:

<[https://www.marciopinho.com.br/peca.asp?ID=4144191&ctd=239&tot=1193&tipo=&dia=&pesq](https://www.marciopinho.com.br/peca.asp?ID=4144191&ctd=239&tot=1193&tipo=&dia=&pesq;)>.  
Acesso em: 02/12/2018.

<sup>26</sup> Técnica de impressão gráfica em que a matriz é relevográfica (espécie de carimbo).

outros materiais gráficos, tornou-se mais vantajoso criar um estúdio de impressão dentro da própria Varig. Utilizavam a técnica de impressão conhecida como serigrafia (ou *silkscreen*), em que uma malha é usada para transferir tinta para um substrato, exceto em áreas tornadas impermeáveis à tinta por um estêncil de bloqueio (podendo ser ele físico ou químico). Uma cor é impressa por vez, o que permite que várias telas sejam usadas para produzir uma imagem multicolorida<sup>27</sup>. Quem assumiu este ofício foi seu irmão mais novo, Nilo Jungbluth, que o havia aprendido, a convite de Nelson, no Rio de Janeiro. Desta forma, ficava mais fácil de controlar esta produção, além de poderem aplicar o que descobriam nas viagens à Europa em busca de materiais e inovações no setor. O artista comenta em entrevista que seu irmão foi o primeiro a utilizar processos fotográficos com filmes Ulano em impressões no Brasil. Além disso, por sua competência, o setor passou a assumir impressões inclusive dos painéis de controle das aeronaves da Varig (MORÉ, 2001).

Como os calendários foram ganhando cada vez mais destaque, Nelson sentia-se incumbido de fazer experimentações a cada ano, variando as paisagens ilustradas e as técnicas de pintura utilizadas. Ele acreditava que esta era uma forma de “prender” a atenção do público, e não foi à toa que as tiragens dos calendários chegaram a cem mil exemplares no seu auge, provavelmente no início dos anos 1970 (MORÉ, 2001).

Foram encontradas aproximadamente 35 obras no seu antigo ateliê, localizados no casarão onde morara pelas últimas décadas de sua vida. Uma grande dificuldade foi conseguir identificar se as obras foram criadas com o propósito de serem cartazes ou calendários. Em uma tentativa de catalogar e organizar as obras encontradas, foi possível identificar diversas irregularidades nas datações das mesmas. Por exemplo, no próprio livro/catálogo supracitado, publicado em 2001 pela Galeria de Arte Mosaico, há erros nas legendas de obras que foram assinadas e datadas pelo próprio artista, como a Figura 20, que está datada de 1973 na legenda, mas em sua assinatura na tela, consta 1976.

---

<sup>27</sup> *Screen printing*. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Screen\\_printing](https://en.wikipedia.org/wiki/Screen_printing)>. Acesso em: 30/09/2018.





Figura 22 - Cartaz Brasil com pássaros  
JUNGBLUTH | 1976  
Serigrafia, 100 x 62 cm  
Espólio do artista  
Fonte: fotografia da autora

Deste modo, fica difícil garantir a veracidade das informações que constam das obras não assinadas, ainda mais por se tratar de materiais com fins publicitários e não artísticos, nos quais a prática de assinar as obras era incomum. Apesar disso, o fato de que pudemos ter contato direto com as ilustrações originais, que estão em ótimo estado, apesar de não estarem em situações ideais de conservação, já nos proporciona ferramentas para fazer uma leitura aprofundada no sentido visual, tentando resgatar o diálogo entre elas e seu público alvo na época. Ao levantar questões como “por que as ilustrações funcionavam como impulsionadores para as vendas de passagens aéreas?” e “o que há nelas de singular que despertavam nas pessoas o desejo de consumi-las (seja pela grande demanda em relação aos calendários, ou pela própria vontade de viajar)?”

resgatamos sua força e importância em um momento de prosperidade para a companhia aérea.

Durante o levantamento das obras, foi possível identificar algumas “coleções”, ou seja, obras com similaridades visuais que, possivelmente, foram criadas no mesmo período, e para os mesmos propósitos. Assim, para as análises, foram escolhidas quatro imagens, alternando entre essas “coleções”, para que se possa explorar as diversas visualidades de Nelson Jungbluth e sua evolução como artista ilustrador ao longo dos anos. A metodologia utilizada para tais leituras foi baseada na proposta por Martine Joly em seu livro intitulado “Introdução à Análise da Imagem”, adaptando-a para as necessidades das imagens selecionadas.

## 2.2. O GAÚCHO, A PRENDA



Figura 23 - Cartaz Varig do gaúcho e prenda  
JUNGBLUTH | 1976  
Serigrafia, 100 x 62 cm  
Espólio do artista  
Fonte: fotografia da autora

O cartaz publicitário no domínio da viagem aérea é um exercício difícil para os artistas: não há descrição do produto, da técnica e não há como descrever o ar! O artista deve convidar o observador a viajar, sonhar, fazer o longe tornar-se perto, todo o universo ficar muito próximo. Na escassez de texto, a intenção é provocar o imaginário (FAY, 2008, p. 55).

Já entendemos que cartazes com temática brasileira eram utilizados nas vitrines estrangeiras para atrair turistas ao país, então faz sentido presumir que o cartaz de 1976

assinado por Jungbluth, na figura 18, tenha sido criado com este propósito. Ele integra uma espécie de “coleção” de cartazes criados no mesmo ano, que possui a mesma linguagem visual: o fundo de uma só cor servindo como moldura para a figura central, representada dentro de um outro retângulo posicionado na parte superior da tela; a indicação do lugar (cidade ou país) no canto superior esquerdo; e, por último, a Varig marcando presença com a Rosa dos Ventos no canto inferior direito do retângulo no qual a figura central aparece, e pela própria tipografia do logotipo “VARIG” centralizada na base da tela.

A tela é uma serigrafia de um metro de altura por 62 centímetros de largura. Este é o tamanho médio das obras encontradas em seu acervo, em termos de proporção. O amarelo, uma cor não tão fácil de se trabalhar por questões de contraste, quase sempre encontra espaço nas telas de Jungbluth, e funciona como um toque de luz, dando vivacidade às representações. Na tela em questão, ela predomina ao fundo como moldura para uma cena um tanto usual para os rio-grandenses, mas que causa estranheza e curiosidade em quem não conhece seus costumes.

Apesar de trabalhar com cores chapadas e sem qualquer alusão à luz e sombra, identificamos em primeiro plano uma figura feminina de perfil, de pele morena e cabelos azuis (o que já mostra um desejo de se desprender de formas realistas de representação, que Nelson carregava em seus estudos para as histórias em quadrinhos e para se aprimorar como ilustrador). A figura em questão é a prenda, a versão feminina do gaúcho<sup>28</sup>, identificada pelos adornos nos cabelos em formato de flor e a fita (que ganham destaque por serem os únicos elementos laranja na tela), mas, principalmente, pelo xale verde que carrega sobre os ombros, estampado com inúmeras flores e com acabamento de franjas que simulam um sutil movimento na imagem estática. Sua expressão facial é branda, e seu olhar, reto, com olhos semicerrados.

Em segundo plano, se bem que muito maior que a outra figura do cartaz, está o gaúcho, pilchado com o tradicional lenço vermelho esvoaçante amarrado no pescoço<sup>29</sup>,

---

<sup>28</sup> Importante ressaltar que a “prenda” como conhecemos hoje surgiu com a ascensão do Movimento Tradicionalista Gaúcho na metade do século passado, aproximadamente. Antes dele, a palavra usada para designar as mulheres era “china”. Atualmente, entretanto, este termo não é mais utilizado com o mesmo sentido. (LESSA, 1978).

<sup>29</sup> Sobre a escolha de Nelson por representar a figura com o lenço vermelho, podemos levantar questões político-ideológicas na medida em que este elemento da indumentária gaúcha faz alusão à Revolução Federalista de 1893. De um lado, havia os federalistas, ou maragatos, que utilizavam o lenço vermelho, e do outro, os republicanos, ou chimangos, com lenços brancos amarrados no pescoço (GUAZZELLI, 2007).

e com o chapéu azul na cabeça, combinando com os cabelos da prenda. Já os seus cabelos são negros, assim como o bigode sobre os lábios que formam um sorriso simpático. É interessante pensar na dinâmica escolhida pelo artista na representação destas duas personagens. Ao mesmo tempo em que vemos claramente uma diferença de tamanho entre as figuras, é a mulher que aparece primeiro. Apesar do nosso olhar ser involuntariamente atraído pela linha diagonal que percorre a silhueta do gaúcho, as cores vibrantes que compõem o visual da prenda disputam nossa atenção de uma maneira muito divertida. Como a grande companheira da vida de Nelson foi sua esposa Odete, talvez este cartaz demonstre, nas entrelinhas, o apreço do artista pelo sexo oposto, ao colocar as duas figuras em pé de igualdade.

Parece que ambos engajam em uma conversa com um terceiro elemento, oculto da tela, suas posturas remetem a um respeito quase orgulhoso, como se estivessem recebendo alguém querido em sua casa. Sua pele é um tom mais escura que a da prenda, e esta é uma forte característica nos trabalhos de Jungbluth. Como veremos nas análises a seguir, o artista gostava de representar figuras negras, independentemente da sua etnia. Entretanto, podemos julgar válida a representação do gaúcho de pele escura, pois a própria cultura gaúcha é resultado da miscigenação das raças que habitaram o estado rio-grandense.

Ao se referir a em cultura gaúcha, nossos olhos que percorrem a tela e descansam no último elemento em destaque: a cuia de chimarrão na mão direita do gaúcho. O objeto de formato peculiar, feito a partir do fruto porongo, é olhado com estranheza por quem não tem familiaridade com ele. Nelson Jungbluth com certeza sabia que a bebida tradicional da América do Sul, de herança indígena, despertaria a curiosidade dos turistas mais bem-aventurados de diversas partes do mundo. O artista ainda optou por desenhar uma bomba (o canudo pelo qual se toma o chimarrão) ornamentada, e ainda dourada, algo nada usual no dia-a-dia dos gaúchos. Isso poderia ser visto como uma tática publicitária para enaltecer e chamar atenção para as riquezas das terras brasileiras com um item que serviria como um belo *souvenir* de uma viagem inesquecível.

Não podemos finalizar esta análise sem destacar dois importantes elementos que arrematam esta composição. O primeiro deles é o fundo bicolor, composto por um verde-abacate do lado esquerdo da tela, que é contrabalanceado perfeitamente com uma área de respiro branca do lado direito. Se o fundo fosse todo branco, talvez o

estranhássemos pela quantidade de informações em destaque na parte esquerda da imagem. Entretanto, o verde-claro preenche o canto esquerdo na medida certa, ajudando o olhar a transitar pela tela de modo fluido. O segundo é a forma inusitada com a qual Jungbluth escolhe utilizar o símbolo da Rosa dos Ventos. Aqui ela assume a forma vazada e é pintada de azul, um tom mais claro do que o usado nos outros elementos da tela. Isto é muito interessante porque a única vez que encontramos este nível de estilização do símbolo é nesta “coleção” dos cartazes de 1976, sendo um deles até aplicado na cor verde (figura 17). Vemos, aqui, a autonomia que o artista havia adquirido dentro da empresa, em um momento no qual ele tinha liberdade criativa para fazer estes tipos de experimentos e ainda por cima, assinar e datar as obras, uma prática nada usual para a publicidade, e sim das artes visuais.

### 2.3. O ESCOCÊS



Figura 24 - Ilustração de escocês tocador de gaita  
JUNGBLUTH | S/d  
Guache sobre cartão, 102 x 72 cm  
Espólio do artista  
Fonte: fotografia da autora

Foi muito rico poder ver pessoalmente as obras que se encontram no acervo pessoal de Nelson Jungbluth, em especial as que compõem esta série de quadros que representam diferentes nações. Entre eles, a obra em questão, o escocês. Surpresa maior foi perceber a cor da pele desta figura emblemática: o negro, correspondente a menos de 1% da população da Escócia<sup>30</sup>. Este fato é bastante curioso, pois o próprio Nelson comenta que perdeu uma encomenda de calendário para a cidade de Caxias do Sul justamente por representar os colonos e gaúchos como negros (MOREÍ, 2001).

---

<sup>30</sup> Scottish Census. Disponível em: <<https://www.scotlandscensus.gov.uk/documents/censusresults/release2a/StatsBulletin2A.pdf>>. Acesso em: 27/10/2018.

Ao investigá-la a fundo, foi possível identificar que se trata de um membro da Banda do Regimento Real da Escócia. A partir da pintura, notamos que pouco mudou com o passar das décadas, conforme vemos na Figura 25.



Figura 25 - Membros da Banda do Regimento Real da Escócia  
Fonte: <https://www.poppyscotland.org.uk/><sup>31</sup>

Em relação a ela, a grande diferença na vestimenta da figura ilustrada por Nelson Jungbluth é a pena que adorna o gorro preto em sua cabeça. Aqui, ela é toda branca, enquanto na fotografia, tem a ponta vermelha.

O escocês negro de Jungbluth encontra-se centralizado na tela de 102 x 72 centímetros de tamanho. Enquanto seu rosto nos mostra um perfil (como na obra analisada anteriormente), o resto do seu corpo vira-se de frente para nós, em uma pose quase egípcia senão pelos pés, que viram um para cada lado, mas não de forma simétrica. Pequenos detalhes na sua postura sugerem uma organicidade no movimento, como o caimento do seu *kilt*<sup>32</sup> para o lado esquerdo, e o modo como segura a sua Gaita das Terras Altas ou *Highlands* (ou, ainda, *piob mhor*, em gaélico). A gaita, escondida em seus braços, é identificada pelos roncões, ou bordões (do inglês, *drones*) negros,

<sup>31</sup> Poppy Scotland. Disponível em: <<https://www.poppyscotland.org.uk/scotsbandtour/walking-with-heroes-tour/>>. Acesso em: 28/10/2018.

<sup>32</sup> Tipo de saia tradicional escocesa utilizada por homens.



amarrados por uma fita verde, e o assoprete, por onde o músico sopra o ar para dentro do fole, que por sua vez, divide o ar entre os roncões para emitir um som grave. A melodia sai através de um outro tubo sonoro chamado ponteira. Já sabemos que Nelson era perfeccionista em suas representações, então podemos deduzir que tenha sido uma escolha estética representar apenas dois roncões ao invés de três, que é o número utilizados nas Gaitas das *Highlands* atualmente<sup>33</sup>.

O tocador de gaita se posiciona imponentemente diante de nós. Neste ponto, podemos compará-la com uma obra icônica da arte ocidental, o retrato de Henrique VIII, pelo artista germânico Hans Holbein (1497 – 1543), em 1537. Percebemos, a partir da Figura 26, similaridades na forma como estas figuras masculinas foram representadas. Ambas possuem ombros extremamente largos, conotando a virilidade que se esperaria de um rei e um membro do exército, e ainda a indumentária ostensiva, para consolidar seu status privilegiado. Uma das diferenças, gritantes, entretanto, é o realismo das pernas afastadas, em Holbein. Neste caso, tratava-se de uma questão de equilíbrio corporal, o que não é observado em Jungbluth, não se tratando, portanto, de uma representação realista.



Figura 26 - Comparação entre as obras de Holbein e Jungbluth  
HOLBEIN, Hans | 1537 – 1547  
Óleo sobre tela, 1345 x 2390 cm  
Walker Art Gallery, Liverpool<sup>34</sup>

<sup>33</sup> *The Piob Mhor or the Great Highland Bagpipes*. Disponível em: <<https://www.historic-uk.com/HistoryUK/HistoryofScotland/The-Piob-Mhor-or-the-Great-Highland-Bagpipes/>>. Acesso em: 20/10/2018.

<sup>34</sup> *Portrait of Henry VIII*. Disponível em: <<https://artsandculture.google.com/asset/portrait-of-henry-viii/eAHC0d0WiemXSA>>. Acesso em: 20/10/2018.

Não se trata de equívocos na representação, mas sim de escolhas deliberadas do artista, pois estas características percorreram sua obra até quando efetivamente deixou a publicidade e passou a dedicar-se integralmente às artes visuais, inclusive este estilo ficou conhecido nas representações de seus icônicos cavalos, que possuíam corpos rechonchudos e pernas fininhas.

É muito interessante observar como o artista começou a construir uma estética própria de representação nestes trabalhos, e que a aceitação do público fosse tal que ele podia ser livre para explorá-la. Outra questão trabalhada por Nelson neste quadro é o modo como ele trabalha com as texturas. Mesmo não tendo características realistas, o tratamento que ele dá nos diferentes tecidos e materiais torna a experiência visual bastante sensitiva. Percebemos a maciez das penas no seu gorro, e quase conseguimos senti-la nas mãos. O mesmo se dá pela lã do *kilt*, que tem acabamento diferenciado e minucioso em relação ao casaco e aos sapatos, por exemplo. A impressão que dá é quase como se esta lã tivesse sido recortada de outro lugar e colada por cima da tela.

Atrás da figura central, podemos vislumbrar elementos que compõem este cenário típico das *Highlands* escocesas, onde o verde e a natureza predominam. É apresentada ao espectador com baixo nível de detalhe, certamente para não roubar muito a atenção do escocês em primeiro plano, mas não a ponto de ser esquecido por quem observa a obra. O sol poente (ou nascente?) grande e vibrante aparece no canto superior esquerdo. Ainda que o país representado na tela não seja o mais ensolarado (bem ao contrário, diga-se de passagem), esta pode ser vista como uma forma de incorporar a “brasilidade” da Varig na sua publicidade, uma espécie de “filtro tropical” sobre o qual assimilamos outras culturas. Este detalhe enaltece a criatividade dos brasileiros e nos permite fazer um aceno bem-humorado ao Movimento Antropofágico de 1928, no qual entendeu-se a necessidade de uma assimilação crítica de ideias europeias por parte dos artistas no Brasil, para, em seguida, processá-las e criar algo genuinamente brasileiro, e não simplesmente copiado (ANTROPOFAGIA, 2018). É importante sublinhar que o sol era um elemento bastante utilizado no trabalho de Nelson, podendo assumir diversos tamanhos e tonalidades e, dependendo, ser inclusive confundido com a lua.

Em frente ao sol, um elemento usual na paisagem de países europeus: o castelo medieval de pedra, sobre uma colina, com a torre redonda, construída para proteção de

quem vivia lá dentro. Pelo pouco que enxergamos, vemos que é uma construção sem ornamentos, e algumas janelas estreitas. Imagina-se que o artista usou de inspiração alguma ruína que encontrou em suas pesquisas, mas não necessariamente se ateu a uma representação fidedigna da mesma. Já a escolha de colocá-lo na pintura diz mais do que ele próprio. O imaginário criado sobre estas construções monumentais nos remete à ideia de poder, seja ele simbólico ou aquisitivo. De uma maneira ou outra, espera-se que quem se deparar com uma imagem desse tipo tenha ao menos algo de sua imaginação aguçado, transportando-a para um mundo de fantasia, que a permita escapar, nem que seja por um breve segundo, de sua rotina e imaginar qual deve ser a sensação de estar em um lugar completamente diferente do seu.

Por fim, a forma como Nelson resolve os pesos nesta imagem é similar à do gaúcho, já analisada. O fundo é constituído por uma espécie de retalhos de tons de verde e amarelo, sendo eles mais escuros do lado esquerdo, no qual há mais elementos visuais, e mais claros, compostos por uma mancha vertical que ocupa toda a lateral direita da tela, dando estímulo visual para que nossos olhos possam explorar todos os cantos da mesma.

A assinatura do artista quase desaparece abaixo do pé esquerdo do escocês. É possível que esta imagem tenha sido feita anteriormente à do gaúcho, justamente pela timidez de Nelson ao assinar esta tela. Um olhar apressado poderia passar por ela despercebido.

## 2.4. AMAZÔNIA



Figura 27 - Pintura para calendário  
JUNGBLUTH, 1973  
Guache sobre cartão | 73 x 82 cm  
Espólio do artista  
Fonte: fotografado pela autora

Sem dúvidas uma das obras mais exuberantes que Jungbluth produziu para a Varig, o objeto de nossa terceira leitura de imagem é um compilado do que há de mais brasileiro: a fauna e flora da floresta amazônica. Diferentemente das imagens analisadas anteriormente, esta apresenta uma série de elementos carregados de simbolismos, que competem avidamente pela atenção do espectador.

Começemos pela faixa amarela que vibra no topo desta pintura se guache sobre cartão. Nela, o sol cumpre sua jornada diária, aparecendo na linha do horizonte por trás da imensidão de uma frondosa floresta. Para aproximarmos esta obra do espectro da História da Arte, é possível observar uma similaridade inegável com o modo pelo qual a artista brasileira Tarsila do Amaral (1886 – 1973) o representa em suas obras *Abaporu* e *Antropofagia*, conforme vemos na Figura 28. Nas três imagens, vemos o sol amarelo brilhante bem no topo, além de tanto figuras antropomórficas quanto elementos da flora

brasileira, permitindo que aqui se retome na obra de Nelson, assim como no *Escocês*, os conceitos do Movimento Antropofágico.<sup>35</sup> Entretanto, em *Amazônia*, isso foi construído pelo Diretor de Arte de forma que o Brasil pudesse ser melhor “digerido” pelos turistas estrangeiros, ou seja, um movimento de dentro para fora, e não de fora para dentro como era feito pelos artistas que se muniram da ideia da antropofagia cultural para seu trabalho.



Figura 28 - Obras *Abaporu* e *Antropofagia* de Tarsila do Amaral

*Abaporu* | 1928  
AMARAL, Tarsila do.  
Óleo sobre tela | 85 x 73 cm.  
Coleção Privada de Eduardo Constantini

*Antropofagia* | 1929  
AMARAL, Tarsila do.  
Óleo sobre tela | 126 x 142 cm.  
Acervo Fundação José e Paulina Nemirovsky

Fonte: montagem pela autora

Por mais colorida que seja a tela de Jungbluth, é o verde que predomina, e por mais elementos que ela possua, é a floresta a verdadeira protagonista aqui. Nos referimos a ela assim não no sentido literal, mas com um tom de entidade, no qual entendemos a

---

<sup>35</sup> Conforme dito anteriormente, os artistas envolvidos no movimento (incluindo a própria Tarsila do Amaral) perceberam a importância de uma assimilação e “digestão” crítica de técnicas e teorias artísticas europeias, não simplesmente copiando o que era feito por lá, mas processando essas ideias para criar algo genuinamente brasileiro. (ANTROPOFAGIA, 2018).

força que ela emana por tudo que provê para a sobrevivências das espécies que nela habitam. E não só por isso, como também para ilustrar sua importância como a maior floresta tropical do mundo (FERNANDES, 2018).

Como vimos, o sol é uma personagem importante na obra de Nelson, que, de certa forma, conecta todas as paisagens e povos, representados pelo artista ao longo dos anos, a um só “lugar”, sendo o responsável por tudo que nasce e floresce neste planeta.

Dividindo a obra em dois, visualizamos seu principal ponto focal: uma estrada iluminada de amarelo claro, que, pelo contexto, podemos identificar com a Rodovia Transamazônica, inaugurada um ano antes da criação da pintura, em 1972. Foi construída no governo do então presidente do Brasil Emílio Médici (1905 – 1985)<sup>36</sup>, com o objetivo de interligar a região norte do Brasil com o resto do país. O modo como o artista escolhe representá-la, no entanto, a faz parecer uma estrada pavimentada com ouro, tamanho é o seu destaque em relação aos outros elementos da pintura, sendo ela, na verdade, majoritariamente feita de chão batido. A floresta quase abstrata ao fundo, representada por círculos nas cores verde, azul e roxo escuras e com baixa saturação, vira pano de fundo para a fauna e flora cheias de vida nos planos anteriores. Em primeiro lugar, do lado esquerdo da figura, uma gigante arara vermelha mostra, orgulhosa, suas asas decoradas com formas geométricas de vários tons diferentes de mesma cor. Ao fundo, elementos circulares em azul Royal confundem quem a olha, não sabendo se fazem parte do animal ou se fazem parte de árvores sob as quais ela pousa. O bico aberto sugere a emissão de som, o que incita a imaginação do espectador mais ousado sobre aquela cena. A posição da cabeça desta ave induz o olhar para outra espécie ali representada. Um tipo de garça fictícia encontra-se bem no centro da pintura, à beira de um lago. Composta de linhas simplificadas, e poucos tons de cinza quase branco, o que mais se destaca a seu respeito são as penas de sua cauda, que recebe um tratamento diferenciado das outras figuras na tela. Em contraste, atrás dela vemos uma única árvore frutífera, com frutos vibrantes em magenta, além de folhas pintadas com elementos geométricos e coloridos. É assim que Nelson consegue trazer uma alegria extra à pintura, destoando das demais por enfeitá-la com estas formas. Aliás, isso transparece constantemente em detalhes decorativos da obra.

---

<sup>36</sup> FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. "Transamazônica"; *Brasil Escola*. Disponível em <<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/transamazonica.htm>>. Acesso em 03 de novembro de 2018.

Sobre o lago, flutua uma vitória-régia, planta aquática típica da região amazônica. Estranhamente, é o único elemento do quadro que está representado sob perspectiva mais realista. Em todos os outros, o artista opta por mostrá-los frontal ou lateralmente. Evidenciando este contraste de representação, Nelson optou por colocar quatro peixes dentro do lago (embora eles mais pareçam estar flutuando no primeiro plano, na base da pintura. A solução para representar estes peixes é muito interessante: são meias-luas, duas viradas para cima e mais duas para baixo, seus olhos parecem miçangas e as escamas são formas ovaladas em fileiras verticais, cada uma de uma cor.

Usando as mesmas cores, o artista pintou uma borboleta gigante sobrevoando algo que se assemelha a morangos azuis, apontando um caráter alegórico da pintura, que exagera a representação do real para chamar atenção de quem a admira para a exuberância da natureza brasileira. A borboleta dá um toque final a este raciocínio, com as asas completamente abertas nos mostrando as nuances da imaginação pictórica de Jungbluth.

No lado direito da tela, o artista mostra a sua versão do tucano. Lembramos, neste momento, do cartaz ilustrado por Francesc Petit (Figura 6), que apresenta o animal personificado, com roupas, chapéu e óculos. Este se tornaria, a partir dos anos 1960, a mascote da companhia aérea, principalmente através de propagandas de televisão, nas quais o animal viajava para os quatro cantos do mundo, experimentando diferentes culturas. Segundo Nelson, foram os comerciais de televisão que “roubaram a cena” dos materiais impressos, que foram perdendo a força e culminando na decisão do diretor de arte de se aposentar de dedicar-se às artes visuais (MOREÍ, 2001).

Enfim, aqui vemos como Nelson Jungbluth enxerga o tucano-toco. O animal, originalmente preto com a cara branca e bico amarelo-alaranjado, ganha um colorido inusitado para harmonizar com resto da obra, tendo a cara amarela e o corpo azul Royal, e o bico no mesmo vermelho que o da arara. A cauda, similarmente, assume “licença-poética” ao ser enfeitada com semicírculos rosados e ponta lilás. Abaixo dele, encontram-se dois girassóis que, misturados à paisagem da floresta, enfatizam o astro rei, reiterando a luz e a força que há nessa terra. Considerando que esta é, como dissemos antes, uma espécie de alegoria da exuberância natural brasileira, é permissível relevar o fato de que eles não sejam nativos da região amazônica.

No canto inferior direito, ao lado da assinatura do artista (que aqui ganha até indicação do ano da pintura), está a figura do índio (Figura 29). Só o vemos do peito para cima, mas já é suficiente para perceber que ele está ali como protetor daquela terra, pois empunha orgulhosamente uma lança comprida com a mão direita. Sua cabeça virada de perfil, e o peitoral de frente para o espectador, exatamente com a figura do escocês, evidencia aqui uma narrativa de representação das figuras humanas que se estenderia pelo resto da carreira de Jungbluth como artista. Por mais que ele tentasse se afastar disso, pintando figuras femininas frontais e plantas quase abstratas, ele sempre retornava às figuras de perfil.<sup>37</sup>



Figura 29 - Detalhe da obra com índio e assinatura do artista

O índio é interessantíssimo. É nele que o artista deposita o maior apreço aos detalhes, a começar pelo grande cocar de penas azuis e vermelhas. Percebe-se que o cocar não segue o movimento da cabeça, e encontra-se virado de frente, justamente para evidenciar os adornos nele depositados. Possui mais detalhes do que o rosto do índio, quase todo escondido por uma tiara marcada por minúsculos pontos brancos e uma espécie de brinco vermelho-vivo. O vermelho predomina os adereços no corpo da figura, parecendo serem feitos também de penas e miçangas. Uma faixa vermelha que atravessa seu peito na diagonal sugere que ele esteja carregando algo, mas não

---

<sup>37</sup> Para ver exemplos dos trabalhos artísticos de Nelson Jungbluth, indicamos a tese de mestrado de Amanda dos Santos, intitulada "A persistência da identidade regional na pintura das tradições gaúchas de Nelson Jungbluth (1921 – 2008)" vide referências bibliográficas.



conseguimos ver o quê. Todos estes apetrechos, unidos à pintura corporal listrada que começa nos braços e desce para o peito, mostram o índio no momento de maior glória, pronto para uma cerimônia ou, quem sabe, para a guerra. Enfim, esta obra cumpre seu papel de chamar a atenção aos elementos nela contidos, e ainda difundir o que há exótico e vibrante em nosso país no imaginário dos turistas.

## 2.5. NEW YORK, NEW YORK



Figura 30 - Cartaz New York Varig  
JUNGBLUTH | S/d  
102 x 62 cm  
Espólio do artista  
Fonte: fotografado pela autora

A obra que será analisada neste momento difere das anteriores por diversos fatores. O principal deles é a forma como os elementos foram distribuídos na tela, sendo estruturados a partir de quatro letras em destaque na vertical, em fonte capitular e sem serifa que, sobrepostas, formam a palavra “YORK”. Em relação a elas, os elementos figurativos são muito menores em tamanho, mas são o que dão graça e originalidade à pintura.

Com medidas muito similares aos outros cartazes acima analisados, este é o que apresenta mais sinais de deterioração, com áreas descascadas e manchadas pela umidade. Felizmente, foi possível fotografá-lo antes que se deteriorasse mais, e os danos

identificados não afetaram a possibilidade de fazer esta análise. O fato, aliado à ausência de assinatura do artista, nos leva a crer que esta obra seja mais antiga que as três anteriores, podendo ter sido feita para a divulgação dos voos da Varig para Nova York no início da década de 1950, como já foi sugerido anteriormente.

Em comparação com as outras obras, esta apresenta uma paleta de cores bem diferente, com tons mais sóbrios e menos vibrantes, mas que no contraste são destacadas. A letra “Y” aparece no topo da tela, centralizada, em um tom de rosa chiclete. Do seu lado esquerdo, um letreiro luminoso destaca a palavra “NEW”, em preto com bolinhas vermelhas que simulam lâmpadas, formando o nome da cidade ali representada, “New York”, como que indicando uma direção, uma seta luminosa que leva ao “York”. Estes letreiros eram característicos da Times Square de Nova York, localizada no cruzamento entre a Broadway e a Sétima Avenida, na ilha de Manhattan, hoje substituídos por versões digitais. Essa sinalização direta aponta um sentido distinto dos cartazes anteriores, em que a informação resulta do jogo de cores e imagens, sem um discurso tão evidente, digamos assim. Nesse sentido, parece uma peça muito mais “publicitária” do que as outras. Considerando que esta obra tenha entre cinquenta e sessenta anos, a escolha de mostrar o letreiro remete ao caráter de prosperidade e avanço tecnológico que os Estados Unidos representavam naquele período, seguidos pelo final da Segunda Guerra Mundial.<sup>38</sup>

Logo abaixo, a letra “O” vibra em amarelo. É bem provável que esta cor tenha sido escolhida por Jungbluth devido à sua forte ligação com o sol, conforme vimos em duas das leituras já feitas. Além do toque de calor que o amarelo acrescenta à obra, outro detalhe que contrasta com o letreiro acima é a carruagem, passeio tradicional que turistas e casais fazem nos arredores do Central Park desde os anos 1880<sup>39</sup>, parque este localizado bem ao centro da ilha de Manhattan. Nela, vemos o cocheiro de cartola alta e um bigode comprido. Em uma das mãos ele segura o chicote, e na outra as rédeas pelas quais ele guia o cavalo. O animal, por sua vez, foi pintado na cor fúcsia com pintas em marrom bem escuro, além da crina e cola na mesma cor. Apesar da ausência de

---

<sup>38</sup> *The Postwar Economy: 1945-1960*. Disponível em: <<http://www.let.rug.nl/usa/outlines/history-1994/postwar-america/the-postwar-economy-1945-1960.php>>. Acesso em: 11/11/2018.

<sup>39</sup> *Carriage Horses, Now Controversial, Have a Long City History*. Disponível em: <<https://blogs.wsj.com/metropolis/2014/03/24/carriage-horses-now-controversial-have-a-long-city-history/>>. Acesso em: 11/11/2018.

detalhes na sua representação, ele difere muito dos cavalos gordinhos que Nelson passou a pintar já como artista, após a aposentadoria da Varig, em 1981, conforme se pode visualizar na Figura 31.



Figura 31 - Os cavalos de Nelson pós Varig  
*Sanga*, 1990

Serigrafia. Edição 33/100 | 50 x 45 cm

Acervo desconhecido

Fonte: <https://guion.com.br/arte/nelson-jungbluth>

No cartaz, o animal marcha obediente para divertir o casal que aparece na parte traseira da carruagem, o homem de casaco preto e camisa branca, e a mulher de vestido vermelho longo e mangas compridas. Nenhuma das figuras humanas possui rosto, e isso pode ser uma estratégia de Nelson para tornar aquelas figuras impessoais, neutras, permitindo que quem as observe possa facilmente se colocar naquele lugar.

Inúmeras florzinhas coloridas circundam a letra “O”, trazendo um ar de primavera ao conjunto, e mostrando que nem só de ferro e concreto se faz uma cidade. Como a carruagem é um passeio turístico vinculado ao Central Park, faz sentido que elas apareçam ali, dando um toque de leveza e movimento em relação aos outros elementos dispostos no quadro. Exemplificando este contraste, temos no canto direito superior da obra a famosa Estátua da Liberdade, um presente dos franceses em 1886 como forma de celebrar a amizade entre as duas nações.<sup>40</sup> Apesar de seu rosto ter sido danificado por

---

<sup>40</sup> *Statue of Liberty*. Disponível em: <<https://www.statueoflibertytickets.com/Statue-Of-Liberty/?show=history>>. Acesso em: 17/11/2018.

respingos de tinta azul, não perdemos o detalhe interessante que é o sombreado em suas vestes e pedestal, fazendo alusão às pinturas do cubismo analítico de George Braque, Juan Gris e Pablo Picasso. Com manchas em tons de verde, rosa e bege, Nelson demonstra que possuía um bom repertório visual e domínio para executar certas técnicas de representação de maneira bem-sucedida.

Seguindo para a terceira letra que compõe a tela, o “R” em azul petróleo, vemos a *skyline* da cidade, com o gigante edifício Empire State ao centro. Assim como na Estátua, Nelson se apropria de técnicas não realistas para pintar uma cidade multicolorida, composta apenas de formas geométricas para construir a ilusão de luz e sombra. Isso pode ser analisado, simbolicamente, como uma forma de reafirmar que, apesar de Nova York ser uma cidade extremamente grande e intimidadora para muitos, na qual milhões de dólares passam todos os dias nas mãos de homens e mulheres de negócios em seus escritórios na Wall Street, há muito que se possa explorar culturalmente, e encher os olhos com sua beleza particular.

Apesar do alto nível de abstração, podemos avistar árvores à beira do que presumimos ser o rio Hudson, além de barquinhos que navegam tranquilamente em suas águas. Como que recém tivesse decolado da cidade, um avião aparece na lateral direita, direcionando-se para fora da tela, lembrando timidamente o espectador do real motivo pelo qual este quadro existe: servir de publicidade para uma companhia aérea. É claro que isso pode ser interpretado tanto de forma sugestiva, como mais literal. Isto vai depender da bagagem visual e cultural de quem o olha, sendo este o verdadeiro objetivo destas leituras, ou seja, abrir o leque interpretativo dos significados que as imagens carregam, e tentar identificar o que mais faz sentido em relação ao tipo de mensagens que elas transmitem aos seus diferentes públicos. Não podemos, é claro, ignorar as intenções do artista em relação a elas, por se tratarem de imagens de cunho publicitário, mas seria impossível, pois, conforme Joly (1994, p. 48), “acerca do que o autor quis dizer, ninguém sabe nada; o próprio autor não domina toda a significação da mensagem que produziu”, pois a imagem é uma construção do consciente e inconsciente de quem a cria.

É na última letra, um “K” vermelho vibrante, que Nelson traz a parte mais divertida da obra, do lado esquerdo. Três personagens negros, dois homens e uma mulher, performam uma música silenciosa para o espectador. O trompetista, em primeiro plano,

concentra-se a tocar seu instrumento, combinando suas calças com a gravata borboleta, ambas no mesmo tom de rosa chiclete que a primeira letra no topo da tela. No seu rosto, conseguimos distinguir apenas os olhos abertos, voltados para o trompete. Ao seu lado, em segundo plano, a cantora se apresenta com pose dramática, seus brincos de argola balançando no ar, e um vestido tomara-que-caia branco com brilhos, bem decotado, valoriza sua silhueta em forma de ampulheta. Ela se encontra visivelmente envolvida na ação, pois não vemos seus olhos como os do trompetista, apenas a boca bem aberta com um detalhe gracioso, que são seus dentes incisivos superiores. Outro detalhe interessante é que ela usa cabelos curtíssimos, que, na verdade, nem conseguimos distinguir na tela. Ao fundo, está o pianista do grupo, que vemos apenas em silhueta, sentado em um banquinho proporcionalmente pequeno para seu corpo, mas que não atrapalha sua performance no piano, pois ele tem o tronco estranhamente longo.

Por fim, o último elemento visual da tela é um dos cartões postais da cidade. A ponte George Washington, construída sobre o rio Hudson entre 1927 e 1931 para conectar a ilha de Manhattan e o estado de Nova Jersey. Estranhamente mais detalhada que todas as outras figuras da composição, ela aparece em perspectiva, e segue em direção ao limite do quadro, assim como o avião. Apesar de ser menor em tamanho do que as figuras dos músicos, temos a sensação de monumentalidade justamente pelo seu tratamento mais realista e pela diferença nas suas proporções. Ela traz ao conjunto mais uma carga de modernidade e da força dos Estados Unidos como um país desenvolvido, além de remeter à facilidade de deslocar-se de um ponto a outro graças aos avanços tecnológicos da humanidade, assim como a aviação.

### 3. UM LEVANTAMENTO NECESSÁRIO

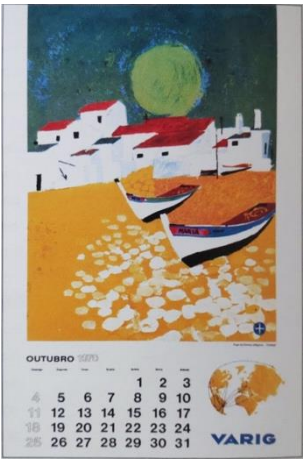
Na tabela abaixo, foram reunidas quarenta e nove obras encontradas tanto no acervo pessoal do artista quanto por buscas pela internet. Nela, constam apenas obras nas quais foi possível validar a sua autoria. Apesar de a maioria não estar datada, podemos perceber um estilo bem definido nas obras da década de 1970, com cores vibrantes e figuras estilizadas a partir de formas geométricas. O próprio artista comenta, em entrevista para Joaquim da Fonseca (MORÉ, 2001), que seu estilo de ilustrar passou por uma grande mudança quando ele começou a ilustrar os menus de bordo da Varig. Aqui estão ordenadas minimamente por ordem cronológica, e agrupadas por estilo.




Nº	Imagem	Descrição
1	 A poster for Sul Varig Brazilian Airlines. It features a stylized, geometric illustration of a sailboat's mast and sail, with the sail being a red and white striped cone. The mast is a vertical line with a horizontal crossbar. Below the mast is a brown, rounded shape representing the hull. The text 'Sul' is in large, light blue, sans-serif letters, and 'VARIG' is in smaller, bold, black, sans-serif letters below it. At the bottom, 'BRAZILIAN AIRLINES' is written in small red letters.	<p>Reprodução de cartaz Sul Varig Brazilian Airlines, c. 1958 Impressão em offset, 76 x 57 cm Fonte: Site de leilões Invaluable</p>
2	 A painting of two pink flamingos in a pond. The flamingos are rendered in a stylized, somewhat abstract manner with long, thin legs and long necks. They are standing in a pond with lily pads and pink lotus flowers. The background is a warm, yellowish-brown color.	<p>Pintura Flamingos, s/d 100 x 62 cm Espólio do artista Fonte: fotografia da autora</p>




3		<p>Pintura Rio Varig, s/d  102 x 62 cm  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
4		<p>Pintura New York Varig, s/d  102 x 62 cm  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
5		<p>Reprodução de pintura para  calendário Varig de 1968, 1967  Ecoline sobre papel cromekot,  47 x 50 cm  Espólio do artista  Fonte: MOREÉ, 2001</p>



6		<p>Reprodução de pintura para calendário Varig de 1968, 1967  Ecoline sobre papel cromekot,  47 x 50 cm  Espólio do artista  Fonte: MOREÉ, 2001</p>
7		<p>Reprodução de pintura para calendário Varig de 1968, 1967  Ecoline sobre papel cromekot,  47 x 50 cm  Espólio do artista  Fonte: MOREÉ, 2001</p>
8		<p>Pintura para calendário Varig de 1970, 1969  Guache sobre cartão, 73 x 51 cm  Espólio do artista  Fonte: fotografia da artista</p>

9	 <p>A calendar page for June 1970. The top half features a stylized landscape with a large white mountain peak, a bright yellow sun, and a blue body of water. Below the landscape is a calendar grid for the month of June, with dates from 1 to 30. The word 'VARIG' is printed at the bottom right of the calendar grid.</p>	<p>Página do calendário Varig de 1970, 1969</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: MOREÉ, 2001</p>
10	 <p>A calendar page for October 1970. The top half features a stylized coastal scene with white houses with red roofs, a large yellow sun, and two boats on the water. Below the scene is a calendar grid for the month of October, with dates from 4 to 31. The word 'VARIG' is printed at the bottom right of the calendar grid.</p>	<p>Página do calendário Varig de 1970, 1969</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: MOREÉ, 2001</p>
11	 <p>A painting titled 'VAQUEIRO' (Cowboy). It depicts a cowboy in a brown suit and hat standing next to a purple bull. The background is a textured yellow-green color with a large yellow sun. The word 'VAQUEIRO' is written vertically on the left side of the painting.</p>	<p>Pintura VAQUEIRO, 1969</p> <p>Guache sobre cartão   102 x 72 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

12		<p>Pintura JANGADEIRO, 1969  Guache sobre cartão   102 x 72  cm  Assinado pelo artista  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
13		<p>Impresso da Varig a partir de  pintura BAIANA, s/d  Assinado pelo artista  Fonte: Ebay.com</p>
14		<p>Pintura para calendário  (japonês), s/d  Guache sobre cartão   102 x 72  cm  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>

15		<p>Pintura para calendário da Varig de 1972 (peruano), s/d  Guache sobre cartão   102 x 72 cm  Assinado pelo artista  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
16		<p>Pintura para calendário da Varig de 1972 (cowboy), s/d  Guache sobre cartão   102 x 72 cm  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
17		<p>Pintura para calendário (escocês), s/d  Guache sobre cartão   102 x 72 cm  Assinado pelo artista  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>

18		<p>Pintura para calendário Varig de 1972 (poloneses), 1970</p> <p>Guache sobre cartão   102 x 72 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
19		<p>Reprodução de pintura para calendário (cidade de São Paulo), 1972 ou 1973</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
20		<p>Pintura para calendário da Varig de 1974 (Amazônia), 1973</p> <p>Guache sobre cartão   73 x 82 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

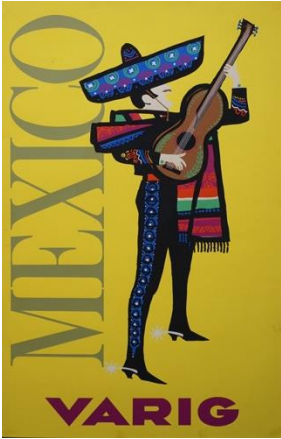

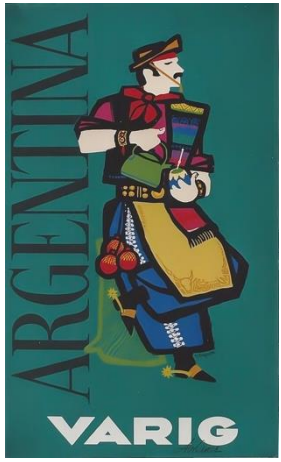
21		<p>Pintura para calendário da Varig de 1974 (Dança no pau de fita), 1973</p> <p>Guache sobre cartão   73 x 82 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
22		<p>Pintura para calendário da Varig de 1974 (Oferenda), 1973</p> <p>Guache sobre cartão   73 x 82 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
23		<p>Reprodução de ilustração Varig, s/d</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Fonte: Site de leilões Antikbar</p>

24		<p>Reprodução de ilustração Varig, s/d</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Fonte: Site de leilões Antikbar</p>
25		<p>Cartaz Brasil Varig (Amazônia), 1976</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
26		<p>Cartaz Brasil Varig (gaúchos), 1976</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

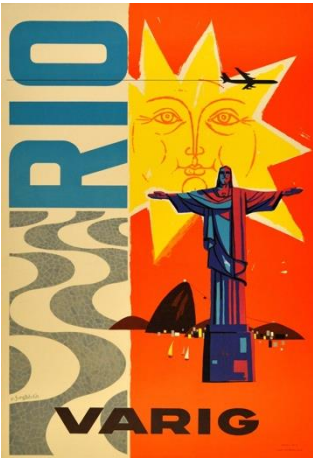
27		<p>Cartaz Brasil Varig (baiana), 1976</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
28		<p>Cartaz Brasil - São Jorge Varig, 1976</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
29		<p>Reprodução de cartaz Varig, 1976</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: MORÉ, 2001</p>



30		<p>Reprodução de cartaz Varig, 1976</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: MORÉ, 2001</p>
31		<p>Cartaz With Love from Madrid Varig, s/d</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
32		<p>Cartaz América USA Varig, s/d</p> <p>Serigrafia   100 x 62 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

33		<p>Cartaz Mexico Varig, s/d  Serigrafia   100 x 62 cm  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
34		<p>Cartaz Peru Varig, s/d  Serigrafia   100 x 62 cm  Assinado pelo artista  Espólio do artista  Fonte: fotografia da autora</p>
35		<p>Reprodução de cartaz Argentina  Varig, s/d  Assinado pelo artista  Fonte: Pinterest</p>

36	 <p>A stylized illustration of a woman in traditional Brazilian attire, including a yellow and red dress and a large hat, carrying a suitcase. The word 'BRASIL' is written vertically in large blue letters on the left, and 'VARIG' is written horizontally in green at the bottom.</p>	<p>Reprodução de cartaz Brasil  Varig, s/d  Assinado pelo artista  Fonte: Varig Memories Blogspot</p>
37	 <p>A stylized illustration of a woman in a colorful kimono, standing against a dark background with a large red circle behind her head. The word 'JAPAN' is written vertically in large, faint letters on the left, and 'VARIG' is written horizontally in blue at the bottom.</p>	<p>Reprodução de cartaz Japan  Varig, s/d  Assinado pelo artista  Fonte: Varig Memories Blogspot</p>
38	 <p>A stylized illustration of a carnival dancer in a colorful outfit, dancing against a red background with confetti and streamers. The text 'carnival in RIO' is written in white at the bottom, with 'VIA VARIG' and a logo below it.</p>	<p>Reprodução de cartaz Carnival  in Rio, s/d  Fonte: Site Ebay</p>

39		<p>Reprodução de cartaz Rio Varig, s/d</p> <p>Fonte: Site Amazon UK</p>
40		<p>Reprodução de cartaz Rio Varig, s/d</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Fonte: Site de leilões 1stdibs</p>
41		<p>Reprodução de cartaz Bahia Varig pela Gráfica Lanzara, s/d</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

42		<p>Pintura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 37 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
43		<p>Pinura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 37 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
44		<p>Pintura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 40 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

45		<p>Pintura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 40 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
46		<p>Pintura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 37 cm</p> <p>Assinado pelo artista</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
47		<p>Pintura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 40 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>

48		<p>Pintura de paisagem brasileira, s/d</p> <p>100 x 40 cm</p> <p>Espólio do artista</p> <p>Fonte: fotografia da autora</p>
49		<p>Reprodução de ilustração Varig &amp; Estados Unidos, s/d</p> <p>66 x 41 cm</p> <p>Fonte: Catálogo de leilão The Octagon Salerooms.</p>

É possível notar uma evolução cíclica neste conjunto de obras. Apesar de várias delas não constarem de datação, identifica-se uma grande preocupação com o realismo nas obras mais antigas, como no caso da imagem 1, passando por experimentações com técnicas de pintura bastante texturizadas, que mantêm o desenho realista, mas já não têm mais tanta preocupação com profundidade de campo e fidelidade nas cores, como são as paisagens para os calendários.

Da imagem 11 a 18, nas quais são representadas figuras humanas com vestimentas típicas de suas culturas, é uma das primeiras manifestações de Nelson em relação à estilização da forma humana que irá permear toda a sua obra como artista. Ele aplica nelas a Lei da Frontalidade utilizada na arte egípcia de milhares de anos atrás, na qual o tronco é representado de frente, enquanto o resto do corpo fica virado de perfil (SOUSA, 2018). Além disso, a falta de detalhes na fisionomia das figuras destaca e valoriza ainda mais as vestimentas, como se fossem manequins, permitindo que o espectador fique por um bom tempo descobrindo as particularidades de cada obra.

Esta técnica é adaptada pelo artista nas imagens 32 a 37, mas recebem um tratamento plástico totalmente diferente. Enquanto nas outras é utilizada tinta guache sobre cartão, estas são feitas a partir de serigrafia, fazendo com que fiquem com cores chapadas e sem nenhum tratamento de luz e sombra.

As paisagens das imagens 42 a 49 foram provavelmente utilizadas em outros materiais gráficos da Varig devido ao seu formato verticalizado, podendo ter ilustrado os menus de bordo dos voos da companhia, que, segundo Nelson, agradavam tanto os clientes que eles acabavam levando estes impressos para casa, gerando custos não esperados pela equipe da Varig, pois não poderiam ser reaproveitados (MORÉ, 2001).

Mas o elemento que acaba por permear todas as imagens apresentados nesta tabela é, com certeza, o teor cultural que Jungbluth emprega em seu trabalho, no sentido de conseguir transmitir a “aura” de determinado lugar através de escolhas cromáticas e compositivas.<sup>41</sup> É isso, unido à sua habilidade e experiência como ilustrador, que tornam essas imagens agradáveis e convidativas ao olhar.

---

<sup>41</sup> A palavra “aura” é utilizada em outro contexto mas com o mesmo significado que o empregue pelo autor Walter Benjamin sobre obras de arte, transpassando a simples ideia de “atmosfera” de um ambiente, e se aproximando de autenticidade, de características particulares que tornam uma região/cidade única no mundo, tornando-a, assim, especial (BENJAMIN, 2018).



## CONSIDERAÇÕES FINAIS

“O design é uma poderosa ferramenta estratégica a que podem recorrer as empresas a fim de conquistar uma vantagem competitiva sustentável” disse Paul Rand (1914 – 1996) em 1987 (*apud* ARMSTRONG, 2015, p. 7). Trazemos o mesmo autor usado na introdução para retomar tanto a importância do design e da publicidade como instrumentos vitais na trajetória de uma marca ou produto, quanto a validação da necessidade desta pesquisa. Para isso, reforçamos com palavras de Rafael Cardoso na introdução do livro “Design Brasileiro Antes do Design”:

A omissão de um estudo sobre a história do cartaz e do *outdoor*, resgatando figuras esquecidas como Ary Fagundes, Geraldo Orthof e Henrique Mirgalowsky, é uma falha a ser suprida. Há ainda uma série de outros assuntos não explorados que clamam pela atenção dos pesquisadores. Paciência, não se pode fazer tudo de uma só vez.(...) Ainda há muito o que pesquisar. Estamos apenas no início de nosso trabalho conjunto. (CARDOSO, 2005, p. 16)

Unindo isso com o entendimento de que o objeto de pesquisa da História da Arte tem se expandido nas últimas décadas para abarcar temas como o aqui apresentado, não se pode evitar uma sensação de dever cumprido ao trazer à tona a obra de Nelson Jungbluth. Entretanto, tão importante quanto apresentar qualquer conclusão sobre o trabalho em si, é retomar o que foi assimilado a partir das leituras de imagem apresentadas nele.

Dentre as quatro imagens analisadas, apenas uma destoa das outras esteticamente. Isso ocorre porque tal imagem, o cartaz New York, foi muito provavelmente feita anos antes das outras, logo, Nelson ainda estava explorando suas opções como ilustrador na Varig. É com a criação da Rosa dos Ventos que inicia-se o trabalho de construção de uma identidade visual da companhia no sentido amplo da palavra. Em “New York”, vemos uma primeira tentativa de estilização na representação da Estátua da Liberdade e na *skyline* da cidade, que já está muito mais amadurecida em “Amazônia”, por exemplo.

Outra questão que permeia estas e muitas outras de suas obras é o modo como o artista utiliza as cores. Esta é uma das principais ferramentas com as quais ele destaca a “brasilidade” da Varig, através do uso de múltiplas cores em uma só tela, e todas em tons

muito vibrantes, levando esse colorido para a representação, inclusive, de outros destinos internacionais para onde a Varig voava. Isso transmite simbolicamente a grande variedade tanto de culturas quanto de fauna e flora que habitam um mesmo país, além de enfatizar o caráter festivo e acolhedor do estereótipo do brasileiro. O amarelo aparece em todas as obras analisadas, refletindo, por vezes de maneira abstrata e outras, literal, a realidade de boa parte do país em relação à quantidade de sol e calor que temos durante o ano, além de funcionar, visualmente, como uma “alavanca” para as outras cores. Nota-se que, assim como as formas se afastam de uma representação realista, as cores utilizadas por Nelson também não são fidedignas, o que acaba tornando a composição exótica, como na prenda de cabelos azuis, o escocês que ele escolhe representar com pele negra e o tucano colorido. Ou seja: independente do país ou região que retrata, a cor vem do artista, que traduz esse destino à sua maneira, criando uma visualidade que se autonomiza do onde, indo ao encontro muito mais do como e quem fez, respondendo a questões fundamentais da História da Arte.

Talvez, o mais interessante em seu trabalho como ilustrador seja o caráter experimental das técnicas utilizadas tanto na pintura quanto no traçado e composição. No quadro do gaúcho, vemos cores bem chapadas e vivas, delimitadas por linhas finas à mão livre. Já no escocês, a obra se aproxima bem mais do campo da arte a partir da forma como Jungbluth dispõe os elementos na tela e pela pincelada mais livre e carregada, que cria texturas bem aparentes, dando ao conjunto um tom mais bucólico e contemplativo. Na floresta amazônica idealizada pelo ilustrador, os contornos pretos das figuras servem apenas como sugestão de delimitação, pois não há preocupação com perfeccionismos, dando à obra um aspecto mais rústico. New York, completamente diferente das demais, é a que mais se aproxima de um cartaz publicitário ao trazer uma série de elementos em miniatura, que despertam a curiosidade do espectador por sua minúcia e detalhes inusitados.

Como vimos anteriormente, Nelson possuía uma inquietude intrínseca que fazia com que ele estivesse sempre a procura de novidades para incorporar ao próprio trabalho, e suas habilidades no desenho o permitiam esse tipo de exploração. Ao ler sua entrevista com Joaquim da Fonseca, e depois de conversar com Lídia Marques, foi possível perceber que havia nele uma certa insegurança em relação à qualidade do material que produzia. Ao mesmo tempo que falava que Ruben Berta lhe dava liberdade

total para pintar, também reclamava de ser forçado a modificar seus desenhos publicitários por causa de palpites de terceiros, então isso pode ter gerado nele uma relação conflituosa em relação à própria produção. Estes sentimentos parecem muito contraditórios se pensarmos no sucesso que foi a Varig durante o período em que ele trabalhou na companhia. Existe um mundo a ser explorado a esse respeito no antigo (e esquecido) Museu da Varig, indicado por Lídia Marques, que por si só, acredito, já daria outro trabalho inteiro de conclusão, por toda a documentação e obras de outros funcionários da empresa que nem imaginamos a dimensão. Para este momento, entretanto, escolhemos focar no espólio de Nelson, pois ele serviu de porta de entrada para um tema que renderia múltiplas pesquisas.

O fato é que, de uma forma ou de outra, Nelson Jungbluth foi responsável, em parte, por divulgar a Varig muito mais que apenas um meio de transporte, um estilo de vida e produto de consumo. Foi uma trajetória de vida com um início tumultuado, como vimos no primeiro capítulo, com problemas de adaptação na escola, seguido por uma doença pulmonar que quase lhe custou a vida, e depois a dificuldade de se sustentar fazendo o que gostava. Contudo, suas habilidades como ilustrador tornaram possível uma carreira que lhe rendeu muitos frutos, sendo um deles o reconhecimento de sua qualidade, seja como artista, designer ou publicitário, que validamos nesta pesquisa. Outro deles é ter conseguido se desvencilhar da publicidade quando aquilo já não fazia mais sentido, dando a ele a liberdade que sempre buscou de poder desenhar e pintar de acordo com sua própria vontade.

Além disso, foi feita a análise da Rosa dos Ventos, marca da Varig que até hoje permeia no imaginário dos brasileiros (pelo menos os com mais de vinte anos de idade) e assim entendemos que ela pertence ao mesmo patamar no qual muitos nomes importantes do design gráfico no país também estão incluídos, como vemos em Melo e Ramos (2011). No mesmo capítulo ainda conseguiu-se resgatar e corrigir uma outra gafe na história do design rio-grandense, que foi registrar a autoria de Nelson para a identidade visual da CEEE, pela qual ele nunca havia sido reconhecido ou remunerado.

No segundo capítulo, trazemos o coração do trabalho em evidência: em qual o contexto no qual os cartazes e calendários da Varig eram criados, e, a partir das leituras, o que eles continuam nos dizendo, mesmo décadas depois de terem sido feitos. Com isso, pôde-se reconstruir e estruturar, em forma de texto, como Nelson e sua equipe

ajudaram a consolidar o imaginário de Brasil como país multifacetado e acolhedor, e ainda transportar estes conceitos para outros lugares através dos cartazes internacionais.

Atuando como aglutinador do material coletado, o terceiro e último capítulo traz uma tabela com todas as obras localizadas ao longo da pesquisa que foram feitas para a Varig e são de autoria do artista, devidamente catalogadas com o máximo de informações coletadas.

Este trabalho nasceu com o intuito de resgatar e preservar a memória de Nelson Jungbluth, e colocar o artista em diálogo com a própria obra, mostrando como ele amadureceu profissionalmente ao longo dos anos e conseguiu construir uma visualidade própria, que acabou por refletir na construção do imaginário de um país inteiro, valorizando nossa cultura e mostrando ao mundo que vale a pena conhecê-la, impactando fortemente a ideia de um Brasil como destino interessante que persiste até os nossos dias.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, K. C. K.. *Cartaz publicitário: um resgate histórico*. 8º Encontro Nacional de História da Mídia-Rede Alcar, v. 1, p. 1-16, 2011. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/alcar/encontros-nacionais-1/8o-encontro-2011-1/artigos/Cartaz%20publicitario%20um%20resgate%20historico.pdf/view>>. Acesso em: 02/12/2018.

*Advertising*. Air France La Saga. Disponível em: <<http://www.airfrancelasaga.com/en/tags/poster-artists>>. Acesso em: 29/11/2018.

ALEXANDRE Wollner. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/pessoa22258/alexandre-wollner>>. Acesso em: 24 de Jun. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

ANTROPOFAGIA. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo74/antropofagia>>. Acesso em: 02 de Dez. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

ARMSTRONG, Helen (org.). *Teoria do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2015.

BAUHAUS . In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo368/bauhaus>>. Acesso em: 24 de Ago. 2018. Verbetes da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

BELTING, Hans. *O Fim da História da Arte*. São Paulo: Cosac Naify, 2006. 320 pp.

BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Porto Alegre: L&PM, 2018, 176 pp.

BRAGA, Marcos da Costa. *Aloísio Magalhães: Heranças do pensar de um pioneiro do campo do desenho industrial brasileiro*. In: XI Encontro Regional da ANPUH ? RJ, 2004, Rio de Janeiro. Caderno de Resumos do XI Encontro Regional da ANPUH ? RJ. Rio de Janeiro: ANPUH ? RJ, 2004.

CARDOSO, Rafael (org.). *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

*Carriage Horses, Now Controversial, Have a Long City History*. Disponível em: <<https://blogs.wsj.com/metropolis/2014/03/24/carriage-horses-now-controversial-have-a-long-city-history/>>. Acesso em: 11/11/2018.

*CONSTRUTIVISMO* . In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo3780/construtivismo>>. Acesso em: 18 de Nov. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

Encyclopaedia Britannica: *Alex Raymond*. Disponível em: <<https://www.britannica.com/biography/Alex-Raymond>>. Acesso em 20/09/2018.

FAY, C. M.; FABRIS, A.; MOLINA, A. H.. *A imagem do transporte aéreo visto através da publicidade*. Domínios da imagem (UEL), V. 1, N. 2, p. 51-56, 2008.

FERNANDES, Victória. *Majestades verdes: conheça as 10 maiores florestas do mundo*. Correio Brasiliense. Disponível em: <[https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/turismo/2018/03/17/interna\\_turismo,666351/majestades-verdes-conheca-as-10-maiores-florestas-do-mundo.shtml](https://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/turismo/2018/03/17/interna_turismo,666351/majestades-verdes-conheca-as-10-maiores-florestas-do-mundo.shtml)>. Acesso em: 06/11/2018

FRANCISCO, Wagner de Cerqueira e. *Transamazônica*. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/brasil/transamazonica.htm>>. Acesso em: 03/11/2018.

*GESTALT* . In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileiras. São Paulo: Itaú Cultural, 2018. Disponível em: <<http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termo9443/gestalt>>. Acesso em: 30 de Set. 2018. Verbete da Enciclopédia. ISBN: 978-85-7979-060-7

GUAZZELLI, C. A. B.. *“Olha a Faca de Bom Corte!”: Aproximações Histórico-Literárias à Violência no Rio Grande do Sul*. MétiS (UCS), v. 6, p. 47-67, 2007.

Hemenoteca Digital da Biblioteca Nacional. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>> Acesso em: 02/12/2018.

JOLY, Martine. *Introdução à Análise da Imagem*. Lisboa: Editora 70, 2007.

LESSA, Luiz Carlos Barbosa. *Rodeio dos Ventos*. Porto Alegre: RBS/Livraria do Globo, 1978.

MARTÍ, Silas. *Mostras celebram 60 anos da obra de designer pioneiro Alexandre Wollner*. Site Folha de São Paulo, 2013. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2013/11/1376019-mostras-celebram-60-anos-da-obra-de-designer-pioneiro-alexandre-wollner.shtml> >. Acesso em 26/09/2018.

MAURÍCIO, Jayme. *Vocês viram Ruben Berta por aí?* Correio da Manhã, Porto Alegre, 4 de out. de 1962. 2º Caderno: Itinerário das Artes Plásticas, p. 2.

MELO, Chico Homem de (org. e textos) e RAMOS, Elaine. (org. e design). *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MONTEIRO, C. F.. *A Varig e o Brasil entre o desenvolvimento nacional e a competitividade global*. Civitas - Revista de Ciências Sociais, v. 7, p. 35-58, 2007.

MORÉ, Cristina Barth (Coord.). *Nelson Jungbluth*. Porto Alegre: Galeria de Arte Mosaico, 2001, 131 pp.

OLIVEIRA, Geneci Guimarães de. *Varig de 1986 a 2006: Reflexões sobre a ascensão e a queda da empresa símbolo do transporte aéreo nacional*. Dissertação de mestrado em História – Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, 2011.

RAMOS, Paula Viviane. *Artistas Ilustradores – a Editora Globo e a Constituição de uma Visualidade Moderna pela Ilustração*. Tese de doutorado em Artes Visuais – Instituto de Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2007.

SANTOS, A. K. N. S. dos. *A Persistência da Identidade Regional na Pintura das Tradições Gaúchas de Nelson Jungbluth (1921 – 2008)*. Dissertação de mestrado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2010.

*Scottish Census*. Disponível em: <<https://www.scotlandscensus.gov.uk/documents/censusresults/release2a/StatsBulletin2A.pdf>>. Acesso em: 27/10/2018.

*Screen printing*. Disponível em: <[https://en.wikipedia.org/wiki/Screen\\_printing](https://en.wikipedia.org/wiki/Screen_printing)>. Acesso em: 30/09/2018.

SOUSA, Rainer Gonçalves. *A Arte Egípcia*. Brasil Escola. Disponível em: <<https://brasilecola.uol.com.br/historiag/arte-egipcia.htm>>. Acesso em: 04/12/2018.

*Statue of Liberty*. Disponível em: <<https://www.statueoflibertytickets.com/Statue-Of-Liberty/?show=history>>. Acesso em: 17/11/2018.

*The Piob Mhor or the Great Highland Bagpipes*. Disponível em: <<https://www.historic-uk.com/HistoryUK/HistoryofScotland/The-Piob-Mhor-or-the-Great-Highland-Bagpipes/>>. Acesso em: 20/10/2018.

*The Postwar Economy: 1945-1960*. Disponível em: <<http://www.let.rug.nl/usa/outlines/history-1994/postwar-america/the-postwar-economy-1945-1960.php>>. Acesso em: 11/11/2018.

*VARIG: O logotipo rejeitado*. Disponível em: <<https://webkits.hoop.la/topic/varig-o-logotipo-rejeitado>>. Acesso em: 02/12/2018.

## ANEXOS

### ANEXO A – O HOMEM DO SANGUE JOVEM.

#### **Entrevista de Joaquim da Fonseca com Nelson Jungbluth**

Fonte: MORÉ, Cristina Barth (Coord.) Nelson Jungbluth. Porto Alegre: Galeria de Arte Mosaico, 2001. p. 23-70

Joaquim – Taquara, onde você nasceu em 1921, já era nessa época um dos importantes portais de entrada para a região serrana do Rio Grande do Sul, centro de referência educacional, administrativa, econômica, de comunicações e de serviços, pois era sede de vasta região que compreende hoje municípios de projeção nacional, como Gramado, Canela, São Francisco de Paula e muito outros. O que isso significou na sua vida?

Nelson – Taquara é importante pra mim porque foi lá que nasci, tive as minhas origens, era onde meus pais viviam e foi lá que um pouco mais tarde encontrei Odete, minha mulher. Saí de Taquara muito cedo, ainda na infância, creio que tinha seis ou sete anos de idade, quando meu pai Alziro Jungbluth, que era fotógrafo, foi oficialmente pelo governo federal para fotografar as pessoas para a carteira profissional, que estava sendo instituída naquele tempo. Por intermédio do deputado Fernando Machado, papai veio para Porto Alegre fotografar os operários nas indústrias daqui. Ele fotografava as pessoas no próprio local de trabalho. Usava um sistema de três suportes, como varetas, com lâmpadas e um fundo preto estendido por trás. Na frente da câmara fotográfica, em extensas filas, os operários passavam um por um, para serem fotografados em tamanho quatro por quatro centímetros. Por noite, eram tomadas 200, 300 fotografias. Em Porto Alegre, residimos por um ano na pensão de uma tia de meu pai, na Rua Felipe Camarão. Depois de fotografar nessas indústrias de Porto Alegre, fomos para Rio Grande, onde papai fez o mesmo trabalho nas indústrias Swift, Reinghantz, Leal Santos e muitas outras, que na época eram estabelecimentos enormes. Papai gostou de Rio Grande, adaptando-se muito bem na cidade. Estabeleceu-se montando um estúdio e tornou-se um fotógrafo bem-sucedido na cidade. Mamãe, Zulmira Sohne Jungbluth, também era fotógrafa, foi mesmo considerada a primeira mulher profissional do Rio Grande do Sul. Era o braço



direito de meu pai. Em Rio Grande, chamavam minha mãe de Dona Alzira, fazendo confusão com o nome de papai. Ela era de Mundo Novo, perto de Taquara, e aprendeu a fotografar com papai. Ela coloria as fotografias manualmente com tinta a óleo, pois as fotografias então eram feitas somente em preto e branco. Era exímia nisso, retocando com habilidade as fotografias eliminando manchas, rugas, enfim, colorindo e embelezando as fotos. Quando papai faleceu, ela tomou conta do estúdio e seguiu em frente com ele. As fotografias e negativos retocados por meus pais foram motivo para uma exposição que fiz anos depois, com o título de Reencontro. Ficamos muito conhecidos em Rio Grande.

J – O fato de seus pais serem fotógrafos, portanto lidarem com a imagem, assim como a habilidade artística de sua mãe devem ter influenciado o seu interesse pelo desenho.

N – Sim, tanto a mim como a meu irmão mais velho, Nestor. Éramos três irmãos, e Nilo era o mais moço. Foi em Rio Grande que começou a desenhar. Nestor fazia desenhos de artistas de cinema, a lápis que eu achava muito bonitos e, com esse estímulo, decidi também desenhar. Desenhava com ele. Mais tarde, Nestor foi para a Marinha e não mais desenhava. Eu continuei a gostar daquilo e nunca mais parei. Tomei tal gosto pelo desenho que cheguei a deixar de estudar para continuar desenhando. O curso primário, naquela época, era de sete anos. Estudei no Colégio Juvenal Müller, onde comecei meus primeiros traços e a tomar gosto pelo desenho. A diretora da escola, Helena Small, me incentivava. Lembro que um dos trabalhos que fiz foi construir em escala a Praça Sete de Setembro, que ficava em frente a escola, realizada em vários materiais, até mesmo com a Estátua do Barão de Rio Branco, em gesso. Uma vez a diretora me pediu para fazer um retrato do governador do estado, que estava visitando nossa escola, para homenageá-lo. Ele gostou do desenho e me ofereceu uma vaga no Instituto Parobé em Porto Alegre. Não fui porque não gostei do uniforme que os alunos do Parobé usavam na época. Eu “gazeteava” as aulas do colégio para desenhar histórias em quadrinhos. Quando estava terminando o último ano, fui reprovado e não mais voltei para a escola. E fui reprovado em quê: em desenho! Tudo porque não me submetia ao que a professora pedia, que era cópias de outros desenhos, e eu queria criar coisas novas, diferentes. Por isso fui reprovado. Tinha então treze ou quatorze anos e já estava ganhando algum dinheiro com desenhos. Havia em Rio Grande a Casa Brasil, que

fabricava e vendia móveis, e o seu proprietário, José Axelrud, chamava-me para fazer o desenho de algum móvel especial pedido por um cliente. Eu desenhava o móvel, uma mesa, um sofá, como o cliente queria, para que depois fosse fabricado. Comecei então a desenhar anúncio para esta mesma Casa Brasil, que eram publicados no jornal da cidade. Foi nessa época que inventei o slide feito à mão, para ser projetado no cinema, antes da exibição dos filmes. Chamávamos esses slides de “chapinhas”, porque eram desenhados a tinta nanquim sobre uma pequena lâmina de vidro transparente. A ideia me veio das chapinhas desenhadas grosseiramente pelo gerente do cinema para anunciar os filmes do dia seguinte. Eu via aquilo e achava que poderiam ser mais bonitos. Fazia então um desenho, com tinta nanquim, sobre uma pequena placa de vidro. Usando uma lâmina pontiaguda, daquelas para as vacinas, que eram comuns na época, raspava o traço do nanquim de um lado e do outro do desenho, para tornar o traço mais fino, limpando o desenho. Era um desenho muito pequeno, pois a placa de vidro tinha o tamanho de cinco por cinco centímetros. Os letreiros eram todos desenhados a mão. Isto era “ensanduichado” com outra chapa do mesmo tamanho. No projetor, o desenho era colocado na posição ao contrário da leitura, como se estivesse espelhado. Como acharam bonito as minhas “chapinhas”, começaram a me encomendar outras e foi assim que abri o meu primeiro estúdio. Fiz centenas daquelas chapinhas. Incrementei o negócio incluindo cor, que eu colocava com papel celofane. Era um trabalho muito pequeno e preciso, pois o papel celofane colorido era recortado e fixado com apenas um pontinho de cola, por trás do traço preto. Não guardei nenhuma dessas chapinhas, mas um dia desses vou a Rio Grande para ver se alguém ainda tem alguma delas. Fiquei famoso, na cidade, por causa da chapinhas, até que aconteceu o desastre! Um dia, apareceu um slide feito pela Swift, apresentando uma fotografia colorida. Perfeito, parecia filme de cinema. Examinei o slide e vi que era feito com uma fotografia colorida a mão. Apelei para as habilidades de meu pai. Ele, infelizmente, não pode me ajudar, pois não trabalhava com os filmes duros, como se chamava na época a fotografia em alto contrastes. Com isso, acabou o meu negócio.

J – Pode-se dizer que a primeira fase importante da sua vida profissional foi a época em que viveu no Rio de Janeiro, como desenhista de histórias em quadrinhos. Que importância teve isso para o seu trabalho posterior?

N – Fui para o Rio de Janeiro em 1939, quando tinha 18 anos de idade, com o firme propósito de me tornar um desenhista de histórias em quadrinhos. Ainda em Rio Grande, eu desenha essas histórias. Mandava cortar o papel em formato tipo ofício, 100, 200 folhas, e passava o dia rabiscando nelas, desenhando histórias, inventando, todos os dias, fazia isso em vez de ir para o colégio. Decido que era isso que eu queria fazer na vida. Com 800 mil réis ganhos com as “chapinhas”, um dinheirão na época, fui para o Rio de Janeiro de navio com um amigo de Porto Alegre, o Maneca, que queria conhecer a Cidade Maravilhosa. Maneca retornou logo e eu resolvi ficar. Confesso que, pela minha inexperiência, o início não foi fácil. Morava numa pensão da Rua Riachuelo, perto Praça Onze, onde eu só tinha o quarto, sem alimentação. Eu precisava de dinheiro todos os dias para comer, e não tinha, porque os oitocentos que levei já haviam acabado. Um conhecido de Rio Grande, que encontrei no Rio, agenciava trabalhos para eu fazer, cartazes, cartões de preços para lojas, listas de preços para restaurantes. Recebi muito pouco por esses trabalhos, porque meu “amigo” ficava com todo o dinheiro. Procurei então, a Suplemento Juvenil, uma revista em formato de jornal do grupo A Noite, que publicava somente histórias em quadrinhos. Quando entrei na redação, conhecendo o pessoal e vendo aqueles desenhistas todos trabalhando em quadrinhos, fiquei extasiado, aquilo era a glória, um sonho de garoto se tornando realidade. Ganhei um emprego, tinha um ordenado, e trabalhava com os melhores da época, Fernando Dias da Silva, Sálvio Negreiros, Celso Barroso e tantos outros. Eu desenhava uma história que tinha o título de Cenas da História Pátria, que uma semana era entregue para outro desenhista, o Professor Rodolfo, e na semana seguintes era entregue para mim. Para fazer os desenhos eu tinha que visitar lugares como o Museu Nacional de Belas Artes, o Museu Histórico e a Biblioteca Nacional, consultando muitas vezes livros raros, em que o guarda ficava atrás de mim, olhando, porque eu não podia ao menos virar a página que era virada por ele. Ficava toda a semana rabiscando os nove quadrinhos que precisava fazer para entregar o capítulo. Ganhava 40 mil réis por cada página. Fiz histórias em quadrinhos também para O Guri, dos Diários Associados, a revista de quadrinhos então dirigida por Fred Chateaubriand. Como a coisa melhorou, mudei-me para uma pensão melhor, que incluía as refeições, perto dos Arcos da Lapa. Lembro que com o primeiro dinheiro que ganhei, depois de um tempo muito grande de privações, comprei um pacote de bombons e fui dar uma volta no bonde de Santa Tereza, empoleirado no

estribo, comendo os bombons e percorrendo o lindo passeio, que ainda hoje é possível de se desfrutar por entre os morros do Rio de Janeiro. Como o dinheiro era curto, Sálvio Negreiros, que fazia a arte para os anúncios do Colírio Moura Brasil, sugeriu que eu me dedicasse também à propaganda. Surgiu uma oportunidade na companhia de cigarros Souza Cruz. Era muito melhor que os quadrinhos, que significavam apenas 40 mil réis a cada quinze dias, porque a Souza Cruz pagava 150 pelo desenho de uma mulher fumando, e nem precisava desenhar a carteira de cigarros. Com isso, passei a fazer anúncios para a Souza Cruz. No entanto, devido às dificuldades por que eu havia passado no Rio de Janeiro, acabei adoecendo seriamente, com uma infecção no pulmão. Isso, na época, era muito grave, pois não havia ainda o tratamento apropriado. Foi assim que se concluiu minha primeira experiência no Rio de Janeiro, que significou muito para mim, não só por ter trabalhado ao lado de profissionais que era os mais capacitados da época, como também por ter vivido uma experiência profissional que se tornou valiosa nos anos que se seguiram. Quando papai soube de meus problemas de saúde, mandou-me buscar de volta para Rio Grande. Fiquei pouco mais de um ano na casa de mamãe, tratado com carinho e boa alimentação. Quando me senti melhor, resolvi partir para Porto Alegre, tanto para continuar o tratamento como também para voltar ao trabalho, pois não aguentava mais aquela inutilidade em Rio Grande. Comecei a trabalhar com Antônio Pompeu, que tinha um estúdio num dos antigos edifícios que cercavam a Praça da Alfândega, em Porto Alegre. Pompeu era um exímio desenhista de letras, pois naquela época os textos dos anúncios eram todos desenhados manualmente. Pompeu tinha entre os seus clientes a empresa de transportes aéreos Real Aerovias. Um dia encomendaram-me uma série de quadros para as paredes da agência. Era seis ou sete de cenas com paisagens de lugares turísticos, com o aviãozinho sobrevoando. Pompeu passou-me a tarefa que fiz sem problemas, pois sempre gostei de trabalhar com cores. Quando os quadros foram entregues, foi um sucesso. O pessoal da Varig viu os quadros e mandou me chamar.

J – Foi dessa forma que iniciou sua ligação com a Varig, que significou uma segunda fase de sua vida profissional?

N – Cristóvão Rios, que eu conhecia de Rio Grande, era o chefe de propaganda Varig. Convidou-me para trabalhar na área e me foi oferecido um salário que eu nem sonhava, um dinheirão. Pompeu ofereceu-me sociedade, para eu bom salário. Foi nessa

época que casei com Odete Suelci Holmer, que eu havia conhecido algum tempo antes em Taquara, em uma procissão. Depois de anos na Varig fui com Odete passar umas férias no Rio de Janeiro. Visitei os amigos, Sálvio e Celso, que então eram diretores de Arte da Standard Propaganda. Perguntaram se eu não gostaria de transferir-me para o Rio, para trabalhar com eles. Os salários, na Standard eram três vezes maiores que o da Varig. Claro que eu queria. Fiquei entusiasmado. Voltando para Porto Alegre, desliguei-me da Varig dois ou três meses depois. Ingenuamente, pois não havia acertado compromisso algum com os cariocas, parti mais uma vez para o Rio de Janeiro, desta vez com uma esposa e toda a bagagem. Assim que cheguei lá, apresentei-me na Standard, procurando George, o chefe do departamento de arte. Só que o tal emprego que eles haviam me oferecido não existia. Nem se lembravam de ter me convidado para trabalhar lá. Constrangidos, falaram com Cícero Leuenroth, diretor da Standard Propaganda. Resolveram então me oferecer uma experiência de quatro meses, com o salário que haviam me “prometido”, que era o mesmo para todos os diretores de arte. Talvez pela frustração que eu sentia, fiquei completamente bloqueado e, nesses quatro meses, não conseguia fazer absolutamente nada, desenho algum. Estava trabalhando com os melhores profissionais brasileiros, gente de alta categoria, que ganhavam o mesmo salário que eu e não conseguia produzir coisa alguma, não conseguia desenhar. Decorridos os quatro meses, George, que era francês foi chamado a Paris para ver a mãe que estava doente à morte. No lugar dele ficou Oscar Gosso, como chefe do departamento. Com o acúmulo de serviços, comecei a produzir, inclusive fazendo leiautes e com isso como que “deslanchei” repentinamente e assim fui definitivamente contratado. Por ironia, o George acabou morrendo em Paris, enquanto a mãe melhorou e continuou vivendo. Quando ainda estava na Standard, Cristóvão Rios pediu-me alguns cartazes de propaganda para a Varig. Sugeri que ele fizesse um concurso nacional para isso, e ele gostou da ideia. Quem ganhou o concurso foi François Petit. O segundo lugar foi de Ari Fagundes, um grande cartazista da época e o terceiro lugar foi meu, pois eu também estava concorrendo. Foi nessa época que nasceu no Rio, nossa filha Sue. Em 1963, Rios chamou-me de volta para a Varig, oferecendo-me o mesmo salário que eu tinha no Rio, com promessa de um aumento no final do ano, que estava próximo. Retornei então para a Varig e para Porto Alegre, o que significou para mim uma enorme produção e um acúmulo de atividades. Como eu estava vindo do Rio de Janeiro, tinha

estado na Standard Propaganda, tive uma respeitável projeção como profissional em Porto Alegre. Foi uma época em que as agências de propaganda estavam se estruturando, e havia uma enorme demanda de trabalho. Eu era solicitado por praticamente todas as agências de Porto Alegre e fazia trabalhos em free-lance para todas, fora do expediente da Varig. Foi uma intensa produção, tão grande que praticamente construí nossa casa, no Morro Santa Tereza, só com o resultado dos trabalhos em free-lance. Consegui fazer isso porque trabalhava muito e com muita rapidez, sempre cumprindo os prazos de entrega. Isso me proporcionou uma boa reputação e as agências me procuravam porque sabiam que podiam contar comigo. Fiz de tudo, figuras para catálogos, folhetos, anúncios, cartazes, muitas vezes campanhas inteiras, com muitas peças, que eu produzia num único fim-de-semana. Meu expediente, na Varig, começava pela manhã às oito horas e ia até ao meio-dia. Vinha para a casa, almoçava e ainda fazia um ou dois desenhos antes de voltar para o expediente da tarde, que começava as 14 horas. Às 19 horas eu voltava para casa, jantava e voltava para a mesa de desenho. Às 21 horas, Odete e eu íamos ao cinema. Depois do filme, eu retomava em casa os desenhos e ia até às três, quatro horas da madrugada. Mas não me queixava, gostava do que estava fazendo. Além disso, estava convivendo com uma turma boa de colegas profissionais, como o Armando Kuwer e você mesmo, na MPM Propaganda, o Thierry, tantos outros. Foi por essa época que nasceu a MPM Propaganda, fundada por Luís Macedo, Petrônio Corrêa e Antônio Mafuz. Macedo e Petrônio vinham da Grant, uma agência americana que tinha escritório em Porto Alegre, e Mafuz havia sido diretor da Sotel uma agência que tinha como cliente maior a rede de Supermercados Campal, e que terminou adquirida pela McCann-Erickson, outra grande agência americana. Quando fundaram a MPM os três diretores convidaram-me para ser diretor de arte, oferecendo-me ações da agência. Fui discutir o caso com Rubem Berta, o presidente da Varig. Disse a ele que pretendia trabalhar de manhã na Varig e pela tarde na MPM. Rubem Berta simplesmente me perguntou: “Ah, mas vai dar conta?”. Respondi: pode deixar que dou conta. Trabalhei bastante tempo na MPM, onde fizemos grande campanhas, para Samrig, Ipiranga de Petróleo, Indústrias Renner e Companhia Sinimbu de Cigarros, que eram os clientes maiores. Foi lá que conheci o escritor Josué Guimarães, que era redator e com quem eu fazia parceria. Embora tivéssemos grandes discordâncias, porque o Josué era muito

sarcástico, firmamos uma grande amizade que continuou por muitos anos até o seu falecimento.

J – No início da década de 1960, quando a publicidade era veiculada principalmente nas revistas e nos jornais, os desenhistas ilustradores tinham grandes oportunidades de trabalho. Como vocês situa com o que estava ocorrendo nessa época?

N – Era só o desenho. Isso para mim, era uma coisa natural. Como sempre gostei de desenhar, aceitava o que acontecia porque era isso que eu queria fazer. Procurava melhorar sempre, pesquisando, trabalhando, seguindo o meu caminho. Como sempre gostei de desenhar a figura humana, procurava me aprimorar. Acho que todo o artista, na época, reproduzia a figura humana e eu fazia o mesmo. Na Varig, onde eu podia escolher e determinar o que fazia, comecei a estilizar a figura, a criar alguma coisa diferente do meu desenho. Foi assim que comecei a criar as figuras que faço hoje. Eu procurava aplicá-las principalmente em materiais promocionais, onde podia usar a cor, com folhetos, cartazes, depois nos calendários. De início a figura era muito simples, sem muitos detalhes, estilizada com ombros enormes, redondos, a cabeça pequena. Na primeira exposição que fiz, na Galeria de Renato Rosa, essas figuras eram as que predominavam. Fazia a figura em perfil, toda em preto, raramente era branca, sempre contornada em cores chapadas. Uma ocasião, cheguei a perder uma encomenda de calendários que o Josué Guimarães havia me proposto, para Caxias do Sul. O prefeito da cidade, Mário Ramos, rejeitou o calendário porque as figuras de colonos e gaúchos que eu desenhei eram todas em preto, alegando que na zona da serra não havia negros. As estampas acabaram sendo publicadas mais tarde, não me lembro se em um calendário para a Samrig ou num relatório para o Banco do Rio Grande do Sul. Esta estilização, no entanto, foi se aperfeiçoando, principalmente na série de calendários que fiz para a Varig. Posso dizer que as figuras que faço hoje evoluíram daí. Agora elas têm cor clara, muitas delas são desenhadas de frente e com um pouco de luz e sombra, coisa que eu não fazia antes, pois não utilizava a sombra, como não utilizo até hoje. O volume era dado somente pela cor, pela densidade da cor. É um processo que foi acontecendo naturalmente e ainda continua, difícil de ser controlado ou dominado, a não ser que eu fosse contra o meu próprio sentimento. Não quero contrariar isso e nem sinto tal necessidade, simplesmente deixo fluir, como um caminho. O crítico de arte Armindo Trevisan diz que meu trabalho tem uma tendência para o decorativo, sempre para o

bonito, o belo. Isto é uma realidade. Não me sinto bem em expressar o choque ou a violência. A violência, a feiúra, o grotesco, não faz parte do meu trabalho. Mesmo nos quadros mais abstratos que produzi, principalmente quando comecei a pintar, o abstrato é bonito. Muitos pintores, quando querem denunciar a violência fazem quadros chocantes, mostrando a realidade atual, onde impera a violência. Quanto a mim, prefiro fazer quadros bonitos, que as pessoas se sintam bem em contemplar, porque penso que com isso estou lutando contra a violência.

J – Os calendários da Varig foram um diferencial na propaganda da companhia, na época, assim como também os cartazes, que eram uma forma tradicional de promoção para as companhias de aviação. A criação e produção desse material era de sua responsabilidade. Como isso era conduzido?

N – Na época, Cristóvão Rios era o chefe de propaganda e diretor de arte, praticamente o chefe de tudo na comunicação promocional da Varig. Quando ingressei na empresa o setor de propaganda era pequeno, ocupava uma sala de quatro por quatro metros, onde toda a atividade acontecia, tanto administrativa como de produção. Era, portanto, um pequeno estúdio. A propaganda era feita principalmente em vitrines nas agências de turismo e lojas de vendas de passagem. Essas vitrines consistiam de painéis montados com tecido estendido sobre armações, onde colocávamos letreiros e pintávamos ilustrações. Os anúncios em jornais eram raros. A sala do presidente da companhia, Rubem Berta, ficava junto à nossa, portanto ele tinha acesso diário as nossas atividades, que o interessavam diretamente. O departamento foi crescendo e mudamos para um espaço maior, na subida da Rua da Praia. Então eu já estava tomando conta de todo o setor porque o Rios passou a cuidar mais da área de relações públicas. Chegamos a ter 28 pessoas trabalhando no departamento, incluindo criadores, arte-finalistas, desenhistas, carpinteiros, pintores. Com o tempo as necessidades da propaganda foram se tornando mais complexas, com a produção de folhetos, anúncios de jornal e até mesmo o material produzido para o rádio e outros meios, como a televisão, que veio mais tarde. Mas isso não nos dizia respeito, era tratado por outro setor. Fiz dezenas de cartazes para a Varig, alguns deles chegaram a ter repercussão internacional, sendo reproduzidos em publicações especializadas sobre comunicação, até mesmo na Suíça. A determinada altura, começamos a produzir esses cartazes nós mesmos, imprimindo em serigrafia, ou silk-screen, como essa novidade era conhecida na época. Para isso,



trouxe para trabalhar conosco meu irmão Nilo Jungbluth. Quando ainda estava no Rio eu tinha junto com o Sálvio Negreiros um estúdio de serigrafia onde produzíamos peças para Helena Rubinstein e outros clientes. Na época levei Nilo para o Rio para aprender o ofício e, quando montamos o estúdio na Varig ele assumiu a serigrafia. Era muito competente, conhecia bem o processo, era muito minucioso, fazendo um trabalho perfeito, limpo, de alta qualidade. Nilo chegou a desenvolver algumas técnicas inovadoras que depois foram adotadas como rotinas no processo de impressão em serigrafia. A vantagem de fazer aquele tipo de trabalho para a Varig é que estávamos sempre por dentro do que havia de mais avançado, pois visitávamos a Itália, a Alemanha, à procura de materiais e novidades. Nilo foi dos primeiros, no Brasil, a utilizar os processos fotográficos, com filmes Ulano e de sensibilização fotográfica da tela de impressão. O setor de serigrafia de propaganda da Varig, que de início era apenas para os cartazes e material promocional, evoluiu até para a produção de equipamentos dos aviões da companhia, como a impressão de painéis de controle. Mais ou menos nessa época, criei a “rosa dos ventos” como novo símbolo da companhia, para substituir a figura de Ícaro que fazia parte do logotipo da Varig. Outra inovação que ocorreu foi a criação dos “menus de bordo”, que devido à forma como eu os ilustrava, chegaram a causar um problema, pois as capas não podiam ser reaproveitadas porque os passageiros levavam para casa os menus. A grande mudança no meu desenho começou a ocorrer justamente nessas ilustrações para os menus, que se tornaram um enorme sucesso. Quanto aos calendários, começaram a ser produzidos pelo Cristóvão Rios. Os primeiros calendários utilizavam somente fotografias e eram impressos no Uruguai, onde estavam as melhores gráficas da época. Mesmo assim, era uma qualidade que deixava a desejar. Quando assumi o departamento, passei a tomar conta também dos calendários. Começamos a contar com a gráfica Lanzara, de São Paulo, para impressão, embora continuassem a ser usadas as cenas em fotografia. Eu queria, no entanto, usar ilustrações nos calendários, tanto para diferenciá-los da maioria dos calendários existentes, como para seguir uma tendência que eu estava vendo em calendários de companhias e internacionais de aviação, como a Swissair, a KLM e a Air France. No início, não foi fácil quebrar uma tradição que estava estabelecida, então comecei a fazer apenas o rodapé dos calendários com desenhos. Ao mesmo tempo, ampliei as dimensões dos calendários, tornando-os mais vistosos e mais coloridos. Aos poucos, fui introduzindo as

modificações. Passei a utilizar três cenas com desenhos e três com fotografias. Rubem Berta, que como presidente da empresa era quem dava sempre a última palavra, tinha absoluta confiança em mim e aprovava minhas ideias. Passei então a fazer o calendário com 12 estampas, o tamanho que era de 30 centímetros de altura passou para 80, e as ilustrações passaram a ser todas com desenhos coloridos. As cenas eram de lugares de todo o mundo onde alcançavam as linhas da Varig. Passamos a imprimir os calendários na Europa. Eu ia para a Alemanha, tirava os orçamentos em duas ou três impressoras, voltava, apresentava os orçamentos para a direção da companhia e fazia as artes em casa. Retornava para a Alemanha para aprovar as provas e acompanhar a impressão. As decisões eram sempre tomadas por mim, tal a confiança que Berta tinha pelo meu trabalho. Nunca tivemos problemas, a não ser uma vez que o presidente reclamou, quando fiz uma ilustração sobre a Argentina, pintando uma cena do famoso Caminito de Buenos Aires. Berta não gostou, dizendo que aquilo não representava a Argentina. Mas não pediu que eu mudasse a ilustração. Depois, passei a fazer as cenas com temas sobre o Brasil, pois a empresa era brasileira. Os calendários estavam atingindo então enorme sucesso, tal a solicitação que recebíamos. O calendário com as cenas do Brasil, onde apareciam o candomblé, a Baía de Guanabara, a Amazônia, o nordeste e até o Rio Grande do Sul, teve repercussão internacional, ganhando prêmios, sendo reproduzido em publicações européias especializadas em artes gráficas e foi até citado em um programa da televisão norte-americana. Esses calendários alcançaram enorme sucesso, a tiragem era de mais de cem mil exemplares, e não conseguíamos atender à demanda, pois os pedidos chegavam a mais de trezentos mil exemplares por calendário, o que então estava fora dos orçamentos previstos. Para que não houvesse repetição na produção dos calendários, para que eles não cansassem, eu procurava modificar as técnicas de execução das imagens. Num ano eu utilizava o desenho à esmalte, no outro pintava as ilustrações em guache, para usar técnicas diferentes. Passei também a assinar as ilustrações, o que não era costume no Brasil. As mesmas cenas que eu usava nos calendários apliquei também em outros trabalhos, como cartazes, folhetos e anúncios para revistas e jornais.

J – Como ocorreu a decisão de dedicar-se inteiramente à pintura? Isso aconteceu quando você realizou sua primeira exposição individual ou já estava participando de exposições com outros artistas?

N - Nunca considerei, nem me preocupei, em ser especificamente um artista ou um publicitário. O que sempre fluiu na minha vida foi o fazer, realizar, executar. Simplesmente ia fazendo o que estava sentindo. Não tenho uma diretriz especial, tanto no desenho como na pintura. Deixo fluir, deixo seguir, deixo andar. Creio que essa mudança ocorreu quando começaram a ocorrer mudanças dentro da Varig. O setor de propaganda estava se adaptando às novas tendências da comunicação, como também o próprio pessoal do qual eu dependia e com que eu convivia. A Varig já não estava dando tanta ênfase aos calendários e aos cartazes. Grande parte dos orçamentos de propaganda passou para a televisão e outros meios, e com isso o nosso setor passou a ter menor evidência. Ao mesmo tempo, eu estava então frequentando museus, exposições, em razão até das viagens que fazia por razões profissionais. Ia muito para o exterior, visitava museus como o Louvre, onde conheci a obra de mestres como Michelangelo, Rembrandt e tantos outros, embora gostasse muito mais do que via no Centro Pompidou, que abriga a arte atual. Foi assim que comecei a me interessar por arte. Foi uma transição que ocorreu não como uma coisa definida, foi um caminho que foi acontecendo. Comecei a perceber que existia alguma coisa mais além de desenhar para propaganda. Não era uma coisa que eu procurasse, mas comecei a perceber isso. Havia ainda o Egídio Rosa que trabalhava comigo na Varig. Ele gostava muito de arte, era um apreciador. Nunca pintou, mas poderia ter sido um pintor, se quisesse. Frequentava exposições de pintura e me convidava para visitá-las, também. Rosa convivía com artistas como Gastão Hoffstatter, Ângelo Guido, gostava de conversar com João Fahrion e Ernest Zeuner, da editora da Livraria do Globo e que casualmente era meu vizinho, aqui no morro Santa Tereza. Era amigo de todos eles e eu acabei conhecendo-os e me tornando amigo deles, também. Comecei então a entrar num "circuito", digamos assim, de interesse pela arte. Rosa me incentivava, convencendo-me a pintar. Acho que isso fez germinar dentro de mim o gosto pela pintura. Na verdade, eu já pintava em casa, as peças dos calendários da Varig, que eram pinturas. Além disso, comecei a fazer alguns quadros pequenos, em guache, e estava fazendo minhas primeiras experiências com tinta a óleo sobre tela. Isso tudo me levou a questionar o que eu estava fazendo em propaganda, pois era uma coisa completamente diferente. O trabalho para a propaganda, que tinha uma finalidade específica, estava também me levando a considerar a interferência de outros naquilo que eu produzia, porque muito daquilo que eu achava que era bom, era muitas vezes

avaliado de outra maneira por outras pessoas, que me forçavam a modificar os desenhos, trocar a cor, às vezes com palpites de terceiros. Nos quadros que produzia para mim próprio, eu é que decidia, fazia o que bem entendia, sem interferência de outros. Assim, comecei a trabalhar em casa, para mim, fazendo mil coisas, experimentando, procurando descobrir, pois eu não tinha experiência alguma nessas novas técnicas que estava utilizando, como a pintura a óleo. Mas fui produzindo, ainda que, de início, o que eu estava fazendo em tela, e a óleo, era basicamente a mesma temática que eu pintava nos calendários.

J – Esses quadros eram vendidos?

N – Não eram vendidos. Eram muitos iniciantes, a maioria experimentos, alguns até nem eram bonitos. Devo ter guardado um ou dois. Lembro de uma série em que comecei a queimar a tela, aplicando a tinta a óleo bem grossa, lambuzava com querosene, em cima e botava fogo. Aquilo fazia a tinta crepitar, explodir, causando efeitos que eu achava, pelo menos, fora do comum. Fiz vários assim. Uma vez, quando quase incendiei a casa, fazendo um desses quadros. Justamente na hora em que joguei o quadro em chamas para um lugar mais seguro, onde havia pedras, Odete vinha passando e quase que ela também pega fogo, foi um horror. Experimentava de tudo e assim fui fazendo aquelas telas, usando também isopor, colagens com isopor, pintando por cima, tudo abstrato. Desses quadros, ainda tenho um grandão, vermelho, de isopor. Usei até mesmo caixas de embalagens de ovos, eu achava aquilo bonito e diferente. Pintava também figuras, sempre com temas de baianas e candomblé, como nos calendários. A maioria desses quadros, no entanto, era abstratos, talvez para me desvincular do que estava fazendo em propaganda. Foi quando Ernani Behs, que era diretor da Standard Propaganda em Porto Alegre, viu os quadros.

J – Sua primeira exposição individual teve como temática as mesmas cenas dos calendários?

N – Um dia, Ernani Behs, que conhecia esses primeiros trabalhos que eu estava fazendo, falou com o marchand Renato Rosa sobre meus quadros e sugeriu uma exposição. Renato Rosa e Tatata Pimentel vieram ao meu estúdio, acharam os quadros interessantes e combinamos a exposição. Minha pintura, no entanto, era ainda bastante simplificada, pois o meu conhecimento sobre artes plásticas era tão limitado que eu até sugeri ingenuamente ao Renato Rosa para fazer minha exposição na galeria mais famosa

da cidade, na época, a Bolsa de Arte, sem me dar conta que ele era dono da sua própria galeria e, portanto, queria nela fazer a exposição. Foi assim que saiu minha primeira exposição individual, em 1974. Os quadros eram muito coloridos, praticamente eram uma transposição para telas dos mesmos cartazes que eu havia feito para a Varig, mostrando cenas de candomblé, baianas e gaúchos. A exposição realizada na galeria do IAB de Porto Alegre, foi um sucesso, até me surpreendi com isso. Quase todos os quadros expostos foram adquiridos. Foi uma exposição toda trabalhada em óleo. E eu estava apenas começando a lidar com a tinta a óleo, ainda não dominada a técnica, não sabia como utilizar o óleo com a tinta, ou os solventes, como água-ras ou terebentina. Eu não sabia nada, então mistura a tinta a óleo com terebentina em excesso, ela secava muito, ficava opaca, sem brilho, quando eu deveria misturar era com óleo. Mas como eu não conhecia, ia fazendo de qualquer maneira, o que eu queria era pintar, o material não me interessava muito.

J – Qual era o formato ou tamanho desses quadros?

N – Eram pequenos. Naquele tempo eu não fazia quadros grandes. Eram quadros relativamente pequenos, para o tipo de quadros que faço hoje, que tem um metro e vinte, um metro e cinquenta até maiores, como dois metros. Naquele tempo eu não me arriscava muito. Depois, seguiram-se outras exposições, porém com os quadros já melhorados, pois eu estava aprendendo um pouco mais o uso da técnica. Os temas eram ainda os mesmos, a cidade de Salvador, as casas antigas, as baianas, o berimbau. Depois fui modificando, comecei a fazer figuras diferenciadas daquelas primeiras, que eram mais uma repetição do que eu tinha feito nos cartazes, nos calendários e nos folhetos. Minha saída da propaganda para a arte foi muito difícil. Foi terrível mesmo, porque continuava a fazer nos meus quadros o calendário ou o cartaz. Levei bastante tempo até conseguir me libertar disso. Mesmo assim, embora muitos me digam que não, acho que meus quadros continuam um pouco com certos resquícios da publicidade. Não sei se é na cor, na forma, ou nos maneirismos. Quando fiz uma outra exposição no Clube do Comércio, comecei a me soltar mais, com as figuras mais livres. Até então as figuras que eu pintava não tinham nariz, nem boca, nem olhos, nada, não tinham feições. Elas consistiam apenas de um contorno simples, sem expressão nenhuma na figura, era apenas o todo, o geral da figura. A técnica foi melhorando, aprimorando, até que passei a utilizar a tinta acrílica. Com a tinta acrílica consegui me libertar mais. Não sei porque,

a tinta é até mais simples de trabalhar. Também participei, a partir daí, de várias coletivas para as quais era convidado. Uma delas foi o Panorama da Arte Brasileira, realizada em São Paulo.

J – Foi o sucesso da primeira exposição que o levou a dedicar-se unicamente para pintura?

N – Pintar era para mim uma necessidade muito grande. Não foi fácil a decisão de deixar um emprego onde eu tinha estabilidade e um excelente salário, para abraçar uma atividade que era completamente nova e incerta para mim. Entretanto, decidi a mudança e passei a me dedicar inteiramente à pintura. Eu já tinha uma base sólida do desenho, pois havia praticado toda a minha vida, sempre desenhei, desde a infância, e nunca parei. Comecei, então, a praticar mais com a técnica do óleo sobre tela. Comecei pintando as mesmas figuras que eu vinha fazendo baseadas no folclore, como as baianas, os gaúchos. Passei a fazer figuras humanas isoladas, paisagens, e também cavalos. Nessas experiências, eu procurava me afastar daquele estilo que eu via com uma aparência de ilustrações para a propaganda. Isso é muito tendência que me preocupa até hoje, procuro lutar contra essa tendência decorativa e ilustrativa. Curioso, meus colegas dizem que tenho que me preocupar com isso, é normal, há artistas que sempre fizeram assim. Mas sinto isso no meu trabalho, quando identifico um pouco do cartaz nos meus quadros, por exemplo o colorido ou o uso de figuras centrais no quadro, sem cortá-las.

J – Mas essa relação do seu trabalho com as imagens gráficas predominantes na ilustração da propaganda, que foi comum numa outra época, não poderia ser interpretada como uma vantagem na sua obra, como uma linguagem própria?

N – Quando falo com amigos artistas como Gustavo Nakle ou Maria Tomaselli sobre esse assunto, sobre essa ansiedade que tenho de não me identificar com a propaganda, eles me dizem que é besteira, é bobagem, isso não existe. Infelizmente, isto está tão enraizado em mim que sinto com profundidade. Muitas vezes, refaço um quadro inúmeras vezes quando sinto que isto está ocorrendo. Quando comecei a pintar a óleo, procurava fazer as figuras bem escuras, muitas vezes utilizando cores bastante sujas, para ver se conseguia me libertar. Para mim foi muito difícil diferenciar aquilo que eu via como propaganda do que eu imaginava que poderia ser arte. Comecei a sentir mais segurança quando passei a usar a técnica de pintura em acrílico, uma tinta que é aplicada

com água, e não com solventes, como o óleo. O curioso é que isto surgiu por acaso. Eu tinha um estoque de tintas acrílicas há muito tempo. Toda a vez que viajava para o exterior, comprava tubos de tinta a óleo e acrílicas. No entanto, levei uns cinco anos para aprender a trabalhar com a tinta acrílica. Como eu contornava toda a minha figura com preto, na tinta a óleo, que é opaca, eu valorizava este contorno, deixando alguma coisa do preto, cobrindo ou não com a cor. Eu queria fazer isso com acrílico e não conseguia, porque a tinta acrílica é muito transparente. Eu não sabia usar as tintas acrílicas. Falava como colegas, perguntado como se fazia, como se procedia com a tinta. Ninguém me explicava, ou não sabiam me ensinar. Até que participei, como vinha fazendo em anos anteriores, das comemorações da Semana Santa em Rio Pardo, quando era realizado um evento cultural que reunia muitos artistas gaúchos, sempre concluído com uma feira dos trabalhos produzidos. Normalmente eu levava material para pintar em guache, que aplicava numa técnica aquarelada, porque era mais prático para aquele tipo de produção no local. Daquela vez levei tintas acrílicas, que usei para pintar uma paisagem. Mas não gostei do quadro, achei que não estava bom. Peguei então um trapo de tecido para limpar o que havia feito, enquanto a pintura ainda estava úmida, preparando novamente a tela para recomeçar tudo de novo. Quando passei o pano, o resultado foi surpreendente, a mancha que surgiu era exatamente o que eu estava procurando obter com a minha pintura. Percebi então que o que tinha de fazer era manipular as cores não somente com o pincel, mas também com outros recursos, panos, esponjas, até mesmo os dedos. Esse acaso me levou a estudar, pesquisar, experimentar, e a tinta acrílica se prestava admiravelmente para isso. Foi daí que surgiu a técnica que caracteriza o meu trabalho, utilizando esponjas, estopa, e muito menos o pincel e a espátula, que sempre foram as formas tradicionais de aplicar tinta. É assim que consegui dar uma textura especial, uma retícula maior. Às vezes me perguntam como consigo isso, se uso azeite, óleo, detergentes, como obtenho aquelas bolhas, bolinhas e textura na tinta acrílica. Muitos até procuram imitar a minha técnica. Mas isto é o resultado de muito trabalho, pesquisa e experimentação. Acho que posso considerar como uma evolução. O curioso é que também o meu desenho evoluiu com isso. Na primeira exposição que fiz, em 1974, as figuras que eu desenhava eram pretas, chapadas, sempre de perfil, com ombros muito largos e a cabeça pequena, sem olhos, nariz, nem boca. As figuras eram desenhadas assim não porque eu não soubesse fazê-las de outra maneira,

mas porque achava bonito, fora do comum, aquelas figuras pretas e em perfil, mais ou menos como as figuras que eu conhecia da arte egípcia antiga. As figuras que faço hoje são diferentes, têm cor e volume.

J – Nesse procedimento de criação, como é planejado o seu trabalho? É feito antes um estudo preliminar?

N – Sim, faço um estudo preliminar. Meu método de trabalhar é o mesmo que usava para planejar os cartazes ou as pinturas dos calendários. Uso também um outro método, este muito antigo, que é o quadriculado para ampliar os estudos que faço. Vou para o estúdio diariamente, pelas oito e meia ou nove horas da manhã. A primeira coisa que faço é ligar o rádio FM para ouvir música. Começo a desenhar a lápis, sobre papel manteiga, que uso para os rascunhos. Desenho minhas ideias em formato muito pequeno, mas ou menos de três por quatro centímetros. Faço muitos desses esboços, cabeças de cavalo, figuras humanas, uma planta híbrida, enfim, sigo fazendo esses desenhos pequenos. Daquilo que vou desenhando, seleciono o que gosto mais e faço estudos um pouco maiores, vários estudos, sempre em papel manteiga. Faço então ampliações maiores, em tamanho de 30 por 30 centímetros, e começo então a estudar e relacionar a figura com o fundo. Começo, assim, a estudar o quadro que vai se compondo. De cada um desses quadros, faço então 10, 15 desenhos, as vezes até 20 rascunhos, ainda com lápis, em papel manteiga. Como esse papel é translúcido, posso fazer modificações no desenho pela sobreposição com o desenho anterior. Em vez de apagar para modificar, vou refazendo o desenho numa outra folha de papel. Esse trabalho não me cansa, vou fazendo e refazendo muitas vezes e por muito tempo. Quando acho que o estudo está bom, escolho o formato final que o quadro poderá ter. Pelo tipo do desenho, decido se vai ser um quadro de um metro por um metro, ou maior, ou menor. Neste esboço que considero final, faço o quadriculado para ampliar no tamanho real que terá no quadro. O desenho, então, é ampliado no tamanho final, ainda em papel manteiga. Este será o desenho que vou passar para a superfície que vai ser pintada. Trabalho, atualmente, sobre chapas de Duratex. Inicialmente eu pintava sobre tela, mas não gosta da flexibilidade do tecido, aquele movimento de sobe e desce, passei então a colar a tela sobre Duratex. Cheguei à conclusão que aquilo era desnecessário, pois não me agradava a textura da tela e agora trabalho diretamente sobre o Duratex, que é preparado com duas ou três mãos de gesso. Não posso fazer o desenho diretamente



sobre essa preparação, porque fica muito marcada com o lápis, que não pode ser eliminado porque a tinta acrílica é muito transparente, o risco sempre vai aparecer. O que faço é decalcar o desenho que fiz em papel manteiga sobre a superfície que vai ser pintada. Com isso o desenho fica suavemente marcado, e a superfície onde a tinta vai ser aplicada permanece limpa e bem clara.

J – Como o desenho é passado para a superfície? Ele é invertido, no verso do papel?

N – Faço o desenho por decalque com o grafite, aplicando pressão. Não faço o desenho invertido. Apenas risco o verso do desenho com grafite macio, como uma mancha. Dependendo do desenho, pode ser que fique melhor quando invertido. Mas é preciso ter cuidado em não cometer um engano, pois há coisas que podem resultar erradas. O tirador na indumentária do gaúcho, por exemplo, tem que estar sempre no lado esquerdo do corpo.

J – O estudo das cores também é feito previamente?

N – A cor é decidida diretamente em cima da tela. Não faço estudos preliminares para a cor. Geralmente começo com uma cor que não vai ser a definitiva, pinto vermelho, azul, qualquer cor. Não me interessa, de início, a cor com que vou finalizar o quadro. Esta primeira mancha é para fechar, compor o quadro com cor, para eu sentir o que vai ocorrer. Quando se trata da figura de um gaúcho, por exemplo, sei que o tirador tem cor de couro, como um castanho, mas muitas vezes começo com uma chapada básica de azul, ou vermelho, em vez de colocar a cor definitiva. Depois vou modificando, até encontra as tonalidades apropriadas. As vezes refaço tudo, cobrindo com tinta branca e aplicando por cima uma outra cor. Acho que a maneira que trabalho não é convencional, é um procedimento desenvolvido por mim mesmo, pois nunca tive um aprendizado formal de pintura. Sinto bastante não ter passado por esse aprendizado, que teria facilitado em muito o que faço, principalmente nas coisas práticas do ofício, independente da criação. Porém, sei que este é um procedimento todo meu, diferente do que muitos pintores fazem, mas que, para mim, deu certo.

J - Quem trabalhava assim como vocês descreveu foi Michelangelo, que fazia desenhos preliminares, centenas deles, tanto para os afrescos como para as esculturas. Depois, os desenhos eram ampliados nos cartões que, com os contornos perfurados, eram passados com pó de carvão para a superfície úmida e pastosa preparada para o

afresco. Antes de fazer uma escultura, ele escolhia a pedra, ou o bloco de mármore, e pela forma imaginava o que poderia estar contido naquele volume. Então fazia os desenhos, da mesma forma descrita por você. Centenas, talvez milhares desses desenhos. Infelizmente não foram tantos os desenhos de Michelangelo que chegaram aos nossos dias. Quanto aos desenhos preliminares feitos por você, eles são conservados? O que acontece com eles?

N – Tenho muitos deles guardados. Eram muitos mais, mas o volume ficou tão grande que um dia me desfiz de grande quantidade, queimei-os, apesar dos protestos de Odete. Posso ter queimado desenhos bons, que poderia ter guardado. Mas eram demais. Meu desenho tem um estilo próprio, de contornos duros, não tem tanta espontaneidade, não tem um traço livre, pois não são feitos para serem reproduzidos. Nesses desenhos trato a figura exatamente como ela vai ficar na pintura. Eles não têm aquela liberdade de traço que admiro no desenho de muitos outros artistas, por isso não dou muita importância a eles, serve apenas para a finalidade que utilizo, que é estudar e compor o quadro final. As pessoas que veem esses desenhos até acham que muitos deles são muitos bons, mas não vejo os desenhos dessa maneira.

J – O desenho é uma identificação e um diferencial em sua obra. Somando-se a isto, está a cor como elemento de expressão. Como você interpreta essa integração do desenho na sua pintura?

N – Até posso concordar que o desenho seja importante nos meus quadros. Mas, pessoalmente, penso que a cor é mais forte que o desenho. Sempre desenhei, sempre gostei de desenhar. Foi a prática do desenho que me levou a simplificar o tipo de figura que faço, que não é muito diferente de um quadro para outro, ocorre sempre com a mesma estilização. Por outro lado, fico incomodado que, com o tempo, minhas figuras começaram a adquirir mais detalhes, aproximando-se mais de uma representação real do que uma estilização idealizada. Pode parecer irônico, mas sinto isso como uma regressão, pois eu gostaria era de alcançar uma estilização ainda mais sintetizada. Lembro que anteriormente eu desenhava as mãos com três dedos esticados, não dava importância para as mãos, que eu considerava secundárias na figura total. Agora tenho feito as figuras com todos os dedos da mão, articulados, dobrados como ocorre na realidade. Os seios das mulheres, que eu fazia apenas com círculos chapados coloridos, agora são mais reais, com cor, volume, sombra e textura. A mulher que desenho já não

tem mais as cadeiras tão volumosas, não é tão grande, tão gorda, os pés são maiores do que antes. Muita gente até chamava as mulheres que eu desenhava de “as gordinhas do Nelson”.

J - Você não vê nisso uma evolução natural e favorável do seu trabalho?

N - Ao contrário, vejo isso como uma involução. Sinto isso não no sentido do próprio desenho ou da própria pintura, mas como o desenho e a pintura que estou fazendo atualmente. Parece que estou voltando aos tempos em que a preocupação era fazer a figura quase perfeita, no quadro. Não sei porque isso me incomoda, mas incomoda. Para me libertar disso, começo a rabiscar figuras abstratas, para ver se modifico meu desenho, procurando me libertar dessa tendência em que estou indo, procurando sempre a figura mais estilizada e mais idealizada. Receio que este caminho, que para mim é difícil de controlar e dominar, esteja me levando para um desenho mais realista, mais acadêmico.

J – Certa vez, ouvi de uma artista que não temos que lutar contra as emoções que vivemos, o que temos de fazer é saber organizá-las.

N – Meu medo é justamente esse, que me organizando, passe a fazer a figura quase perfeita. Não quero que meus desenhos se tornem retratos de mulheres, ou de homens, mesmo de cavalos. Os cavalos, por exemplo, quando comparo os que fiz há dez, quinze anos atrás, eram esguios, tinham a cabeça pequena, e as crinas esvoaçantes. Hoje eles têm mais barriga, até aí nada demais, mas receio que venha a fazer o retrato de um cavalo. Porque estou indo por este caminho? Por que não vou ao inverso? Por que não chego a um cavalo como fazia Picasso? Não quero me comparar com Picasso, nem desenhar igual a ele, mas em vez de dismantelar a figura, pela estilização, estou indo noutro sentido, daqui a alguns dias parece que estarei fazendo um desenho mais realista. Acho que estamos em outra época.

J – Como acontece o relacionamento da figura com a paisagem nos seus quadros? Suas figuras parecem agir como personagens em um cenário, como se estivessem em um palco, parecem mesmo estar iluminadas por focos de luz individuais, como se estivesse sob spots de luz, isto é intencional?

N – Pode ser. No início eu me esforçava para encontrar uma boa solução para uma figura. Hoje, porque ela é bem estudada, já sei como fazê-lo, isso já é quase natural para mim. O maior problema que enfrento em um quadro, hoje é justamente o cenário,

onde colocar essa figura. Desenho a figura, idealizo a figura e vem a pergunta: onde vou colocar essa figura? Faço muitos esboços por essa razão. Nesses esboços, decido em que situação vou colocar a figura, procurando sempre onde a figura vai ficar mais adequada ao cenário. Sobre qual fundo essa figura vai ficar melhor? Uma cadeira, uma paisagem? Na paisagem, como compô-las? Com árvores? Com nuvens? Pintando, vou também resolvendo esses problemas, lidando com a cor ou com outros elementos, como o vento ou uma tempestade nas nuvens... o importante é que o resultado seja bonito, agradável. Há artistas que não se preocupam com o belo, no sentido de bonito, agradável. Isto é fundamental, porque penso que uma pintura é para ser colocada numa parede, para dar alegria às pessoas, para dar prazer em contemplá-las. Isso não pode ser desprezado, quadros como os de Manabu Mabe, ou de Picasso, seu destino é a parede, para decorar. Para mim, o quadro tem que ser bonito, tem que ser agradável, tem que dar satisfação ao ser contemplado, tem que ser inebriante.

J – Você não acha que o maravilhoso no trabalho do artista é esta reconstrução, essa criação de algo novo que está na imaginação?

N – Essa recriação, essa invenção do artista, é sensacional. Magritte tem um quadro famoso, onde aparece um cachimbo, e o quadro tem uma inscrição dizendo que aquilo não é um cachimbo, é uma pintura. Essa criação, no entanto, do meu ponto de vista, tem que ser sempre agradável.

J – Um dos temas frequentes em sua pintura é o cavalo. Porque essa preferência pelos cavalos, eles têm alguma significação especial na sua pintura?

N – Acho o cavalo um animal bonito. Consegui estilizar o cavalo de tal maneira que agrada a quem adquire os meus quadros. Não tenho uma razão especial para pintar cavalos, nem posso dizer que eu seja um cavaleiro entusiasmado, pois nunca andei a cavalo. Embora tenha nascido numa região rural. Como é o interior de Taquara, sou mesmo é urbano, gosto muito mais de grandes cidades. O cavalo surgiu na minha pintura uns quatro ou cinco anos depois que comecei a pintar, quase por acaso, como complemento das cenas que eu fazia com gaúchos. Penso que no fundo, não interessa o que estou colocando nas minhas pinturas, se um cavalo, uma figura de mulher, uma flor, ou uma forma abstrata. Preocupo-me somente em pintar, criar. Isto é o que importa.

J – O resultado é mais importante do que o tema?

N – Sim, o resultado. Quando faço um cavalo, procuro compor uma cena diferente, se possível estranha ou inesperada, mas aquilo não é mais do que aquele quadro, aquela que estou realizando, que estou inventando. Muitas vezes começo com um tema e termino realizando outro. Por exemplo, não gosto muito de pintar paisagens, mas sou muito solicitado para pintar paisagens. No final acaba aparecendo um cavalo, porque preciso de uma figura para completar a paisagem. Tenho necessidade de incluir sempre uma figura em meus trabalhos. Outra coisa que eu utilizava muito nessas composições era o sol, muitas vezes em dimensões exageradas, porque sentia necessidade de uma outra forma no fundo.

J – Outra temática importante nos seus trabalhos é a das mulheres.

N – As minhas gordinhas, como chamavam. No início, as mulheres que eu desenhava eram enormes, volumosas, com seios pequenos, que eram mais círculos contornados. Com o passar do tempo, essas figuras foram ficando mais anatomicamente reais, deixei de fazer a figura preta e sempre de perfil. Fiz uma série de pinturas, que resultou numa exposição, exclusivamente com figuras femininas. Usei como tema Dona Anja, como uma homenagem a Josué Guimarães. Estava muito entusiasmado com o livro dele. A intenção não foi ilustrar o livro, mas procurei, baseado nas personagens, criar os meus quadros. Foi uma bela exposição, porque a história de Josué Guimarães é muito boa, se presta muito para o que eu pretendi fazer. Havia o cenário do prostíbulo, com mil cenas para serem descritas visualmente, da mesma forma que fez Toulouse-Lautrec.

J – Ainda tem as flores, as híbridas, ou mutantes, como você as denomina.

N – Na realidade, não são bem flores, pois não são flores perfeitas, são criadas por mim. Por isso as chamo de híbridas, porque são modificadas, na forma com que as estou pintando. Elas têm aparência de flor, inclusive têm folhas, mas são mutantes porque mudo as cores, crio formas e cores novas para elas. Essas imagens surgiram quando Nydia Guimarães, esposa de Josué, presenteou-me com um livro antigo, alemão, sobre botânica. O livro tinha ilustrações muito interessantes, belos desenhos em preto e branco, de plantas, flores e suas sementes. Entre esses desenhos de sementes, fiquei intrigado com alguns deles, que me chamaram a atenção e logo comecei a imaginar como grandes composições em cor, como quadros. Não tenho especial interesse pelas flores, que acho belas na natureza, mas não gosto de vê-las em vaso. Aqueles desenhos das sementes me sugeriram composições ampliadas, em grande tamanho, que executei

em cores criadas por mim, pois não conheço a cor original, os desenhos do livro não tinham cor. Pintei 24 quadros, todos no mesmo tamanho, 50 por 50 centímetros, que foram apresentados em uma exposição. O sucesso foi imediato, todos os quadros foram adquiridos. Estou retornando a essa temática, mas as híbridas que estou pintando agora são diferentes daquelas primeiras. Estou criando formas novas, que nada tem a ver com a origem que tiveram as outras. São 12 quadros em formato também maior, alguns deles com um metro e cinquenta centímetros.

J – Algum artista teve influência significativa na sua pintura, você tem alguma preferência especial pela obra de algum artista?

N – Gosto de tudo quando é arte, gosto de quadros abstratos, gosto de um bom figurativo, só não aprecio, realmente, as instalações, porque nada sinto quando vejo uma delas. Tenho preferências pela obra de vários artistas, mas não influência. Tenho uma admiração especial pela obra de Klimt e acho uma pintura extremamente bem fundamentada, com uma incrível relação da figura com o fundo, e textura maravilhosas. Gosto de Matisse, de Picasso, de Fritz Scholder. Gosto de Guignard e de Siron Franco. Quanto às influências é claro que sempre se tem alguma coisa daquilo que gostamos mais. Quando eu desenhava histórias em quadrinhos, por exemplo, tinha um carinho especial Alex Raymond e Harold Foster, que eram desenhistas maravilhosos. A influência acaba acontecendo de todos os que gostamos mais, às vezes até sem a gente perceber conscientemente. No entanto, o tipo de figuras que desenho, minha pintura e a técnica de desenvolvi foi tudo criação minha, resultado da experiência própria.

J – Os painéis são importantes na sua obra. Alguns estão em Porto Alegre, há outros em várias cidades do Brasil e ainda os que estão no exterior.

N – Fiz vários painéis. Um deles foi para a igreja da praia de Arroio Teixeira, no litoral gaúcho. Foi colocado sobre a parede, por trás do altar. Pediram-me uma pintura para a igreja e fiz o painel. Pintei sobre tela, que depois foi colada na parede. Para a Varig, pintei três painéis que estão em Washington. Um outro em isopor, com sete ou oito metros está em Johannesburg. Há um painel na agência do Banco do Brasil em Ijuí, no Rio Grande do Sul. Na sede da ACM, em Porto Alegre, está um painel de oito metros, por três e meio de altura. Um outro está na bolsa de mercadorias de Porto Alegre. A dificuldade em realizar esses painéis é o espaço físico do meu estúdio, pois eles foram todos feitos aqui, pintados por partes e depois transportados para os locais definitivos

para serem montados. Nenhum deles foi pintado diretamente na parede porque trabalhos com tintas líquidas, que têm que ser aplicadas sobre a superfície horizontal. Na vertical a tinta escorreria. Fiz ainda os vitrais que estão nos Supermercados Zaffari da avenida Plínio Brasil Milano, em Porto Alegre. Neste caso, fiz apenas os desenhos, e depois foram reproduzidos em São Paulo sobre placas de plexiglas ou acrílico. Não foram produzidos, portanto, como os vitrais tradicionais, que são realizados em vidro com os recortes em chumbo.

J – É sabido que você teve uma participação importante na criação da Bienal do Mercosul. Como foi essa história?

N – Pouca gente sabe como nasceu a Bienal do Mercosul. É uma história interessante. Nosso grupo, o EPC., que significa “Eucaliptus Panela Centro”, reunia-se uma ou mais vezes por semana no Super Frango, um pequeno bar onde íamos bater papo sobre o momento da arte e da cultura da cidade. O Grupo era então formado por Maria Tomaselli, Gustavo Nakle, Manolo Doyle, Caé Braga, Maia Mena Barreto, Paulinho Gimenez, Paulo “Gato” Olzsewld, Wilson Cavalcante, o jornalista Paulo Ferreira e eu. Foi num desses encontros que me veio a ideia de realizar um Bienal do Mercosul em Porto Alegre. Todos acharam a ideia boa. Maria Tomaselli lembrou minha amizade com Carlos Appel, que então era Secretário da Cultura do Rio Grande do Sul. Isto foi fundamental para a criação da Bienal, pois ele tinha acesso direto ao governador. Falei com Appel e ele gostou da ideia. O grupo fez algumas reuniões com o Secretário da Cultura e trocamos ideias. Appel foi ago governados Antônio Britto que também abraçou a ideia e depois foi aquela corrente maravilhosa dos industriais que deram apoio, Johannpeter, Justo Werlang, todos os outros.

J – Já falamos sobre sua vida, seu trabalho, suas técnicas. E o lazer?

N – Bem... meus sábados costumava passar na casa de Xico Stockinger jogando snooker. Era um ótimo grupo, fazia parte dele Carlos Tenius, Flávio del Mese, João Borges Fortes, Luís Barth, Sérgio Faraco e Egon Kroeff, da Bolsa de Arte. Aos poucos o grupo foi diminuindo e agora faço meu joguinho no Ipiranga Clube, na Avenida Princesa Izabel. O Salão de Ari Pipoca só tem craques, gente que sabe jogar muito, e sou, portanto, o “saco de pancadas” do grupo, mas de qualquer maneira me divirto bastante. Três vezes por semana vou jogar basquetebol na ACM. Chego lá as 17h30min e faço um aquecimento de 15 minutos. Depois jogo uma hora de basquete com garotos de 25, 30,

40 anos. Acho que o Carlos Appel e eu somos os mais velhos do grupo. Minha diversão é fazer cestas de três pontos, porque não me atrevo a disputar cestas no garrafão. Além disso, todas as semanas participo de um bom churrasco na casa de minha filha Sue e meu genro Maneko, com os meus netos Rafael, Grasiela e Gisele. Que mais uma pessoa precisaria?

J – O que significa para vocês ser um pintor?

N – O pintor é uma pessoa que cria imagens, cria ilusões. Isto significa, para mim, um posicionamento pessoal, uma forma de expressão individual. A pintura não tem que ter classificações, não tem que ser regional, nem política. A pintura é livre, o artista faz o que bem entende. Einstein disse, certa vez, que a criação é mais importante que a inteligência. Nunca projetei a minha vida, meu caminho, minha direção, o que eu pretendia fazer. As coisas foram acontecendo e fui fazendo, evoluindo, melhorando ou piorando, mas sempre procurando seguir em frente. Entretanto, sempre fui um lutador, um lutador pelo que eu queria, que era desenhar. Minha vida sempre foi isso, foi sempre desenhar, lutar desenhando, melhorando sempre, procurando, pesquisando aqui, pesquisando ali, foi sempre assim.

J – O que virá a seguir, quais são seus projetos para o futuro?

N – O futuro, para mim, é agora. Não costumo fazer projetos, nunca fiz projetos muito longos. Todas as minhas exposições foram planejadas quando eu já tinha oitenta ou noventa por cento dos quadros prontos. Deixei de trabalhar sob pressão de prazos há muito tempo, quando abandonei o trabalho de propaganda. Que posso pensar do futuro? Ninguém sabe.

### **Joaquim da Fonseca**

Artista plástico, designer gráfico, escritor e professor adjunto (aposentado) do Departamento de Comunicação da UFRGS. Coordenador dos Cursos de Comunicação Social das Faculdades de Taquara – FACCAT. Formado em Artes Plásticas pelo Instituto de Artes da UFRGS e mestre em comunicação visual (MFA) pela Universidade de Syracuse, EUA.



ANEXO B – CARTAZES DE ARY FAGUNDES



Figura 32 - Cartaz Varig Japão  
FAGUNDES, Ary | s/d  
Serigrafia, 100 x 61 cm  
Fonte: Harpya Colecionáveis e Antiguidades<sup>42</sup>



Figura 33 - Cartaz Tokyo da Varig  
FAGUNDES, Ary | s/d  
64,4 x 98,4 cm  
Fonte: Invaluable<sup>43</sup>

<sup>42</sup> Disponível em: <<http://www.harpyaleiloes.com.br/peca.asp?ID=4122482>>. Acesso em: 02/10/2018.

<sup>43</sup> Disponível em: <https://www.invaluable.com/auction-lot/varig-tokyo.-ca.-1960-33-c-6d0404b8f6#>>. Acesso em: 03/12/2018.

ANEXO C – PÁGINAS DO CALENDÁRIO VARIG DE 1972



Figura 34 - Calendário Varig 1972  
 Fonte: Márcio Pinho Leiloeiro Público<sup>44</sup>

<sup>44</sup> Disponível em:  
 <<https://www.marciopinho.com.br/peca.asp?ID=4144191&ctd=104&tot=1193&tipo=&dia=&pesq=>>.  
 Acesso em: 03/12/2018.





CINEMA/VA

• No ano passado, a Associação Brasileira de Crônicas Cinematográficas (ABCC) realizou o "Fórum de Crônicas Cinematográficas"...

MUSICA/CD

• Encerramos hoje o III Concurso Internacional de Piano apresentando na Municipalidade...



Lourdes Mayer e André Villon, um casal no seu segundo "Período de Ajustamento" de Tennessee Williams pelo Studio A em cartaz no Teatro Montebelo...

Marquises

A Segunda-feira, outro planeta francês, Claude Lelouch, estreia no Maison de France com um programa...

TEATRO/VJ

• Armadilha para um Homem Sô de Robert Thomas, peça policial...

Teen-Age

ANGELA DE NELO FRANCO, Lúcia Casarola de Silva, Maria de Lourdes Dias Viçosa...

• Despedindo-o do cartaz "O Original de Antonio Callado"...

• Na área do musical assista "Amor Odi" de Carlos Machado...

Fontana: espacialismo na moda Itinerário das Artes Plásticas

Se é verdade que a incursão dos artistas plásticos pelo mundo da moda feminina deixou há muito de ser algo censurável...

Embriagem da Varig: concurso O Instituto de Arquitetos do Brasil...



Embriagem da Varig: concurso O Instituto de Arquitetos do Brasil, Departamento da Guanabara, vem de lançar...

Registro Social

ANIVERSÁRIOS Fazem anos hoje: Miriam de Almeida, e sua filha de doze anos, Araceli...

CASAMENTOS Estelita Ribeiro - Adílio Babá - No templo de São Vicente de Paulo...



GISELA AMARAL - Elegante e bonita. Agora citando com um jovem alto, muito britânico. (Foto TEEN-AGE)

Vida Cultural

ASSOCIAÇÕES CURSOS CURSO INTERATIVO DE HOMOPATIA - A Federação Brasileira de Homopatia Italiana...

PERISCOPIO

• FUIA DOMMAN, a filha do oficial alemão militarmente desaparecido...

• "BROTOS" e mais brotos do Fluminense para os seus filhos...

• "EXCURSÃO TEEN-AGE" ATENÇÃO, interessados em nossa segunda "Excursão Teen-Age"...

• PARA OS QUE gostam de "callejonear" o bairro de São Paulo...

• CONFÉRIAS "DOM JOÃO VI E O BRASILEIRO" - No local literário, Português celebra o aniversário...

Notas curtas

O arquiteto Afonso E. Reidy acaba de ser eleito para o cargo de diretor do Departamento da Guanabara...

Um concurso para o emblema da VARIG para arquitetos, artistas plásticos e técnicos...

Depois de um emblema tendo como modelo principal a figura de Inácio para substituir o que vem sendo usado...

Atenção, interessados em nossa segunda "Excursão Teen-Age" não percam tempo...

Para os que gostam de "callejonear" o bairro de São Paulo...

Conféris - No local literário, Português celebra o aniversário...

Samir Matiar na Galeria Santa Rosa

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

Samir Matiar é um jovem brasileiro que vai expor no Rio de Janeiro pela primeira vez...

# Governo do Estado

## ALTERADOS PRAZOS PARA PAGAMENTO DE IMPOSTOS

O governador assinou decreto alterando prazos para pagamento de impostos municipais e estaduais em muitos casos de serviços essenciais e de 1º de setembro a 31 de novembro e de 1º de janeiro a 31 de fevereiro de 1963, prorrogando no dia 1.º de setembro e no dia 1.º de janeiro.

Por ocasião do mês de setembro, o governador assinou decreto alterando prazos para pagamento de impostos municipais e estaduais em muitos casos de serviços essenciais e de 1º de setembro a 31 de novembro e de 1º de janeiro a 31 de fevereiro de 1963, prorrogando no dia 1.º de setembro e no dia 1.º de janeiro.

**DEPARTAMENTO DO FISCAL**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE EDUCAÇÃO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE SAÚDE**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE AGRICULTURA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE TRANSPORTES**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE INDÚSTRIA E COMÉRCIO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE SERVIÇOS GERAIS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE FINANÇAS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE LEGISLAÇÃO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE PLANEJAMENTO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE RELACIONAMENTO PÚBLICO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE SUPRIMENTOS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE TRIBUTAÇÃO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE VIGILÂNCIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA RURAL**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA URBANA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA INDUSTRIAL**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA PORTUÁRIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA AEROPORTUÁRIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE SERVIÇOS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE COMÉRCIO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE INDÚSTRIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE SERVIÇOS GERAIS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE FINANÇAS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE LEGISLAÇÃO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE PLANEJAMENTO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE RECURSOS HUMANOS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE RELACIONAMENTO PÚBLICO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE SUPRIMENTOS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE TRIBUTAÇÃO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE VIGILÂNCIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA RURAL**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA URBANA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA INDUSTRIAL**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA PORTUÁRIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA AEROPORTUÁRIA**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA DE SERVIÇOS**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

**DEPARTAMENTO DE ZONA DE ZONA DE COMÉRCIO**  
Despacho do diretor - Mendel Sabino - Concedida a licença para o Sr. João Carlos de Sá, para o cargo de Fiscal, em substituição de Mendel Sabino.

# Falecimento de jornalista em Brasília

BRASÍLIA, 16 (Suares) — Faleceu, vítima de um acidente de trânsito, no Hospital Militar de Brasília, o jornalista e escritor João Carlos de Sá, conhecido como "Zeca".

João Carlos de Sá nasceu em 1912, em São Paulo, e foi jornalista e escritor. Foi colaborador de vários jornais e participou de movimentos literários e culturais.

# Governador da GB impediu nova pressão sobre Congresso

Durante o sessão de ontem da Assembleia Legislativa do Estado, o governador Raul Brunielli afirmou que não se deixaria pressionar pelo Congresso Nacional em relação à situação política do Rio de Janeiro.

O governador afirmou que a Assembleia Legislativa do Estado de Guanabara não seria instrumento de pressão sobre o Congresso Nacional, e que a situação política do Rio de Janeiro seria resolvida dentro do âmbito estadual.

# Deputado gaúcho acusa governo

PORTO ALEGRE, 16 (Suares) — Um deputado gaúcho acusou o governo federal de não ter tomado medidas suficientes para conter a inflação e a situação econômica do país.

O deputado afirmou que o governo estava negligenciando a situação econômica do país e que isso poderia levar a consequências graves para a população.

# Subversivos

Sustentando que se desdobra a situação política do Rio de Janeiro, o governador Raul Brunielli afirmou que não se deixaria pressionar pelo Congresso Nacional.

O governador afirmou que a Assembleia Legislativa do Estado de Guanabara não seria instrumento de pressão sobre o Congresso Nacional, e que a situação política do Rio de Janeiro seria resolvida dentro do âmbito estadual.

# Escolas

O deputado Raul Brunielli afirmou que não se deixaria pressionar pelo Congresso Nacional em relação à situação política do Rio de Janeiro.

O governador afirmou que a Assembleia Legislativa do Estado de Guanabara não seria instrumento de pressão sobre o Congresso Nacional, e que a situação política do Rio de Janeiro seria resolvida dentro do âmbito estadual.

# Concurso Emblema da Varig

## ATA DO JULGAMENTO

Em sessão solene do Conselho Universitário, realizada em 17 de agosto de 1962, foi julgado o Concurso Emblema da Varig. A comissão julgadora, composta por membros do Conselho Universitário e representantes da Varig, analisou as obras apresentadas e selecionou os vencedores.

Os vencedores do concurso foram: 1º Prêmio - Passagem de ida e volta do Brasil a Nova York, com ajuda de custos da USA; 2º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 3º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 4º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 5º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 6º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 7º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 8º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 9º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"; 10º Prêmio - "QUINCAS BOBBA".

# Argélia é 13.º e LEA logo mais festeja

A nova República Argélia, que se tornou independente em 1962, foi o 13.º país a aderir ao Tratado de Comércio e Desenvolvimento (TCD) da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE).

A adesão da Argélia ao TCD é considerada um marco importante na história econômica do país e na integração da África do Norte com o mundo desenvolvido.

# Casa do Pará festeja adesão à Independência

A Casa do Pará comemorou a adesão do Estado à Independência do Brasil em 15 de setembro de 1822, com uma série de eventos culturais e educativos.

Os eventos incluíram palestras, exposições e performances artísticas, visando conscientizar a população sobre a importância da Independência para o Brasil e o Pará.

# Conselho UB deu mais três títulos honoríficos

O Conselho Universitário de Brasília conferiu três títulos honoríficos a cidadãos brasileiros em reconhecimento de suas contribuições à sociedade e à cultura.

Os homenageados foram: Sr. João Carlos de Sá, Sr. João Carlos de Sá e Sr. João Carlos de Sá. Os títulos foram conferidos em sessão solene realizada em 17 de agosto de 1962.

Nome	Nota	Prêmio
1.º Prêmio - Passagem de ida e volta do Brasil a Nova York, com ajuda de custos da USA	100	1.º Prêmio
2.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	95	2.º Prêmio
3.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	90	3.º Prêmio
4.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	85	4.º Prêmio
5.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	80	5.º Prêmio
6.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	75	6.º Prêmio
7.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	70	7.º Prêmio
8.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	65	8.º Prêmio
9.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	60	9.º Prêmio
10.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	55	10.º Prêmio
11.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	50	11.º Prêmio
12.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	45	12.º Prêmio
13.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	40	13.º Prêmio
14.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	35	14.º Prêmio
15.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	30	15.º Prêmio
16.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	25	16.º Prêmio
17.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	20	17.º Prêmio
18.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	15	18.º Prêmio
19.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	10	19.º Prêmio
20.º Prêmio - "QUINCAS BOBBA"	5	20.º Prêmio

Figura 40 - Ata do julgamento do Concurso Emblema da Varig Correo da Manhã, Rio de Janeiro, 17 ago. de 1962  
Fonte: Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional

