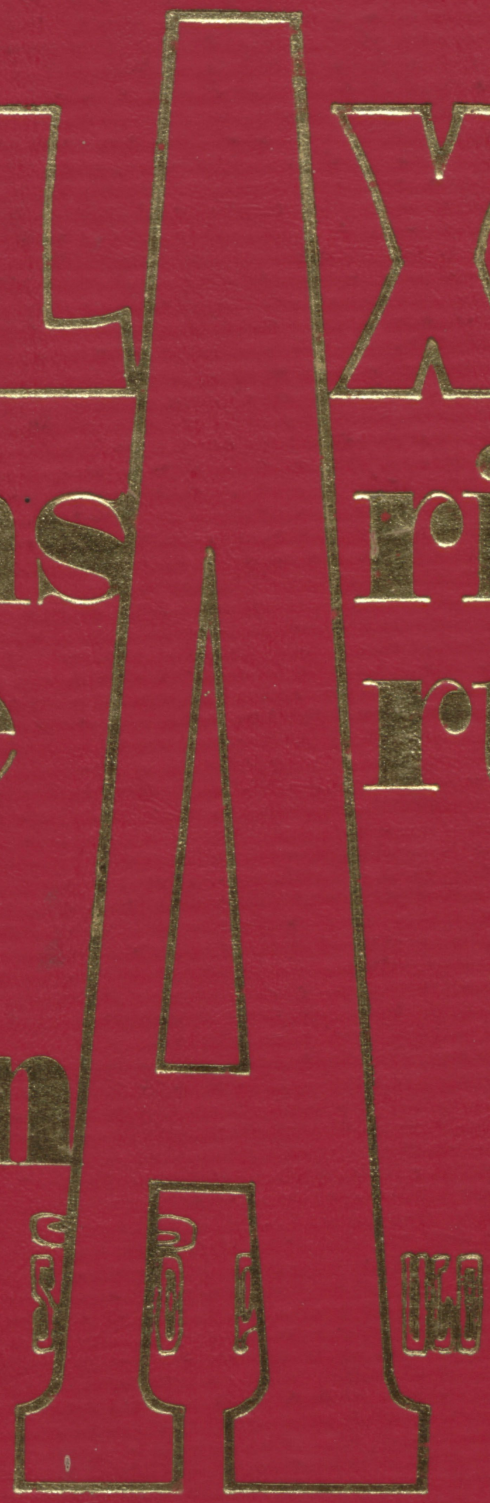
KLAXON

mensário de arte moderna



A Capa da Revista

Klaxon destaca-se, desde logo, pelo seu aspecto gráfico inusitado, original a começar pela capa. Guilherme de Almeida, depondo no trigésimo aniversário da Semana de Arte Moderna, recorda "a tardinha em que saímos, Tácito de Almeida, Couto de Barros e eu, do nosso "escritorinho" da Rua Direita, e buscamos a *Tipografia Paulista*, de José Napoli, à Rua da Assembleia; e compusemos a capa com imenso "A" que serviria para todos os "aa" dos dizeres; e pagamos adiantado (com o resultado de uma "vaca" entre nós) a edição do primeiro número."

Baseada em depoimento de Sérgio Buarque de Holanda, Aracy Amaral dá outra versão relativamente à concepção da capa dessa revista. Assim, revela que o futuro ensaísta de *Raízes do Brasil* compara "no Rio de Janeiro, na Livraria Leite Ribeiro, hoje Freitas Bastos, o último livro de Cendrars chegado ao nosso País. Tratava-se de *La Fin du Monde Filmé par l'Ange Notre Dame*, romance daquele escritor francês "belissimamente ilustrado a cores por Léger". Levado o livro ao "escritorinho", Guilherme de Almeida se entusiasmou com a capa. "Imediatamente sentou-se e esboçou, ele mesmo, uma adaptação da ideia de Léger. Este utilizara a letra "N" em caixa alta, com grande destaque visual; tôda a composição construído à base de letras, sempre dispostas em ortogonal, porém em corpos diversos de um mesmo tipo gráfico. Um pequeno anjo estilizado, em desenho linear, completava a ilustração, à direita, ao alto. Guilherme de Almeida partiu da letra "A" que, em vermelho, agigantada, ocupa o centro da capa. Os dizeres restantes, em preto, são em tipos diversos, sobre fundo branco. Sem o rigor cubista, porém uma adaptação brasileira, "futurista", para uma revista de vanguarda. A revista era nova. Assim surgiu a capa de *Klaxon*, curiosamente inspirada em livro de Cendrars, já avidamente lido no Brasil pelas gerações moças".

Guilherme de Almeida contesta ter se inspirado no pintor francês. "A capa não foi "esboçada" por mim ante um livro de Léger. Nada disso. Couto, Tácito, Aranha, Rubens e eu fomos à *Tipografia Paulista*, ... e aí foi que compus tipograficamente (sempre adorei arte gráfica) o "enigma pitoresco". Retirei eu mesmo do caixotim das maiúsculas de madeira o que me pareceu melhor: um "A" imenso, igual àquele que estava ali, num cartaz, na parede: o "A" da ópera Aída, que

ia ser cantada no Municipal. E no componedor, sobre esse "asão", apliquei todos os dizeres da capa, até mesmo o til de São Paulo".

A capa produziu sensação e estranheza. "Uma surpresa feliz me esperava ontem, amarela, preta e vermelha, sobre minha mesa de trabalho: *Klaxon!* Vi, com espanto, aquele sarilho de letras gordas, um "A" catedralesco, rodeado por um sarabanda espernegante de letrinhas, todas dançando, como equilibristas desengonçados, sob um fundo desesperadamente amarelo..." – registra Menotti Del Picchia. Brito Broca, anos mais tarde, também destaca que "a originalidade da revista começa pelo feitio gráfico: capa alaranjada com um A imenso em vermelho e os demais caracteres em preto, num conjunto berrante. A numeração das páginas e os títulos no texto também em tipos grandes, à guisa de cartaz. Capa que se manteve sempre a mesma, com "desenho", digamos assim, variando apenas o número e a coloração do A (ora verde, ora amarelo, ora marrom, e assim por diante) bem como a do chapado do fundo. Esta permanência da "montagem" de capa era outra característica peculiar de *Klaxon*. As outras publicações, de produção comercial, costumam variar, de número a número, as ilustrações, os motivos da capa.

Os Extratextos

Mas havia em *Klaxon* outras singularidades que a tornam pioneira no plano das artes gráficas e visuais, singularidades que constituíam "inovações consideráveis para o nosso ambiente de então", salienta Aracy Amaral. "Seu nome, todo em caixa baixa, era o rodapé de todas as páginas, encabeçadas por números enormes em negro". Destrilhava, pois, das outras revistas que então circulavam no País e em São Paulo, arcaicas e rotineiras, mundanas e dúteis, destituídas completamente de invenção como arte gráfica, geralmente contendo matéria de espantosa pobreza de espírito, refletindo um mau gosto ronceiro e suburbano, publicações que misturavam, de cambulhada com o texto, quase sempre repleto de literatice, "bastante fotografias de poetas, vendeiros, noivos, crianças, "filhos do Sr. Fulano" e outras coisas úteis, inclusive versos parnasianos", no dizer zombeteiro de Menotti Del Picchia.

Outra contribuição importante e inovadora de *Klaxon*: divulgava "extratexto", em cada exemplar, desenhos em preto e branco, de artistas brasileiros. Assim, editou *hors-texte* reproduções de Brecheret, Di Cavalcanti, Alberto Cavalcanti, Zina Aita, Anita Malfatti, Yan de Almeida Prado, John Graz e Tarsila do Amaral. Lançou também, da mesma forma, trecho de partitura musical de Vila-Lobos, dedicada a Graça Aranha. "Dois desses artistas citados não continuariam na militância das artes plásticas: Alberto Cavalcanti, o cineasta, e Yan de Almeida Prado. Na Semana, Yan participara também com pintura, embora esclarecendo em depoimento: "Não exatamente pintura. Colagens, à maneira cubista, com diferentes tipos de papeis, de texturas diversas. Aliás, ajudou-me nisso Paim Vieira, pois realizamos juntos os trabalhos". Mais uma originalidade de *Klaxon* era aproveitar a terceira página de capa, de contextura acartolinada, mais grossa, do que a do texto, para a impressão da matéria redacional não assinada.

Renovação da Arte Publicitária

Também do ângulo da publicidade, da propaganda, *Klaxon* dá sua contribuição inovadora, altera o ramerrão com que eram concebidos os anúncios comerciais. A arte publicitária nossa, incipiente e caipira, desorganizada e conservadora, sai então de sua modorrenta e preguiçosa sonolência imaginativa através das "mensagens" produzidas por esse mensário provocador. É o que Aracy Amaral já destacou: "Do ponto de vista gráfico visual, a grande novidade desse primeiro número de *Klaxon* está em sua quarta capa: foi a precursora de *Mad* no Brasil: um anúncio (no tempo dos *reclames*) de *Lacta*, de duas únicas palavras ("como Lacta") concebido especialmente de acordo com o espírito da revista. Em tipos gráficos diferentes, dispostos com rara habilidade no espaço retangular da capa: "coma" à toda volta, repetida ao máximo para a objetivada fixação, e, no centro, a palavra *Lacta*, em corpos e tipos diversos, sugerindo uma movimentação dinâmica, que se relaciona quem sabe com letreiros luminosos que apagam e acendem, pela dificuldade do olho em fixar-se numa só das palavras".

Repare-se que esse anúncio transcende sua condição publicitária. Projetado e executado em termos espaciais, com grande economia de meios, pode ser

apontado como um poema pré-concreto, ou como um poema-carimbo semelhante ao composto por Oswald de Andrade no seu diário da *garçonnière*, intitulado *O Perfeito Cozinheiro das Almas deste Mundo*.

"No segundo número da revista – prossegue Aracy Amaral – um outro anúncio (seria o último) apareceria na sua quarta capa: do *Guaraná Espumante*. Uma xilogravura apresenta uma figura barbada, chapéu côco, expressionista, cuja mente indecisa cogita ainda, provavelmente, com as bolinhas que caracterizam, no código dos *comics*, o pensamento. Então, os diversos nomes de bebidas estão sobrepostos, em faixas, sobre o rosto do personagem, riscados. Só uma aparece intocada: "a" ideal, do *Guaraná Espumante*. Sob a figura, a legenda: "a obsessão do sábio". Anônimos, esses dois exemplares raros dos começos da arte publicitária no Brasil, a tentativa de elaboração de uma publicidade autenticamente nossa, no caso coerente com a linha nervosa de exaltação modernista da revista".

Sabe-se hoje qual o autor dessas matérias publicitárias: Guilherme de Almeida. Tanto o do chocolate como também o do refrigerante. "Fui eu mesmo quem os compôs, a tesoura e goma-arábica", revela o poeta de *Nós*.

Os anunciantes não gostaram da inventiva klaxiana. Não avaliaram os novos rumos que os anúncios abriam. Reagiram cortando a "conta". Consequentemente, os agentes publicitários da revista, perderam a função.

A revista ficou irritada com essa atitude e, por isso, lançou o seu protesto na seção *Luzes e Refrações* – dedicada a comentários e breves notas sobre variado assunto. Protesto em que a revista afirma que, se não receber mais aqueles anúncios, proclamará serem tanto o chocolate quanto o refrigerante de mau sabor e prejudicial à saúde... garante também que publicará, "prazeirosamente, qualquer comunicação de qualquer natureza, provocada por esses ingratos ingredientes".

Guilherme de Almeida se diz o autor dessa nota. Mário de Andrade também. Anônima, ela acaba sendo mesmo de *Klaxon*, em nome da qual foi redigida.

"O alegre combate de Klaxon", Mário da Silva Brito in *Klaxon Mensário de Arte Moderna. Edição Fac-similar*, São Paulo, Livraria Martins Editora,

Secretaria de Estado de Cultura, Esportes e Turismo/Conselho Estadual de Cultura, 1972, pp. nn.