

XILOGRAVURA : OS PERCURSOS DA CRIAÇÃO POPULAR

*Gilmar de Carvalho**

RESUMO: Recurso tipográfico dos jornais brasileiros do século XIX, a xilogravura foi incorporada pela editoração popular nordestina como ilustração das capas da literatura de folhetos. Este texto tenta dar conta de como essa manifestação, de certo modo utilitária, ganhou estatuto de obra-de-arte. A partir da década de 60, xilógrafos passaram a cortar, nos tacos de umburana, álbuns com formato padronizado e temática definida, como forma de superar o declínio da literatura de folhetos e para ganhar espaço no mercado de arte.

UNITERMOS: Popular; habilidade; invenção; editoração e arte.

Introdução

A estética da xilogravura é um campo por demais escorregadio e paradoxal. Muitos autores, em razão de atitudes elitistas, hesitam em atribuir a tal manifestação cultural o estatuto de obra de arte. Este processo de desqualificação do popular passa pela ênfase que esses mesmos autores dão ao caráter utilitário destas práticas, vincadas por um cotidiano em que vida e obra de seus produtores se imbricam de modo indissolúvel.

A questão do popular é sempre controversa e gera posições apaixonadas, o que vem se confrontar com um rigor e uma disciplina próprios de uma abordagem que se pressuponha isenta de preconceitos, de reducionismos ou de um entusiasmo militante.

A negação de uma estética popular, no caso de xilogravura, pode decorrer de sua vinculação inicial ao campo das artes gráficas, prestando-se para rótulos, vinhetas e ilustrações na incipiente reprodução documental com a qual o Brasil tentava ajustar o passo.

* Professor do Curso de Comunicação Social da UFC e doutorando de Comunicação e Semiótica da PUC/SP.



A xilogravura enquanto técnica de fazer da madeira o suporte de talhes e escavações, transformando-a em matriz a ser entintada e pressionada para a obtenção da cópia chegou ao Brasil com a tipografia, no início de século XIX. Em 1808, a Corte portuguesa se estabeleceu no Rio de Janeiro, trazendo na bagagem a maquinaria para a Impressão Régia e logo se interiorizaria atingindo o Nordeste em meados do século quando, segundo Sodré¹, "todas as províncias passaram a ter seus prelos". A interiorização foi fundamental para o surgimento do folheto de cordel, impresso que partia de um cânone oral, de forte divulgação no Nordeste brasileiro. Esta Indústria Cultural popular, na antecipação do conceito frankfurtiano de *Adorno e Horkheimer* e sua recontextualização sertaneja, passou a recorrer à xilogravura para a elaboração de capas dos folhetos de feira, o que evidenciou o aspecto de encomenda e deu argumentos para os que defendem este viés utilitário que vai marcar toda a trajetória desta manifestação de cunho popular.

1. SODRÉ, Nelson Wemeck. *História da Imprensa no Brasil*. São Paulo, Martins Fontes, 1982. p. 48.

Só muito tempo depois Benjamin² escreveu sobre a reprodutibilidade da arte, o que abriu a possibilidade para que a xilogravura pudesse ser vista como permanência e atualização de uma expressão que vinha da Idade Média e que se reatualizava de acordo com novas influências e condições, no contexto de uma sociedade agrária, pré-industrial e por isso tida como arcaica, atrasada ou tradicional.

Esse estudo pretende um recorte que implica uma visão diacrônica da xilogravura e de sua passagem do mero recurso tipográfico para uma manifestação artística que se baseia na recriação do universo mítico popular e nordestino, na apropriação de influências massivas e na abertura de um mercado que implica que ela teria ganho um novo estatuto, o de manifestação estética e é a partir dessa hipótese que este texto se desenvolve.



2. BENJAMIN, Walter. *Obras Escolhidas*. Volume I. São Paulo, Brasiliense, 1986. p. 110.

A xilogravura como recurso tipográfico

Os historiadores da imprensa brasileira são unânimes em ressaltar a defasagem entre o descobrimento oficial do Brasil e o estabelecimento dos prelos. As explicações passam pela tentativa de marcar as diferenças de atitudes em relação ao colonizador espanhol que teria levado o estabelecimento da imprensa em terras do Peru e México, ainda no século XVI.

As justificativas mais plausíveis para o não Iluminismo português se relacionam com o "atraso" das civilizações encontradas em território brasileiro, que dispensariam uma interferência de cunho ideológico de tal monta como estratégia de dominação.

Como pano de fundo de uma contextualização histórica, convém destacar o rígido estatuto inquisitorial, definindo várias ordens de censura e o desestímulo à atividade tipográfica, pelo caráter disseminador de idéias de que se revestia e do perigo que representava como desestabilização do *status quo*.

Foi necessária a precipitação de um fato de extrema gravidade, como a ameaça napoleônica e a fuga da família real para o Brasil, para que tivéssemos uma "abertura dos portos às nações amigas", uma vez que o comércio se fazia apenas com a Corte, e a implantação de uma tipografia, o que representava considerável avanço, ainda que a maquinaria estivesse comprometida com a publicação de materiais com chancela oficial.

A escassa bibliografia sobre artes gráficas no Brasil ressalta a importância da xilogravura, mesmo em um instante em que havia o primado do texto e em que os recursos visuais estavam longe de ganhar a significação que passaram a ter no contexto contemporâneo.

É impossível, no entanto, ignorar todo o desenvolvimento da xilogravura no contexto europeu, como elemento que não pode ser dissociado dos impressos que chegaram à então colônia, ornando orações, saltérios, livros pios e tudo o mais que os tentáculos da Inquisição liberavam ou o que entrava clandestinamente, como material perigoso, na bagagem dos que estudavam na Europa.

Havia todo um repertório iconográfico que serviu como matriz às incursões de artistas brasileiros neste campo.

Pode-se falar do incremento desta arte e técnica entre nós como forma de suprir deficiências de equipamento e de dar conta de uma necessidade de expressão que não se esgota no registro da palavra, mas implica em outras informações e outros códigos para se perfazer no contexto do processo comunicativo.

Parece simplista colocar a xilogravura apenas como uma forma da mão-de-obra nativa dar sua contribuição na improvisação de prelos e tipos e na feitura de ornatos e vinhetas. Não é essa a conclusão que se tira de uma consulta à *Tipografia no Brasil*, catálogo de uma mostra com esta temática exibida no MASP, em 1977, tampouco da leitura de *A Imagem e a Letra*, de Orlando Ferreira, fundamental para a compreensão do percurso das técnicas de reprodução, aí incluída a xilogravura, no contexto brasileiro.

VIA SACRA
GRAVADA POR:



LÍCERO VIEIRA
1995

Não se pode falar na prevalência da arte sobre o engenho, estando a habilidade manual a serviço de um projeto que implicava na criatividade. Isso precisa ficar bem claro para que não se pense nos primeiros xilógrafos como meros artesãos, mas como criadores, a partir da constatação de que deveriam dar forma ao que não existia. E mesmo os casos de cópia não excluem a releitura, a possibilidade do acréscimo de elementos, as modificações que, mesmo sutis, dão à nova peça uma unicidade que a desvincula do modelo, fazendo com que tenha autonomia e sob esta ótica possa ser analisada.

Falar da xilogravura como recurso tipográfico é compreender que, inicialmente, esta manifestação esteve marcada por um viés utilitário, o que não diminui sua importância, mas funciona na perspectiva de antecipação de um estatuto que ela passa a assumir posteriormente no campo da criação estética.

O lado funcional da xilogravura se manifesta nas cartas de um baralho, nos rótulos, mas vai ser nos jornais que ela atinge a plenitude de utilização dentro do que está sendo proposto como mediático. Ela não se limitou, no entanto, a servir como identificação ou adorno, passando a instrumento de sátira política, a substituto dos *portraits*, enquanto a fotografia não chegava à imprensa e à informação de matérias jornalísticas e "reclames" publicitários.

Convém ressaltar que a tipografia desempenhava um papel fundamental no contexto urbano de então, sendo não apenas uma oficina das técnicas de reprodução, mas referência em relação a achados e perdidos, um local onde se deixavam recados, um balcão de assinaturas e de anúncios e da venda avulsa de exemplares.

As novas exigências dos leitores, a competitividade jornalística e o caráter empresarial que a imprensa passou a assumir na virada para o século XX reduziram a importância da xilogravura, substituída que foi pelos clichês de metal e pela opção litográfica, no que se refere a rótulos e cartazes.

A superação do jornalismo marcadamente político implicava a adoção de estratégias mercadológicas, como a venda em carroças e as buzinas de *A Província*, depois *O Estado de São Paulo*, a diversificação da pauta para atender a diversos públicos e a incorporação de avanços em termos de técnica e equipamentos. É neste contexto que a xilogravura, como as máquinas obsoletas para os grandes centros, se interioriza e chega ao Nordeste brasileiro, percurso que este texto se propõe a seguir.

A aventura nordestina

A interiorização da maquinaria deu margem a que eclodisse, no final do século XIX, a literatura de folhetos, caracterizada por uma forte tradição oral a que ela dava forma em termos de escritura. Não vem ao caso precisar data e local, embora alguns

autores discorram sobre estes aspectos que não parecem relevantes para a compreensão desta manifestação.

Estudando a capa desses folhetos, Maranhão³ chama a atenção para o fato de que inicialmente elas eram gráficas, contendo apenas título e autor, trazendo algumas vezes referência à tipografia de onde provinham.

O certo é que estas histórias circulavam pelo Nordeste e tiveram o respaldo do chamado "repente", a cantoria ou pelega da viola, com um ritmo e uma agilidade que passaram a ser incorporados pelos impressos, à medida em que a atividade despontou como negócio e a figura do editor passou a substituir o poeta que detinha seus direitos de autor e encomendava a tipografias a impressão de seus poemas.

Foram lançados os cânones de uma literatura popular, fortemente mnemônica, pelo recurso à rima e à métrica, melódica e com uma temática que se apropriava de matrizes européias, adaptando-as à realidade nordestina, o que constitui um *corpus* que pode ser chamado de clássico ou tradicional desta literatura. Ao mesmo tempo, criaram-se ciclos com temática a partir da realidade regional, em que se destacam os folhetos ligados ao cangaço ou à religiosidade popular, centrada, basicamente, na figura legendária do Padre Cícero Romão Batista.

O estabelecimento de casas editoriais mais próximas das corporações medievais de ofícios, embora imbuídas do aspecto capitalista do lucro, deu um forte impulso a esta atividade. Pode-se falar no pioneirismo de Leandro Gomes de Barros, em Recife e de Chagas Batista, na Paraíba, como organizadores de um *corpus* e definidores de um formato que a editoração popular passaria a adotar. O impulso maior veio de João Martins de Athayde, em Recife, competindo com a Editora Guajarina, de Belém do Pará pelo promissor mercado que englobava Norte e Nordeste do País.

Na medida em que esta atividade passou a ser desenvolvida em núcleos como Campina Grande e Juazeiro do Norte, distantes dos grandes centros e com maior precariedade de meios, o aporte artesanal se fez sentir de modo mais decisivo.

As capas dos folhetos, já então ilustradas por postais fotográficos, desenhos ou fotogramas de filmes demoravam mais de uma semana para serem transformados em clichês em Recife ou Fortaleza, o que levou a que santeiros e artesãos locais fossem requisitados para cortar na umburana – madeira preferida para o taco xilográfico pela facilidade do talhe e abundância na região – princesas, dragões, cangaceiros e apaixonados das histórias veiculadas pelo folheto de cordel.

A xilogravura passava a ser um meio de expressão artística e um recurso da atividade editorial para ganhar agilidade e dar conta da expectativa dos leitores por novos títulos.

3. MARANHÃO, Liêdo. *O folheto popular: sua capa e seus ilustradores*. Recife, Fundação Joaquim Nabuco, 1981. p. 54.

Numa tentativa de acertar o passo com as regras da Indústria Cultural, os editores de folhetos dosavam um *corpus* de grande circulação e aceitação garantida com a novidade dos lançamentos que indicavam a vitalidade deste negócio.

Em Juazeiro do Norte despontaram Noza, Walderêdo, Antônio Batista (Relojoeiro), Damásio Paula, Manoel Lopes e João Pereira. Improvisados como xilógrafos, contribuíram para consolidar a manifestação. Adaptando cabos de guarda-chuvas, canivetes, quicés ou recorrendo a lâminas de barbear, eles se vincularam à atividade editorial numa realimentação que impulsionava a comercialização de folhetos e, por sua vez, incitava a criatividade destes artistas do povo, sempre prontos para dar respostas ágeis e criativas às solicitações recebidas.

Dos cabeçalhos, vinhetas e ilustrações dos jornais, a xilogravura passou para este novo espaço mediático. Aqui, mais do que antes, estava em jogo o aspecto da sedução. O imaginário do leitor do folheto precisava ser atendido para que a compra se perfizesse e o cordel cumprisse seu ciclo e sua função social.

Os pioneiros ganharam seguidores, como Stênio Diniz e Abraão Batista, em Juazeiro do Norte; Dila, em Caruaru; J. Borges em Bezerros e Costa Leite em Condado. Para não deixar de falar em Jotabarras, pernambucano de Glória de Goitá, radicado em São Paulo; em Ciro Fernandes e Marcelo Soares, que elegeram o Rio como centro de suas atividades.

As capas de metal que se gastavam passaram a ser refeitas na madeira, reforçando a opção pela xilogravura que assim atingia sua maturidade e ápice.

Da associação do pernambucano João Ferreira de Lima, autor do *Almanaque de Pernambuco*, com o poeta cearense Manoel Caboclo surgiu a Tipografia Lima, responsável, a partir de segunda metade dos anos 50, pela iniciação na xilogravura de José Caboclo e de Arlindo Marques da Silva. Esta atividade editorial passou a dar sinais de crise no final dos anos 50, o que coincide com as tentativas de industrialização do Nordeste, processo liderado pela Sudene; com as seqüelas da seca de 1958 e com a chegada da televisão.

Enquanto capa de folhetos, a xilogravura cumpriu um papel decisivo de estilização e transposição em termos de imagem de todo um universo mágico da chamada literatura de cordel. Passou a ser um artifício a que recorria a atividade editorial para atingir seus objetivos. Seu espaço de atuação deixou as páginas dos jornais para se materializar no formato do folheto de feira. E sob este ponto de vista contribuiu para o vigor que esta literatura popular expressou até entrar num processo irreversível de perda de leitores, fechamento de casas editoriais e redução de seu caráter informativo e de lazer, de sua função encantatória nas noites sertanejas.

Quando a crise se tornou visível demais para ser negada, a xilogravura encontrou um novo nicho, ampliando seu espaço, reafirmando sua importância e definindo um novo papel.



A xilogravura como obra de arte

Tornou-se impossível manter a xilogravura confinada às capas dos folhetos. Os novos artistas que se dedicaram a esta técnica como suporte de manifestações criativas passaram a querer contar com espaços mais generosos e a contestar os rígidos limites da encomenda, onde, apesar da possibilidade da inventiva, estavam sujeitos a uma pauta e restritos a determinado repertório de signos que souberam, aliás, trabalhar com equilíbrio e ousadia. Foi quando se deu a interferência direta da Universidade de Ceará, no início dos anos 60. O Reitor Martins Filho havia sido, quando adolescente, tipógrafo no Cariri cearense, onde nascera e com a criação do Museu de Arte, em 1961, fez com que a idéia de estimular a xilogravura passasse da teoria à prática. Esta interferência se deu em dois sentidos. Primeiro, na recolha dos tacos que serviram como capas de folhetos, adquiridos para formar um dos maiores e mais valiosos acervos brasileiros neste campo, com mais de 400 matrizes catalogadas.

Este ímpeto colecionador da Universidade ainda hoje não foi de todo compreendido e assimilado por muitos xilógrafos. Mas essa interferência, de certo modo autoritária, preservou um verdadeiro tesouro da criação popular, apesar das objeções que possam ser levadas em relação aos equívocos da atitude. As peças foram, literalmente, museificadas e retiradas do circuito popular, onde cumpriam uma função estética e mercadológica, em termos de atrativo de embalagem e síntese do conteúdo do folheto ao qual serviam de capa.

A segunda influência se deu na encomenda de álbuns. São desta época *A Vida de Lampião* (sic) *Virgulino Ferreira e Os Doze Apóstolos*, de Noza; *O Apocalipse*, de Walderêdo; *A Vida do Padre Cícero*, de Lino e *As Aventuras de Vira-Mundo*, de José Caboclo, todos do acervo do Museu de Arte da UFC. Foi neste contexto que Sérvulo Esmeraldo encomendou a Noza uma *Via Sacra*, impressa em Paris por Robert Morel, em 1965.

A Universidade do Ceará organizou exposição do seu acervo xilográfico em Paris, Barcelona, Madrid, Viena, Basileia e Lisboa, fechando um périplo europeu de legitimação e de propaganda da instituição, imbuída da idéia de atingir o universal através do regional.

O formato "álbum" disciplinava a produção popular, facilitando sua assimilação pelo mercado de arte. Além da padronização do tamanho, havia a serialização, a melhoria do acabamento e a capa. O popular ganhava uma embalagem atraente e, em alguns casos, as peças passavam a ser numeradas e assinadas, como na gravura erudita. Uma nova concepção foi "vendida" ao artista popular e a Universidade fornecia a madeira, pagava para que o artista produzisse as peças e depois adquiria as matrizes. Em relação aos moldes em que se dava a encomenda, não se sabe ao certo se era dada sugestão de quantidade e formato dos tacos. Não se pode precisar que referências iconográficas eram fornecidas aos xilógrafos.

LAMPIÃO VISITA JUAZEIRO DO NORTE CE.



GRAVADO POR: FLOSMAN
JUAZEIRO DO NORTE CE.

As Aventuras de Vira-Mundo, de Caboclo, revela forte influência da linguagem das histórias em quadrinhos, enquanto *A Vida de Padre Cícero*, de Lino, tem pontos de contato com fotografias antigas de Juazeiro. Walderêdo em seu *Apocalipse* diluiu para o contexto popular influências eruditas européias como Jean Duvet, por exemplo. Só Noza insistiu num mundo só seu, de perfis egípcios e economia de detalhes, marcado por uma genialidade que é unânime na avaliação do seu trabalho.

Uma consequência desta interferência da Universidade passou a ser a autoria. O trabalho, que antes era anônimo, ganhou o seu titular, o que representou outra subversão das normas populares e sua submissão ao repertório culto.

Uma peculiaridade da produção xilográfica até então era a prevalência da arte sobre o engenho, da habilidade sobre a inventiva, a ponto do xilógrafo não temer retomar o que já havia sido feito e reproduzi-lo senão da mesma maneira com imperceptíveis diferenças ou nuances. Assim é possível encontrar várias capas para o *Romance do Pavão Misterioso*, variações em torno da *Briga do Cachorro com o Gato*, da *Perseguição de Lampião pelas Forças Legais*, ou da *Chegada de Lampião ao Inferno*, dentre outros.

Os exemplos se avolumam e não se pode falar em plágio, quando não havia a cobrança por uma autoria assumida ou por uma originalidade incontestada. O trabalho era do artesão. A xilogravura era utilitária. Os temas pertenciam a este fundo comum, a este grande *corpus* popular. O *status* de obra-de-arte veio por conta dessa intervenção de instituições como as Universidades e Fundações e da figura do *marchand*.

Nos anos 70 surgiram álbuns esparsos como uma *Via Sacra* de Stênio Diniz, outra de Abraão Batista e *A Retirada*, parceria de Stênio Diniz com Mariza Viana. Foi nesta mesma década que Diniz participou de uma das versões da Bienal Internacional de São Paulo com trabalho que tinha como catálogo um cordel do Patativa do Assaré sobre a *Imigração Nordestina para São Paulo*.

A xilogravura parecia em refluxo, como o folheto ao qual ela serviu durante tanto tempo e pode-se então falar num certo sopro renovador a partir do final dos anos 80.

O formato continuava a ser o do álbum. As instituições envolvidas eram a Universidade Federal do Ceará, o SESC, a Universidade Regional do Cariri - URCA, agências de publicidade, a Secretaria da Cultura e Desporto do Estado do Ceará, além de Organizações Não Governamentais (ONG'S). Pode-se contabilizar 18 (dezoito) álbuns entre 1990 e 1995, várias exposições organizadas no MAUC, Espaço Cultural da Teleceará, Galeria Alliance Française de São Paulo, Casa da Xilogravura de Campos do Jordão (SP), Memorial Padre Cícero, de Juazeiro do Norte, URCA, Museu Abelardo Rodrigues, em Salvador, Espaço Cultural do Abolição, em Fortaleza, além de uma individual de José Lourenço Gonzaga na Pulitzer Art Gallery, em Amsterdam.



Neste ínterim, xilos foram utilizadas como capas de livros, calendários, cartazes, convites, agendas, cartões de natal (tema de uma exposição no MAUC e Associação dos Docentes da UFC, em 1992) e de visitas, além de objeto de monografias, artigos em publicações acadêmicas e jornalísticas e de brinde de fim de ano de empresas.

Parece prematura uma avaliação dessa retomada, mas evidencia-se uma busca de inserção no mercado, a perseguição de originalidade, a rejeição à cópia e a insistência na autoria. Não se chegou ainda ao procedimento de riscar ou inutilizar as matrizes de que se vale a gravura erudita, havendo certa reação a esta atitude por parte dos produtores populares.

Em relação à temática, os motivos religiosos permanecem fortes, prevalecendo a figura mítica do Padre Cícero como motivo de algumas séries (*A Vida do Padre Cícero*, de José Lourenço e *Milagres do Padre Cícero*, de Francorli), para não deixar de falar nas vias sacras (José Lourenço, Francorli, Elosman, Naldo, Cícero Vieira e Nilo), e no eterno retorno à mitologia regional como no *Nascimento, Vida*

e *Obra de Luiz Lua Gonzaga*, de Francorli ou em *Lampião Visita Juazeiro do Norte*, de Elosman. Uma reflexão sobre o próprio ofício informa a série *Lira Nordestina* (José Lourenço), nome que a Tipografia São Francisco ganhou nos anos 80, quando foi adquirida pelo Governo do Ceará. E a ecologia foi incorporada pela insistência de ONG'S alemãs que passaram a trabalhar em Juazeiro do Norte e a organizar exposições de xilos e de esculturas com esta temática no circuito europeu, dando lugar a *Arajara*, de José Lourenço ou ao *Sertão*, de Cícero Vieira.

Jeová Franklin em artigo constante da *Antologia de Cordel do BNB*, organizada por Ribamar Lopes, refere-se à escola de Caruaru, com a figura mais solta, recortada do fundo (Dila, Jota Borges, Costa Leite) e a escola de Juazeiro do Norte, mais apegada ao detalhe e trabalhando a madeira por igual, ao ponto de Abraão Batista ter dado a denominação de "paralelas existenciais" a esse tipo de corte a que ele recorre exaustivamente para não deixar brancos ou claros e carregar suas xilos de significação. A colocação é questionável no que se refere à compartimentação das escolas, mas levanta pistas sobre os dois principais pólos desta manifestação no âmbito nordestino.

Em relação à técnica, se os antigos recorriam a hastes de guarda-chuvas, quicês, canivetes e lâminas de barbear partidas ao meio, permanece a mesma inquietação entre os contemporâneos no improvisado de garfos, pregos, bisturis e estiletos, compensando ou superando a falta de goivas, buris, formões e outros utensílios aos quais eles continuam sem ter acesso.

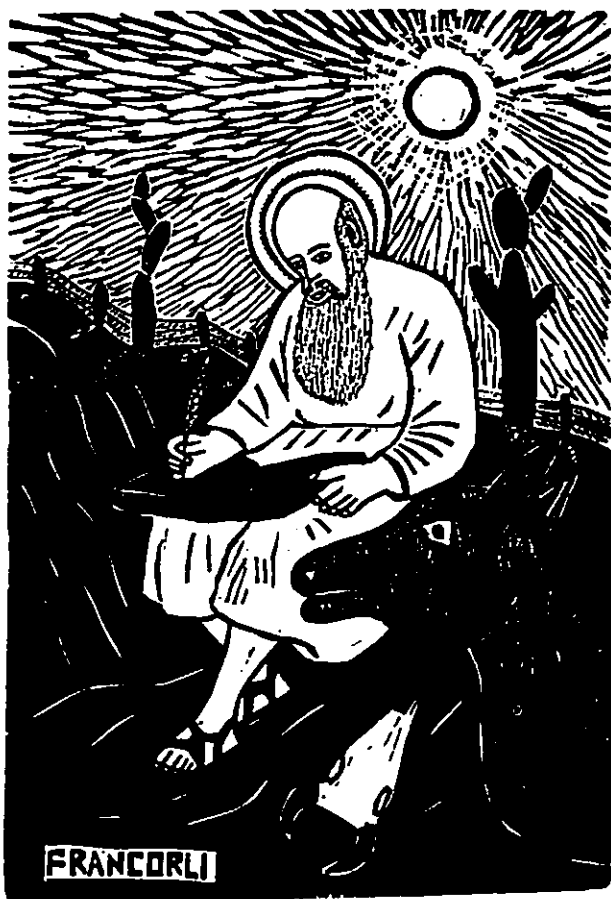
Estabelecidas distinções e buscados nexos, onde estaria a contemporaneidade dos novos xilógrafos? Eles insistem na temática religiosa, continuam com precariedade de meios, dispõem de um papel de qualidade inferior, e não contam com um prelo que assegure a qualidade das cópias.

O novo estaria numa visão do mundo que possibilitaria outras leituras e a absorção de influências massivas, por exemplo, e uma atitude não tão ingênua diante das regras do mercado, da função social da arte, do papel do artista que eles têm consciência que são. Eles não têm apenas habilidade, eles reinventam, mesmo quando partem da fotografia ou de uma iconografia clássica/tradicional para superá-la, jogam com o que seria um *design* matuto e ocupam o espaço em função de uma estética que digeriram. A informação é que os diferencia. Se Antônio Batista não se constrange em mostrar os livros de história sagrada dos quais copia sua *Via Sacra* ou *Os 7 Pecados Capitais*, como uma permanência do antigo xilógrafo, Francorli tem a idéia de que deve ambientar os santos do seu retábulo (série *Os Santos do Povo*) na realidade que vive, o que supera a mera inserção num cenário e vai além na compreensão de atributos de trabalho e santidade, natureza e cultura. José Lourenço, mesmo quando parte da fotografia, como no álbum *Lira Nordestina*, amplia, recorta, edita e faz com que a reprodução fotográfica seja apenas um ponto de partida. Se Abraão Batista geometriza na visão iniciática do *Tarot do Sol* e estiliza os *Signos*, Stênio Diniz delira surreal em sua própria viagem. São dois

artistas em que o nível de informação e a recriação que fazem os afastam do universo delimitado como popular, colocando-os numa órbita de aproximação e divergências, em que o popular é na maioria das vezes um ponto de partida ou um código que eles dominam e superam nos trabalhos que fazem no campo do cordel ou da xilogravura.

É o fosso entre trabalho manual e criação que os xilógrafos de Juazeiro do Norte nivelam, dosando o apego às raízes a um faro do que seja Indústria Cultural. Continuam tendo a tipografia como referência, não apenas profissional, mas estética. Não se consideram artistas no sentido estereotipado da expressão, mas são vigorosos porta-vozes de um novo tempo, com propostas de uma nova gravura, que dá conta da dinâmica social e não cai no imobilismo de uma visão anacrônica ou passadista.

Eles não vivem exclusivamente desta atividade: são tipógrafos, relojoeiros, eletrotécnicos, professores universitários e líderes comunitários, mas não são diletantes. A xilo para eles é uma forma de expressão e um ofício que precisa ser mantido, porque subvertem a tradição, avançam na sintonia com nosso tempo e dão ou tentam dar conta das perplexidades, crenças e anseios de nós que vivemos este tempo.



ABSTRACT: A typographic recourse of Brazilian newspaper in the Nineteenth century, xylography was shared in by popular northeastern publishing as cover illustrations of literature booklets. The following text tries to makes clear how that useful style, in a certain way, has reached the status of artwork. From the sixties on, xylographers started to carve in the pienes of umburana wood, albums with a shared from and a previously established subject, as means to overcome the decline of literature booklets and in order to take place on the art trading.

KEYWORDS : Popular; skills; invention; publishing and art.

Referências Bibliográficas

- CARVALHO, Gilmar de. *Publicidade em Cordel*. São Paulo, Maltese, 1994.
- FERREIRA, Orlando Costa. *Imagem e Letra*. São Paulo, Edusp, 1994.
- FRANKLIN, Jeová. *Antologia da Literatura de Cordel* (org. Ribamar Lopes), Fortaleza, BNB, 1982.
- NOBRE, Geraldo. *Introdução à História do Jornalismo Cearense*. Fortaleza, Grecel, 1976.
- PIRES FERREIRA, Jerusa. *Cavalaria em Cordel*. São Paulo, Hucitec, 1979.
- _____. *O Livro de São Cipriano : uma Legenda de Massas*. São Paulo, Perspectiva, 1992.
- SOBREIRA, Geová. *Xilógrafos de Juazeiro*. Fortaleza, Edições UFC, 1986.
- STUDART, Barão de. *Para a História do Jornalismo Cearense*. Fortaleza, Tipografia Moderna, 1924.
- TERRA, Ruth. *Memórias de Lutas : Literatura de Folhetos no Nordeste (1893/1930)*. São Paulo, Global, 1983.