

RÓTULOS CROMOLITOGRAFICOS BRASILEIROS: EFÊMEROS, MEMÓRIA GRÁFICA, CULTURA MATERIAL E IDENTIDADE NACIONAL

Helena de Barros, Washington Dias Lessa,
Edna Cunha Lima e Guilherme Cunha Lima

cromolitografia, rótulos,
memória gráfica
brasileira, cultura material,
identidade nacional.

O presente artigo apresenta a primeira parte de pesquisa voltada para o estudo de rótulos cromolitográficos de produtos brasileiros, com ênfase nas estratégias técnico-projetuais adotadas em sua realização. Localiza inicialmente as áreas de estudo às quais a pesquisa se conecta: impressos efêmeros e memória gráfica brasileira, assim como apresenta as características técnicas da cromolitografia. Em seguida identifica as instituições, na cidade do Rio de Janeiro, que preservam esse tipo de artefato – Fundação Biblioteca Nacional e Arquivo Nacional –, descrevendo em linha gerais os acervos encontrados. Desse material foi feita uma seleção de 100 espécimes, com base em sua maior elaboração gráfica, a qual constitui o corpus da pesquisa. É apresentada, então, uma primeira compreensão desse corpus a partir da identificação de dois conjuntos: rótulos e embalagens para consumo de luxo e para consumo popular. A partir desses enquadramentos são desenvolvidas análises preliminares das características técnico-gráficas – com ênfase na construção da cor – e das estratégias iconográficas. Destaca-se a presença de elementos iconográficos brasileiros nos rótulos para consumo popular, em contraposição aos temas europeus nos rótulos para consumo de luxo.

*chromolithography, labels,
Brazilian graphic memory,
material culture, national
identity.*

This paper presents the first part of a research, which studies chromolithographic labels of Brazilian products, emphasizing technical and projectual strategies on their execution. We will first present Ephemera and Brazilian Graphic Memory – areas of study in connection with this research, and also describe the chromolithography technique. We will identify two institutions in the city of Rio de Janeiro that hold this kind of artifact – Fundação Biblioteca Nacional and Arquivo Nacional – describing their collection of chromolithographed labels. A selection of 100 labels, based on the graphic elaboration of the material, constitutes the research corpus. A first approach of this corpus is based on the identification of two sets: labels for luxury consumption and labels for popular consumption. By this framing, we will develop preliminary analysis of the graphic-technical approach – emphasizing their color construction – and their iconographic strategies, highlighting the presence of Brazilian’s iconographic elements on the labels for popular consumption and European themes on the ones for luxury consumption.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo apresenta a primeira parte de uma pesquisa voltada para o estudo de rótulos cromolitográficos de produtos brasileiros, com ênfase nas estratégias técnico-projetuais adotadas em sua realização. Corresponde a uma contextualização geral do problema, à indicação dos acervos disponíveis na cidade do Rio de Janeiro, ao estabelecimento de um corpus a partir desses acervos – tendo em vista a ênfase da pesquisa –, e a uma primeira compreensão técnica e conceitual desse corpus.

Cromolitografia, termo cunhado pelo francês Godefroy Engelmann, ou impressão litográfica em cores, é o primeiro processo de impressão colorida em escala industrial, que passa a ser praticado a partir de 1837. Surge como inovação no âmbito da técnica litográfica, inventada em 1796 como um processo de impressão de matriz plana, ao contrário dos anteriores, baseados em matrizes de madeira (entalhada em alto relevo) ou de cobre (gravada em baixo relevo). Baseia-se no princípio de repulsão entre água e óleo (no caso, água e tinta graxa), utilizando uma pedra calcária apropriada como matriz. A imagem é desenhada sobre a pedra, e esta, umedecida, repele a tinta nas áreas não desenhadas e a retém nas áreas desenhadas, sendo a imagem então transferida para o papel por meio de uma prensa mecânica. A cromolitografia utiliza tantas matrizes quantas serão as cores impressas (Twyman, 2013).

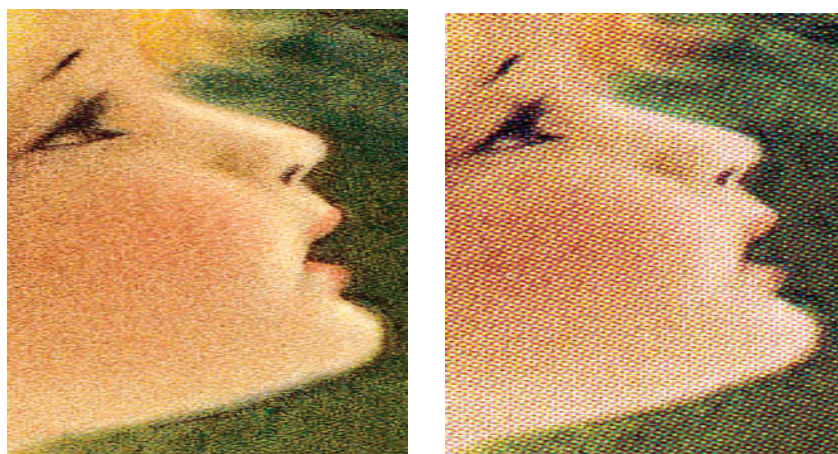
Nos dias de hoje, em que, pelo costume, percebemos com naturalidade a grande oferta de imagens multicoloridas nas mais diversas mídias, é difícil ter a dimensão do impacto trazido por esta técnica. Responsável pela popularização de imagens coloridas ao longo do século XIX, a cromolitografia alterou significativamente os padrões culturais, a circulação da informação e o consumo da época (Meggs, 2012), tanto nos centros industrializados quanto na periferia do capitalismo, como é o caso do Brasil. Inaugura o uso expressivo da cor em estampas artísticas, na comunicação visual de revistas e livros, e também, sobretudo, nos mais diversos impressos efêmeros, como cartazes, certificados, cartões comerciais, anúncios, embalagens e rótulos.

Uma das principais características da cromolitografia é o complexo processo de seleção manual da cor, onde um profissional altamente especializado – o cromista –, encarregava-se da concepção das múltiplas matrizes de litografia. Cada cor da imagem precisava ser desenhada separadamente em uma nova matriz de pedra. As diferentes matrizes conjugavam-se numa única imagem colorida, impressas no papel uma de cada vez, em camadas sucessivas de cor sobreimpressas e em registro, alcançando um efeito realista (Twyman, 2013). Em definição mais específica, o termo cromolitografia designa “uma impressão litográfica colorida onde a imagem é composta por ao menos três cores, cada uma aplicada no impresso por uma pedra diferente. Ao contrário da litografia entintada, onde a segunda e a terceira cor distribuem matizes sobre a primeira impressão, as cores de uma cromo constituem a figura em si. A cromolitografia é portanto uma técnica muito complexa que requer registro

perfeito e um sofisticado entendimento da cor.” (Marzio, 1979, p.9, tradução nossa).

A cromolitografia foi suplantada pelo desenvolvimento do atual sistema de impressão industrial colorida, a quadricromia em offset, que com implementações técnicas e de maquinário se tornou mais prático e econômico. Entretanto, o estudo aprofundado dos espécimes cromolitográficos indica resultados cromáticos de alta qualidade, mais vívidos e detalhados do que a tecnologia convencional de hoje permite alcançar (Barros, 2008) (ver Figura 1).

Figura 1 Cortes ampliados 5X de duas reproduções digitalizadas da pintura “The Butterfly”, original de Bessie Pease Gutmann. À direita, cromolitografia publicada em 1912 por Gutmann & Gutmann. À esquerda, quadricromia offset da mesma pintura. Comparada à cromolitografia, a quadricromia offset em retícula fotomecânica (à direita), perde em extensão cromática e nas transições tonais mais gradativas da cromolitografia com pontos desenhados à mão (à esquerda). (Fonte: <http://www.tssphoto.com/>)



Na quadricromia offset, as cores da imagem original são separadas, fotomecânica ou digitalmente, em retículas de amplitude modular de quatro cores (cian, magenta, amarelo e preto). A combinação desses quatro grupos de pontos de cor em tamanhos variados, simulam, por mistura ótica, as cores do original.

Na cromolitografia, para reproduzir acuradamente o original, o cromista determinava, de acordo com o orçamento e o tempo de trabalho correspondente, quantas e quais cores deveria usar, tanto em áreas chapadas quanto em áreas de mistura ótica, através de “um método de pontilhamento da imagem [que] permitia a aplicação de cores de forma mais sutil, com gradientes delicados” (Lima, 1998: 160). E essa “verdadeira seleção de cores manual” (id.) podia chegar a mais de vinte cores. Num segundo momento, com o avanço da cromolitografia e o objetivo de reduzir o trabalho e o tempo dispendidos, as técnicas de pontilhado foram substituídas por processos de transferência de padronagens de pontos, conhecidas como *tintas mecânicas* ou *mídias de sombreamento*, as quais eram manualmente aplicadas, com uma grande variedade de efeitos gráficos (Twyman, 2013). Nesta perspectiva, o impresso em cromolitografia pode ser considerado

como uma elaboração técnico-artística, mesmo que se trate da interpretação e reprodução de um original preexistente (www.tssphoto.com).

A escolha de rótulos de produtos brasileiros do final do século XIX e início do século XX como fonte primária desta pesquisa, coloca-a no âmbito de pesquisa dos Impressos efêmeros – área de estudos que segundo o pesquisador Maurice Rickards está voltada para “o transitório documento menor do dia-a-dia” (Rickards, 1988, p.13, tradução nossa). O conceito aplica-se a todo ‘não-livro’ impresso em papel, projetado com objetivo específico e momentâneo e que, na maior parte das vezes, depois de cumprir sua função de divulgação, informação ou consumo, é implicitamente descartável.

Esta investigação se enquadra nos parâmetros da pesquisa sobre Memória Gráfica, designação que, a partir de 2008, passou a reunir nos países ibero-americanos, pesquisas mais numerosas e consistentes em história do design relacionadas à cultura da impressão, cultura visual e cultura material (Farias, 2014). Consolidou-se como intuito dessa área de investigação o resgate ou reavaliação de artefatos visuais – em particular dos impressos efêmeros – buscando recuperar ou estabelecer um senso de identidade local. Vale salientar que essas pesquisas frequentemente também englobam os aspectos técnicos envolvidos na produção destes artefatos (id.).

No segundo item do artigo são identificados acervos de rótulos cromolitográficos na cidade do Rio de Janeiro, assim como são indicados os parâmetros de estabelecimento do corpus. O terceiro item apresenta uma primeira compreensão técnica e conceitual desse corpus. Nas considerações finais são indicados os desdobramentos do trabalho realizado até o momento.

2 IDENTIFICAÇÃO DE ACERVOS E ESTABELECIMENTO DO CORPUS

Um primeiro ponto a ser esclarecido diz respeito à delimitação da pesquisa pelos impressos efêmeros, produzidos sob demanda para veiculação de imagem comercial e comercialização de produtos, ou seja, embalagens de produtos de consumo.

Considerando as instituições públicas de guarda de efêmeros na cidade do Rio de Janeiro, foi identificado material concernente à pesquisa na Fundação Biblioteca Nacional (BN) e na sede carioca do Arquivo Nacional (AN), onde está depositada a documentação do governo federal até a data de transferência da capital para Brasília. Em ambas as instituições foram localizados rótulos de produtos nacionais da época da utilização da técnica cromolitográfica. No AN, estão arquivados no Fundo da série Indústria e Comércio os processos de registro de rótulos, os quais, diferentemente da coleção de rótulos da BN, fornecem alguns dados contextuais, catalogados no livro instrumento de pesquisa.

O acervo de rótulos do AN é composto por 1.085 rótulos do último quartel do século XIX. Estão alocados em livros-registro depositários de marcas de propriedade privada, que passam a ser protegidos por lei pela

ocasião do decreto 2.682 de 1875. Anteriormente pertencentes à Junta Comercial, tais livros passaram à custódia do AN em 2003 (Rezende, 2003). Já no setor de Iconografia da BN localizamos 936 rótulos produzidos nas duas primeiras décadas do século XX, sendo que, até o momento, não foram encontrados registros quanto à formação específica dessa coleção. Consideramos, assim, esses dois conjuntos constituintes de uma amostragem que compreende o período áureo da cromolitografia – a partir da década de 1880 (Twyman, 2013) – ao seu declínio em função do processamento fotomecânico.

O material do AN encontra-se totalmente digitalizado: a pesquisa é feita nos computadores da sala de consulta. Por motivos de conservação o pesquisador não tem acesso aos originais, mas podem ser solicitados arquivos digitais de alta resolução. Já na BN a digitalização dos originais encontra-se em processo. Apenas parte da coleção (222 rótulos) está digitalizada e disponível na base de dados (<http://bndigital.bn.br/>). O restante do material, até a ocasião desta pesquisa, ainda não havia sido catalogado ou digitalizado, sendo necessária uma permissão especial para avaliação direta dos rótulos originais, assim como para o seu registro fotográfico.

O acervo do AN está datado, conforme registro no livro instrumento de pesquisa do Fundo Indústria e Comércio, que também traz informações do produtor e do estado, embora não da oficina litográfica. No acervo da BN, a maior parte das amostras não está datada e nem sempre dispomos das informações completas. Mas eventualmente identificamos a oficina litográfica, seja por ela estar grafada no impresso, seja por anotações ou por carimbos no verso.

Em ambos os acervos, o que vemos são conjuntos heterogêneos de rótulos da indústria alimentícia (chocolates, biscoitos e manteigas), tabagista (fumo, cigarros e charutos), farmacêutica (tônicos, xaropes, vermífugos, etc.), de bebidas (cervejas, vinhos, licores, etc.) e de perfumaria (sabonetes, cremes e loções), produzidos em técnicas diversas como tipografia, gravura em metal e litografia.

Assim, como nosso interesse principal é o processo de construção cromática em impressos litográficos de aparência multicolorida, de acordo com a definição de cromolitografia acima citada (Marzio, 1979), em nossa seleção descartamos: a) os rótulos produzidos em outras técnicas; b) os rótulos litográficos em uma ou duas cores, ou que apresentavam poucas misturas de cor. Do conjunto restantes, foram selecionados com base em sua maior elaboração gráfica 100 rótulos produzidos por cromolitografia, sendo 20 do AN e 80 da BN. Estes espécimes compõem o corpus da pesquisa.

3 PRIMEIRA COMPREENSÃO TÉCNICA E CONCEITUAL DO CORPUS

No conjunto selecionado, a partir da observação das características iconográficas e gráficas (sendo que a estimativa do número de cores de impressão foi realizada por meio de análise visual com microscópios de

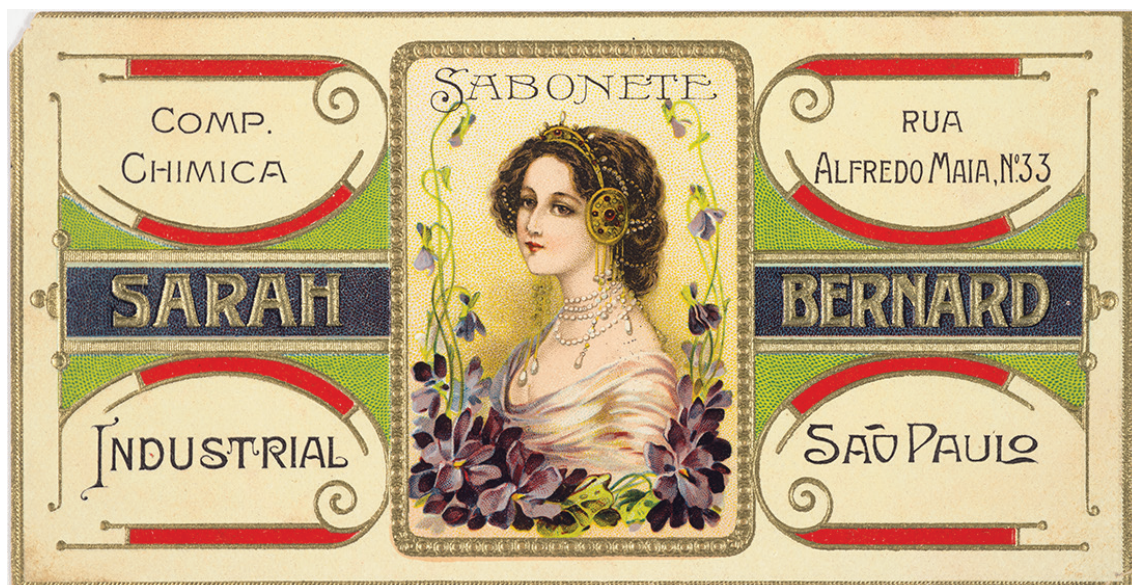
25x e 50x) foi possível estabelecer dois subconjuntos de caráter geral, que nomeamos, para fins da pesquisa, de acordo com o tipo de consumo presumido, como se segue:

- Rótulos para consumo de luxo, onde se destacam os rótulos de sabonetes, charutos e tecidos, e onde se identifica a tendência a recorrer a referências iconográficas explicitamente europeias; os elementos visuais são construídos com técnicas de pontilhado, onde avaliamos cerca de 8 a 12 cores de seleção, e também incluem recursos mais caros, como tintas metálicas e relevos.
- Rótulos para consumo popular, onde se destacam os rótulos de cigarros, bolachas e chocolates, e onde se identifica a tendência a recorrer a motivos iconográficos brasileiros; a impressão é mais econômica, sendo os elementos visuais construídos com engenhosas combinações de padrões gráficos, utilizando de 3 a 6 cores de seleção.

A título de exemplo, apresentamos um espécime de cada um desses dois conjuntos. É importante frisar que as imagens aqui reproduzidas não chegam a dar conta de todos os aspectos observados presencialmente. Não é possível reproduzir a extensão cromática ou a nitidez dos originais cromolitográficos em amostras digitais ou por meio de outra técnica de impressão, pois as características físicas da cromolitografia só podem ser de fato observadas nos impressos originais.

a. Rótulos para consumo de luxo:

Figura 2 Rótulo do sabonete Sarah Bernard, Comp. Chimica Industrial São Paulo, SP (BN). 9 cores de impressão (incluindo dourado) e aplicação de relevo seco.



b. Rótulos para consumo popular:

Figura 3 Rótulo do Cigarro Jockey, Fábrica de Cigarros Esperança, SP (BN). 3 cores de impressão.



A identificação desses dois grupos com abordagens técnicas e iconográficas distintas, leva à necessidade de procurar entender as condições e mecanismos de suas particularizações como artefatos no âmbito do consumo, incluindo o seu design e produção. Recorremos, para isso, ao conceito de *Cultura Material*, que caracteriza a área de estudos voltada para a produção material de contextos geográficos/sociais ou históricos. A Cultura Material focaliza as técnicas utilizadas na produção de artefatos, as atividades em que são usados/percebidos, os modos como afetam as pessoas, intermediando costumes, relações sociais, e conferindo significação às atividades humanas.

Atualmente, tendemos a pensar a Cultura Material como estreitamente relacionada às sociedades de consumo:

“As pessoas constroem um universo de significados através das mercadorias, usando estes objetos para tornar categorias culturais visíveis e estáveis, para implantar valores discriminadores e demarcar aspectos da sua própria identidade e da identidade alheia.” (WOODWARD, 2007, p.4, tradução nossa.)

O autor frisa que os objetos atuam como mediadores na formação da autoestima e identidade pessoal, integrando ou discriminando diferentes grupos sociais, classes ou tribos. São responsáveis assim pela estruturação de aspectos pragmáticos da vida social, podendo constituir verdadeiras chaves na transmissão de informações a respeito dos indivíduos, através da apreensão simbólica inerente ao conjunto de artefatos pelos quais as pessoas escolhem se cercar (Woodward, 2007). Nesse sentido a amostragem de rótulos desta pesquisa evidencia elementos implícitos de construção de identidades

sociais, ao mesmo tempo em que se apresentam como fatores de predileções sociais explícitas.

Pierre Bourdieu (2007) afirma que gostos são produto da educação e das origens sociais, funcionando como marcadores privilegiados de classe. Os juízos de gosto são baseados em critérios tão fechados que indivíduos de uma mesma classe social tendem a ter preferências similares e bem caracterizadas. Além disso, os grupos sociais dominantes costumam ter a autoridade para definir os parâmetros de valor cultural (por exemplo, noções do que seja ‘erudito’ ou ‘vulgar’), desvalorizando parâmetros partilhados pelas classes populares como ‘antiestéticos’.

Assim, as referências próprias da cultura erudita só têm sentido para quem é dotado dos códigos segundo os quais as obras são estruturadas, que dão acesso propriamente às suas características estilísticas: “o prazer do amor pela arte, pressupõe um ato de conhecimento, uma operação de decifração e decodificação, que implica o acionamento de um patrimônio cognitivo e de uma competência cultural.” (Bourdieu 2007, p.10) Sendo que esta lógica dos campos artísticos se reproduz no âmbito do consumo: o gosto também se torna um marcador visível das diferenças sociais, manifestando-se como ordem implícita nas estruturas de status e posição na sociedade.

Nesse sentido, podemos indicar que as diferenças entre os dois grupos de rótulos e embalagens que identificamos no corpus, buscam o reconhecimento e a identidade por parte de consumidores de classes sociais diferentes. As distinções entre os tipos e níveis de consumo correspondentes – que se baseiam em hábitos, produtos e preços diferenciados (sabão a granel X sabonetes aromatizados; ou cigarros X charutos, por exemplo), são sublinhadas pelas diferentes soluções técnico-gráficas e estratégias iconográficas.

Abordando inicialmente a resolução técnico-gráfica, temos que nos rótulos para o consumo de luxo, o detalhamento e profusão de cores, o pontilhado orgânico que dispensa contornos e transições tonais suaves remetem mais à pintura – técnica mais nobre, no sistema de belas artes, do que o desenho (Figura 4). Além disso, o uso de recursos como a tinta dourada e a aplicação de relevos são usados como elementos de valorização nas embalagens e rótulos de tecidos, sabonetes e charutos. Dessa forma, não só tornam a embalagem mais sedutora, como evidenciam um custo maior de impressão, evocando o luxo associado a riqueza.

Figura 4 Nos rótulos para consumo de luxo observa-se profusão de cores e o pontilhado manual fino proporcionam transições tonais suaves Acima: cortes em escala real. Abaixo: detalhes ampliados 2X. Da esquerda para direita: Tecidos Smith e Youle, RJ, 1888 (AN); Sabonete Perfume de Flores, A. Barcellos, RS (BN); Sabonete Sarah Bernard, Comp. Chimica Industrial São Paulo, SP (BN) e Charutos Formosa, Stender & Cia. BA, impresso pela Comp. Lith. Ypiranga (BN).



Esses comportamentos técnicos-gráficos se distanciam do conjunto de rótulos e embalagens de cigarros, bolachas e chocolates, com sua reduzida quantidade de cores e desenhos mais simples, de caráter *naïf*, definidos por contornos evidentes, e hachuras e pontilhados mais visíveis (Figura 5). Essa produção para o consumo popular apresenta tendencialmente uma maior presença das mídias de sombreamento – padronagens de linhas ou pontos de trama geométrica industrializada –, assim como a introdução da imagem fotográfica por processamento de retícula fotomecânica, técnicas com resultados mais rápidos e que, com a evolução tecnológica, tornavam-se cada vez mais baratas e difundidas.

Às diferentes complexidades técnicas dos dois conjuntos, justificadas por custos de produção adequados aos consumos respectivos, vão corresponder diferentes tratamentos gráficos de imagens e texto, aludindo a sofisticação e refinamento, ou a um caráter mais primário e rudimentar (independentemente da criatividade que pode ser constatada na busca de efeitos a partir de condições mais econômicas).

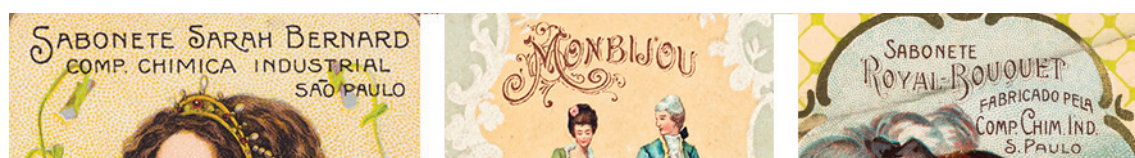
Figura 5 Nos rótulos para consumo popular temos reduzida quantidade de cores, desenhos de contorno simples, hachuras e retículas. Acima: cortes em escala real. Abaixo: detalhes ampliados 2X. Da esquerda para direita: Cigarros Cata Flores, Lorega e Cia, PR, 1889 (AN); Chocolates Caras e Caretas, Ao Moinho de Ouro, RJ, impresso pela Hartmann-Reichenbach (BN); Cigarros Jockey, Fábrica de Cigarros Esperança, SP (BN); e Cigarros Herci, Fabrica de Fumos São Salvador, SP (BN). Neste último, a imagem da menina impressa em preto já é de origem fotográfica, processada fotomecanicamente, enquanto as demais cores são desenhadas manualmente ou por mídia de sombreamento.



Quanto às estratégias de layout dos dois conjuntos, a diferença também é nítida em relação às ilustrações (estratégias iconográficas), às tipografias e às nomeações dos produtos¹. Rótulos do primeiro conjunto apresentam recorrentemente temas iconográficos ‘nobres’ e elementos decorativos que se reportam a diluições do rococó e do romantismo, assim como a grafismos *art nouveau*. As referências tendem a ser explicitamente europeias, com a eventual presença de personagens como a atriz Sarah Bernard. As nomeações eventualmente recorrem ao idioma francês (Figura 6). Um reflexo da moda e costumes adotados nas classes mais abastadas.

Figura 6 Figuras ilustres do contexto internacional (Sarah Bernard) e o idioma francês (Monbijou e Royal Bouquet) são adotados como atrativos para o consumo de luxo. Da esquerda para a direita: Sabonete Sarah Bernard, Comp. Chimica Industrial São Paulo, SP (BN), Sabonete Monbijou, C. Monteiro, RJ (BN), Sabonete Royal Bouquet, Comp. Chimica Industrial São Paulo, SP (BN).

¹ Designadas atualmente como naming.



Diferentemente das imagens com uma ‘intenção artística’, de caráter culto e afluente, presentes nos rótulos para o consumo de luxo, os rótulos e embalagens para o consumo popular apresentam imagens e tipografias menos ‘decorativas’ (há uma boa incidência de letras bastão) e imagens mais simples (Figura 7). Bourdieu (2007) destaca uma cultura visual própria do âmbito popular onde a imagem exerce uma função explícita, tendendo a se referir a um sistema de normas da moral ou do decore, cujo principio é sempre ético. “É assim que a arte e o consumo artístico estão predispostos a desempenhar, independentemente de nossa vontade e de nosso saber, uma função social de legitimação das diferenças sociais.” (Bourdieu, 2007, p.14). Além de personagens anônimos apresentando o produto ou da visão clichê do bucolismo da paisagem, destacam-se ilustrações de caráter ingênuo, como a de crianças brincando.

Figura 7 Ilustrações ingênuas de crianças brincando ou apresentando o produto e paisagens bucólicas trabalham com a empatia para o consumo popular. Da esquerda para a direita: Bonbons G. Fincato. A. Suíça, SP, impresso pela Weiszflog irmãos, 1909 (BN); Cigarros Herci, Fabrica de Fumos São Salvador, SP (BN); Bolachas e biscoitos Leal Santos, Cia Primeiros Prêmios, RS, impresso pela Hartmann-Reichenbach RJ-SP (BN).



Também vale a pena indicar em relação aos rótulos para consumo popular a tendência à utilização de temas iconográficos brasileiros. Os profissionais das artes gráficas (desenhistas, letristas e cromistas – que desempenhavam papel análogo ao dos designers de hoje) elegem e articulam elementos do discurso – imagens temáticas, personagens, práticas, gostos, tradições e costumes – para projetar a imagem de produtos nacionais e conquistar a identificação do consumidor. Sem desqualificar a qualidade de concepção e produção dos rótulos para o consumo de luxo, esta opção traz uma novidade em termos da visualidade dos rótulos e embalagens da produção nacional. No início do século XX, também a adoção de temáticas brasileiras será uma das estratégias colocadas em prática pelo primeiro modernismo brasileiro.

Mesmo mantendo um débito em relação a modelos de layout de produtos populares europeus, esses rótulos e embalagens introduzem especificidades brasileiras: paisagens (como a do Pão de Açúcar carioca), o índio (que já havia sido tematizado pelo movimento romântico brasileiro), tipos regionais (a baiana, o gaúcho), frutas tropicais (cupuaçu, graviola, manga, abacaxi), símbolos do Estado (bandeira nacional, armas da República) etc.

Figura 8 A paisagem carioca do Pão de Açúcar, tipos populares como a baiana, a bandeira e brasão de armas são utilizados nos rótulos como elementos legitimadores da identidade nacional. Da esquerda para a direita: Chocolates Caras e Caretas, Ao Moinho de Ouro, RJ, impresso pela Hartmann-Reichenbach (BN); Sabonete Bella Bahiana, Bogaret e Cia., SP (BN); Bonbons G. Fincato, A. Suissa, SP, impresso pela Weiszflog irmãos, 1909 (BN) e Frutas Frederico Lencioni. Fabricado por Frederico Lencioni, SP (BN).



4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa sobre rótulos cromolitográficos brasileiros está situada nos contextos da pesquisa de Impressos Efêmeros (Rickards, 1988) e da Memória Gráfica Brasileira (Farias, 2014), desenvolvendo áreas de interesse e métodos de abordagem que vêm se consolidando na Pesquisa Histórica do Design. Visa contribuir: a) para o levantamento de uma extensa produção nacional ainda pouco explorada, da qual é apresentada uma seleção de caráter exemplar; b) uma contextualização geral dessa produção; c) uma análise técnico-gráfica preliminar de espécimes selecionados; d) uma análise iconográfica preliminar do mesmo conjunto de espécimes, relacionando também com as áreas da Cultura Material e a articulação da Identidade Nacional.

Refletir sobre as características que nos fazem reconhecer estes artefatos no contexto de legitimação de classes sociais, revela uma estratégia implícita na criação destes rótulos, afirmando a consciência das características de elaboração técnica como atributo qualificador de propriedades simbólicas. Recursos gráficos e iconográficos funcionam como estratégias de distinção, identificação entre grupos de consumo e classes sociais. Escolhas iconográficas e técnicas de desenho e construção cromática, demonstram abordagens gráficas diferenciadas de acordo com tipologias de produtos.

Se imaginarmos uma escala de progressão da qualidade técnica a partir da complexidade da elaboração gráfica e da quantidade de cores empregadas, os rótulos cromolitográficos para consumo de luxo e para consumo popular estariam em polos opostos. Os produtos para consumo popular, como cigarros e bolachas, que empregam de 3 a 6 cores em suas embalagens, referem-se a uma produção impressa mais

prática e econômica. Já os produtos destinados ao consumo de luxo, como sabonetes e charutos, ao adotar de 8 a 12 cores de impressão, relevos e tintas metálicas, caracterizam impressos mais elaborados, com maior investimento financeiro e complexidade técnica. Antes do amadurecimento da publicidade, as intenções comerciais vão determinar impressos com qualidades diferenciadas visando a identificação com públicos específicos. Segundo Lima, “a embalagem era o principal meio de propaganda junto ao consumidor reunindo os elementos narrativos, que atualmente estão nas campanhas de publicidade, com os de identificação do produto.”(Lima, 1998, p.120)

Reconhecemos a influência de técnicas e padrões estéticos estrangeiros, tanto nos atributos mais elaborados e complexos dos produtos destinados às classes abastadas, como na adoção de padrões de um *kitsch* popular para os produtos destinados às classes populares. Nos primeiros, desenhos de elaboração complexa e referências a personagens e temáticas estrangeiras são mais pronunciados, enquanto nos últimos, o tratamento gráfico mais simples, desenhos de contorno evidente, aliados à tendência à adoção de temas iconográficos nacionais, afirmam-se progressivamente como uma estética que passa a ser identificada como brasileira.

Acreditamos que o levantamento e investigação deste tipo de material histórico, tendo em vista as abordagens gráficas/iconográficas, pode contribuir para a compreensão da complexidade de fatores que interagem na formação da cultura visual brasileira. Pesquisas com preocupações semelhantes relativas à rótulos em litografia podem ser exemplificadas nas dissertações *Cinco Décadas de Litografia Comercial no Recife: Por uma história das marcas de cigarros registradas em Pernambuco, 1875-1924* (Lima, 1998), *Do projeto gráfico e ideológico: A impressão da nacionalidade em rótulos oitocentistas brasileiros* (Rezende, 2003), ou nos livros *Marcas do Progresso* (Heynemann et al, 2009) e *Imagens Comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases* (Campello et al, 2011) – que reúne um grupo de pesquisadores do Departamento de Design da UFPE. O estudo de rótulos e das técnicas litográficas demonstra-se assim uma rica fonte para pesquisas para a História do Design Brasileiro.

Juntamo-nos a estes esforços de pesquisa, buscando aqui contribuir mais especificamente na caracterização das técnicas adotadas na cromolitografia brasileira, esclarecendo também seus objetivos de utilização. O resgate dos citados rótulos, assim como das técnicas empregadas, colaboram para a valorização da produção nacional da virada do Século XX e para a compreensão dos complexos processos de construção de cor impressa aqui já praticados. Esta análise visa colaborar também com bases mais técnicas de identificação para outros pesquisadores que trabalhem com este tipo de material histórico.

Encontramos nestas fontes primárias valores técnicos e culturais significativos e característicos de uma iniciante produção nacional, que promovem uma formação mais consistente da cultura do design

no país. O resgate desta memória enriquece nosso imaginário, a contextualização de nossos hábitos sociais e fortalece nosso sentido histórico e cultural.

Os próximos passos desta pesquisa preveem: a) a consolidação de metodologia de documentação e análise técnica de impressos cromolitográficos, com base em registro fotográfico em escala real e microscópica, visando a demonstração das estratégias de construção cromática desse tipo de impresso; b) desenvolvimento e consolidação da análise técnico-gráfica do corpus estabelecido; c) desenvolvimento e consolidação da análise iconográfica desse corpus; d) consolidação de um panorama a respeito da produção cromolitográfica de rótulos e embalagens no Brasil do final do século XIX e início do século XX.

NOTA: Todos os rótulos apresentados neste artigo (Fig.2 - Fig.8) são reproduzidos com autorização da Fundação Biblioteca Nacional e Arquivo Nacional.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Helena de. **Em busca da aura: dinâmicas de construção da imagem impressa para a simulação do original**. 2008. 204f. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2008.
- CAMPELLO, Silvio Barreto; ARAGÃO, Isabella (org.). **Imagens comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases**. Recife: Néctar, 2011.
- BIBLIOTECA NACIONAL DIGITAL. Disponível em <<http://bndigital.bn.br/>> Acesso em 14 de Junho de 2014.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007 [1979].
- CHROMOLITHOGRAPHY Prints - Why they are considered 'originals'. Disponível em <<http://www.tssphoto.com/2009/12/26/chromolithography-prints-how-they-are-made/>> . Acesso em 15 mar. 2015.
- FARIAS, Priscila L. **On graphic memory as a strategy for design history**. In: BARBOSA, Helena & Calvera, Anna (Eds.). Tradition, transition, trajectories: major or minor influences. [Proceedings of the 9th International Committee for Design History and Design Studies]. Aveiro: UA Editora, 2014.
- HEYNEMANN, Claudia Beatriz; RAINHO, Maria do Carmo Teixeira; CARDOSO, Rafael. **Marcas do Progresso**. Consumo e design no Brasil do século XIX. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.
- LIMA, Edna Cunha. **Cinco Décadas de Litografia Comercial no Recife: Por uma história das marcas de cigarros registradas em Pernambuco, 1875-1924**. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 1998.
- MEGGS, Philip B., PURVIS, Alston W. Meggs. **History of Graphic Design**. New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2012.
- MARZIO, Peter C. **The Democratic Art: Chromolithography 1840-1900**, pictures for a 19th-century America. Boston: David R. Godine Publisher, 1979.

REZENDE, Livia Lazzaro. **Do Projeto Gráfico e Ideológico**. A impressão da nacionalidade em rótulos oitocentistas brasileiros. Dissertação de Mestrado. Rio de Janeiro: PUC-Rio, 2003.

RICKARDS, Maurice. **Collecting printed ephemera**. Oxford: Phaidon/NY: Abbeville, 1988.

TWYMAN, Michael. **A History of Chromolithography: printed colour for all**. London: British Library, 2013.

WOODWARD, Ian. **Understanding Material Culture**. Londres: Sage Publications, 2007.

Sobre os autores

Helena de Barros (Doutoranda)

<helenbar@helenbar.com>

Centro de Tecnologia e Ciências
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
PPDESDI Programa de Pós-Graduação em Design
UERJ Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Washington Dias Lessa (DSc)

<washington.lessa@gmail.com>

Centro de Tecnologia e Ciências
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
PPDESDI Programa de Pós-Graduação em Design
UERJ Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Edna Cunha Lima (Doutora)

<ednacunhalima@gmail.com>

Centro de Teologia e Ciências Humanas
DAD Departamento de Artes & Design
PUC-Rio Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Guilherme Cunha Lima (PhD)

<gecunhalima@globo.com>

Centro de Tecnologia e Ciências
ESDI Escola Superior de Desenho Industrial
PPDESDI Programa de Pós-Graduação em Design
UERJ Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Edição especial P&D2016

Artigo recebido em 23/09/2016

Artigo aceito em 30/09/2016