

## **MEMÓRIA GRÁFICA: UMA INVESTIGAÇÃO SOBRE A LINGUAGEM GRÁFICA DOS RÓTULOS DA CERVEJA BRAHMA NO PERÍODO 1900 A 1960**

Mariana Alves Correia (IC) e Andréa de Souza Almeida (Orientadora)

**Apoio:** PIBIC Mackpesquisa

### **RESUMO**

Os impressos produzidos com a intenção de descarte imediato, são conhecidos como efêmeros, possuem linguagens visuais que transmitem informações com significados. O Brasil não tem um sistema de catalogação de efêmeros, nem mesmo nas grandes instituições de acervo. Por isso dada a possibilidade de utilizar o design gráfico como ferramenta, a presente pesquisa tem por objetivo analisar rótulos da Cervejaria Brahma no período de 1900 à 1960. Foram considerados os aspectos formais, funcionais e simbólicos presentes nos rótulos escolhidos. De um total de 49 rótulos, levantados, selecionou-se 14. A construção teórica dos textos foi elaborada a partir de autores fundamentais à área do design. Esta pesquisa tem como principal objetivo investigar a estrutura e linguagem visual dos rótulos escolhidos, e como fazem parte da memória gráfica nacional brasileira do período. As comparações elaboradas indicam que em uma mesma década pode ser apresentada mais de uma linguagem diferente entre si, referências que foram importadas para compor a linguagem gráfica brasileira ainda em construção na época.

**Palavras-chave:** Memória gráfica. Efêmeros. Rótulos Cervejaria Brahma.

### **ABSTRACT**

Printed materials which are produced with the intention of being discarded immediately are known as ephemerals, and many times retain visual language that transmits information in symbolic meaning. Brazil does not have a catalog system for these ephemerals. Therefore, considering the use of graphic design as a tool, this study aims to analyze the product labels of Cervejaria Brahma from 1900 to 1960. The study considers the formal, functional and symbolic aspects present in the chosen labels. From a total of 49 labels we have chosen 14. The theoretical construction of the text was elaborated based on the works of fundamental authors in design. This study aims to investigate the structure and visual language of the chosen labels and reflect on how they transmit stories and are part of the Brazilian national graphic memory of the period. These comparisons indicate that a single decade may bring more than one language and different aspects within it, references which were imported to compose a Brazilian graphic language which is still under construction.

**Keywords:** Graphic memory. Ephemerals. Labels Cervejaria Brahma.

## 1. INTRODUÇÃO

Nunca antes na história da humanidade houve tamanho volume de mercadorias e embalagens. Por isso, para organizar a informação sobre os produtos (texto, imagem, procedência, marca) e fazer com que de forma rápida houvesse a identificação do conteúdo, surgiram os “rótulos” (Humbert, 1972 apud Almeida e Coutinho, 2013, p.1).

Além deste papel fundamental, este artefato adquiriu através dos séculos outras funções informativas e estéticas, seja para atender ao consumidor, ao produtor ou mesmo às exigências do mercado. O crescente número de produtos no Brasil, no final do século XIX, fossem estes internos ou estrangeiros, fez com que começassem as exigências quanto à identificação dos mesmos. O decreto 3.622 de 26 de março de 1900, por exemplo, exigia que até mesmo as bebidas acondicionadas em barris destinadas à venda a varejo, fossem seladas com a marca do produto antes de iniciar-se a comercialização (2013, p.1).

Além disso, os rótulos representam os aspectos históricos do período, particularidades do público e discursos do comércio de inserção. Conforme Humbert (1972, apud ALMEIDA; COUTINHO, 2013, p. 2)

[...] as mudanças que têm surgido ao longo dos anos nas rotulagens, de um modo geral, são devidas a três fatores: o desenvolvimento das técnicas de reprodução; o gosto dos diferentes períodos e, por último, as pesquisas de mercado científico, que adicionaram uma condicionante para o papel da etiqueta.

Como aponta Silvio Barreto Campello e Isabela Aragão (apud COUTINHO, 2011, p. 33) “A produção de rótulos é um dos setores mais produtivos da indústria gráfica desde o período colonial no Brasil.” De acordo com Coutinho (2011, p. 33) “Estudar a rotulagem, do ponto de vista do Design, é também estudar as tendências do comércio e da indústria.” Sendo assim, os rótulos são essenciais para venda e compra de produtos e composição da retórica da persuasão. A palavra “rótulo” pode ser tranquilamente substituída por “efêmero”. Segundo Rafael Cardoso

São efêmeros todos os impressos produzidos com a intenção de descarte rápido - ou seja, tudo, menos os livros. [...] No sentido estrito, porém, costuma-se reservar o termo para designar os materiais ligados à vida cotidiana que não seriam preservados pela lógica tradicional das bibliotecas [...] (2009, p 11).

Como esse tipo de impressos têm vida útil calculada, pouco se nota e se estuda a respeito das relações entre o efêmero e vida cotidiana das pessoas.

A maioria das pessoas só percebe o efêmero quando ele é retirado de seu contexto e colocado, por exemplo, em um livro. Até mesmo por essa relativa invisibilidade, eles são espelhos extremamente reveladores de sua época. [...] refletem costumes e opiniões com uma informalidade e vivacidade impensadas, que faltam, muitas vezes, às fontes impressas mais consideradas (CARDOSO, 2009, p.11 e 12).

Além de estilos e das dimensões da vida cotidiana de uma época, os efêmeros são fonte preciosa para o estudo do design gráfico, pois possibilitam refletir sobre a linguagem visual de cada período, os usos, a evolução das técnicas gráficas e a relação entre linguagem visual e técnicas gráficas distintas.

É importante contar a história da cervejaria Brahma, para isso foi retirado do catálogo Memória Viva que pertence à Ambev (*Americas' Beverage Company*). A marca Brahma surgiu em 1888 e foi fundada pelo suíço Joseph Villager mas se chamava Manufatura de Cerveja Brahma. Seis anos depois, o controle da cerveja foi adquirido por Georg Maschke. Determinado a continuar produzindo a então famosa cerveja Fraziskaner-Bräu, ele manteve o nome Brahma no título da companhia: Georg Maschke & cervejaria Brahma. Em 1904, a empresa uniu-se à firma Preiss, Häussler & Cia. (fabricante da marca Teutônia) e originou a companhia da cervejaria Brahma. Dentre as marcas comercializadas na época destaque para a München, a Bock-Ale, Guarany e a Brahma. Sempre ousada, a empresa adquiriu, em 1910, os primeiros caminhões para distribuição de suas marcas. Não eram poucas: Fidalga, ABC, Ypiranga, Brahma Bock, Crystal Suprema, Chopp Rápido Expresso, Brahma Bier branca, Mascote, Negrinha, Tetéia e Alemanha. Todas tiveram os rótulos ilustrados pela imagem de frades ou de uma estrela dourada, com seis pontas, em um copo de chope no centro. A estrela aliás, tem uma história curiosa: ela era usada como uma espécie de padrão pelos estalajadeiros da Idade Média, indicando as casas onde haviam boas condições de acomodação. Quando os produtores de cerveja se uniram em associações de classe, resolveram adotá-la, porque era um sinal de qualidade reconhecido pelo público. O sistema foi trazido ao Brasil pelos técnicos cervejeiros alemães, que aqui chegaram em 1891.

Em 1914, os rótulos e propagandas da Brahma seguiram a temática de Belle Époque e Art Nouveau. Mais tarde, porém, a empresa buscou maior identificação com o consumidor brasileiro. Cartazes com imagens carnavalescas, ilustraram a primeira tentativa nesse sentido.

Atualmente a Brahma faz parte do grupo Ambev e é uma das marcas de cerveja mais consumida no Brasil.

## 1.1 PROBLEMA

A partir do exposto sobre o papel dos efêmeros para o estudo do design gráfico e dada a necessidade do levantamento e análise de efêmeros no Brasil, este projeto de pesquisa pretende investigar a linguagem gráfica de rótulos da Cerveja Brahma no século XX, mais especificamente entre 1900 e 1960, refletindo as motivações das semelhanças e diferenças, permanências e mudanças encontradas nos mesmos.

Essa questão implica em investigar o design a partir do cruzamento de várias frentes diferentes: a natureza das técnicas gráficas utilizadas, a referência à estilos e estéticas do período. Ou seja, implica em colocar como questões que guiam o estudo: Como a composição de rótulos de bebidas no período estudado condicionava escolhas de elementos gráficos, como desenhos de letras, ilustrações e cores? Quais as relações de motivos, temas ou estilos entre os rótulos da cerveja Brahma? Será que é possível e coerente analisar os rótulos sob teorias como psicologia das cores e sintaxe da linguagem visual?

## **1.2 JUSTIFICATIVA**

Nas décadas contempladas nesse estudo, deve-se considerar alguns acontecimentos importantes. Apesar do Brasil manter sua principal característica econômica como ator no cenário global, a de país exportador de gêneros agrícolas, o cultivo do café desloca o polo econômico para o Sudeste do país e, com ele, vem a imigração europeia, a atividade industrial e o crescimento das cidades, como São Paulo e Rio de Janeiro. Inspiradas nas cidades europeias sonhadas pela burguesia, São Paulo e Rio de Janeiro modernizavam-se: surgiam trens, bondes, eletricidade, telefone, automóvel, calçamento, praças, parques e os primeiros arranha-céus (FAUSTO, 2012).

Como em muitas cidades europeias, São Paulo e Rio de Janeiro também viveram o crescimento urbano, um aumento notável na população, em função do fluxo de pessoas que vinham em busca de trabalho assalariado nas fábricas e nas cidades. Com a possibilidade de receber pelo ofício, era possível para os habitantes adquirir bens e com isso o consumo de mercadorias e, conseqüentemente, de efêmeros, teve um crescimento significativo. Mas é importante destacar que, de maneira diversa ao que ocorria na Europa, onde a disseminação da impressão ocorrera a partir do século XV, com a invenção da impressão de tipos móveis de Gutenberg, no Brasil a situação era outra. De acordo com Joaquim Marçal Ferreira de Andrade

Durante mais de três séculos, imprimir foi algo estritamente proibido em nosso território. Ocorreram, aqui e ali, pequenas transgressões, todas sem maiores conseqüências para o progresso local das artes da impressão. Somente após a chegada da Corte portuguesa em 1808, por ocasião da transferência de sua sede para o Rio de Janeiro e da instalação da Impressão

Régia, é que os estabelecimentos gráficos – no princípio, essencialmente tipográficos – passaram a funcionar em nosso país (2009, p. 45).

Com a industrialização no século XIX, e já permitida a impressão no Brasil, houve a ampliação do público leitor, o que propiciou o surgimento de novos impressos, como revistas, catálogos, embalagens e cartazes. (CARDOSO, 2008, p.48) Cardoso afirma que o “(...) aperfeiçoamento subsequente de técnicas, máquinas e organização do trabalho deu existência a uma verdadeira indústria gráfica, a qual já se encontrava consolidada em nível mundial em fins do século XIX” (2009, p. 67).

Os processos gráficos de reprodução contam a história do design, não só de efêmeros. No Brasil, na passagem do século XIX para o século XX, os rótulos comerciais e embalagens de produtos já apresentavam um alto padrão de aperfeiçoamento gráfico e a intenção de fixar junto ao público consumidor uma determinada identidade visual já era uma preocupação de algumas empresas (CARDOSO, 2009, p.132). Porém, até 1875, o Brasil não previa registros de nomes e imagens. Somente após um caso de plágio, em 1873, é que foi confirmada a necessidade de proteger marcas comerciais. Com a possibilidade de registro, os impressos efêmeros, desde 1962 começaram a dar nomes e visibilidade para os produtos.

Já possíveis de serem registradas, as marcas criaram a ideia de produtos “exclusivos”, com garantia de origem através de uma linguagem peculiar. Introduziram apelos de sedução para incluir segmentos específicos de público. Isso porque os rótulos passavam a possibilidade de todos terem acesso ao que sempre fora restrito a poucos (CARDOSO, 2009, p.17). Tudo isso para conquistar novos comércios, superar a barreira da cultura e da língua, sem deixar de lado a condição que os distinguiam dos concorrentes.

Não se pode esquecer que a utilização de impressos muito específicos e especializados está diretamente ligada às necessidades que se modificam segundo a época e lugar. Devemos considerar também que o surgimento de uma nova tecnologia em um contexto não adequado é incapaz de recebê-la, faz com que esta seja desprezada ou ignorada (CARDOSO, 2008, p. 56).

### **1.3 OBJETIVOS**

O Brasil não possui uma catalogação sistematizada de efêmeros. Diante do exposto, fica evidente que eles nos ajudam a compreender aspectos sociais, comerciais, gráficos, cotidianos e históricos. Estudando os rótulos de garrafas de cerveja no período de 1900 à 1960 o presente trabalho, propõe-se aos seguintes objetivos específicos: pesquisar os rótulos da Cerveja Brahma no Arquivo Histórico Nacional, registrados na Junta Comercial do Rio de Janeiro, na época compreendida pela pesquisa; analisar as relações entre texto e imagem (cor, textura, sobreposição, tipografia, composição), para identificar

semelhanças com determinados estilos dentro do panorama da arte e do design da época; e por fim, compreender a linguagem visual dos rótulos da cerveja Brahma nas décadas específicas.

## **2. REFERENCIAL TEÓRICO**

Os parâmetros das análises seguiram três aspectos fundamentais ao design gráfico: o primeiro qualificado como formal ou sintático, compreendido na análise da linguagem visual, diagramação do rótulo e seus elementos. Entre eles, a tipografia, por ser uma ferramenta com a qual o conteúdo ganha forma, a linguagem ganha um corpo físico e as mensagens ganham um fluxo social. “A tipografia é uma tradição em andamento que mantém você em contato com outros designers – do passado e do futuro” (LUPTON, 2013, p. 5). O segundo elemento visual se traduz na hierarquia de informações; os demais, formato e processo de impressão. O referencial de análise foi a teoria da Gestalt com os autores: Ellen Lupton (2013), Donis A. Dondis (2007), Luciano Guimarães (2001) e Eva Heller (2015).

O segundo aspecto é o funcional ou pragmático, que se configura com as funções do efêmero no período. Para contextualizar e refletir esse aspecto, o autor Rafael Cardoso, foi fundamental

O uso consciente do projeto como meio de conjugar linguagem, redirecionar informações e criar identificação com o público constitui o mote central dos ensaios de Aline Haluch, Julieta Costa Sobral e Rafael Cardoso, Se desde o século XIX há vestígios de atividades projetuais no Brasil, pode-se dizer que a década de 1920 marca um primeiro ponto do seu amadurecimento, com o uso mais sistemático do projeto gráfico como fator de apelo comercial (CARDOSO, 2005, p. 13).

O terceiro e último aspecto é o simbólico ou semântico, é a identificação de estilos e sensações apresentadas pela composição. Isso pode ser verificado através das cores.

É aqui que encontramos algumas variantes nos códigos primários de percepção das cores, pois as projeções dos estímulos cromáticos para a área pré-frontal, hipotálamo e o sistema límbico completam a percepção consciente e emocional da cor, dessa forma, um mesmo estímulo é interpretado de maneira variada por diferentes indivíduos (GUIMARÃES, 2000, p. 47).

Ou seja, a percepção e sentimentos que nos são despertados ao olharmos, são fisiológicas também, podendo ter significados diferentes desde quando foi criado até o momento.

## **3. METODOLOGIA**

O primeiro passo da pesquisa foi encontrar os efêmeros, isto é, os rótulos. E para isso, foi feito um levantamento ao Arquivo Histórico da Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro (BN) dos rótulos da Cerveja Brahma registrados na Junta Comercial da cidade, já que a Brahma é uma cerveja carioca. O contato foi eficaz e via e-mail foi disponibilizado, de maneira gratuita, todos os rótulos da Cervejaria Brahma que a Biblioteca Nacional possuía, porém sem as respectivas datas e autores.

Para enriquecimento do projeto, o escritor e historiador de arte e design e autor base de referência para este trabalho, Rafael Cardoso Denis retornou um contato, via *Facebook*, e sugeriu que fosse feita uma pesquisa junto à Fundação Joaquim Nabuco (Fundaj), em Recife, porém a fundação não possuía nenhum material solicitado. Segundo Rafael, a Biblioteca Nacional e a Fundaj são as duas maiores instituições com acervo de rótulos de cerveja do Brasil.

Em uma visita feita ao escritório da Ambev, grupo da qual a Brahma faz parte, no Itaim Bibi em São Paulo, foi permitido acesso ao catálogo de rótulos e à história da marca, o que ajudou a definir as datas dos rótulos, pois vieram da fonte sem identificação de período. Após datar o material, um quadro foi montado com todos os 49 efêmeros coletados, isso para visualizar de forma geral as composições e começar a aproximá-los. Em seguida, as imagens foram separadas por décadas, baseada nas informações levantadas na Ambev. Alguns períodos possuíam um número considerável de material comparado à outros, por isso, a quantidade de rótulos estudados por década ficou em torno de 2 a 3 composições.

Os critérios utilizados para selecionar quais rótulos seriam analisados em cada década foi comparativo. Observou-se quais semelhanças e diferenças os efêmeros teriam entre si, levando em consideração aspectos formais e simbólico, e a partir dessa seleção, aproximá-los de forma a tornar possível a comparação sob as diretrizes definidas para o projeto. Ao fim desse processo, 14 rótulos serviriam como base de análise.

Com um número reduzido e selecionado de material, iniciou-se a elaboração do conjunto de parâmetros a serem considerados nas análises individuais e comparativas dos rótulos da cerveja Brahma. As análises detalharam a linguagem visual gráfica, com subsídio de autores como: Ellen Lupton no quesito tipografia; Luciano Guimarães e Eva Heller no entendimento do significado das cores; Sintaxe da Linguagem Visual de Donis Dondis para refletir sobre a diagramação e os significados dos símbolos. E na questão histórica, Rafael Cardoso como autor principal. Foram realizadas análises dos rótulos de cada período e posteriormente a comparação dos mesmos.

#### **4. RESULTADO E DISCUSSÃO**

##### **ANÁLISES DESCRITIVAS**

As análises apresentadas a seguir, seguem dois vieses de investigação: descritiva e comparativa. A primeira possibilita a comparação de elementos isolados, evidenciando semelhanças e diferenças entre os rótulos, abrindo espaço para uma dedução mais completa. A segunda formaliza as observações da análise individual a fim de traçar uma lógica que justifique os efêmeros no período a qual pertencem.

### Rótulos de 1900

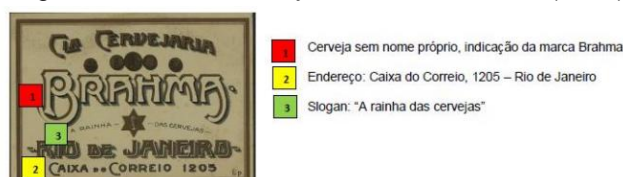
Figura 1 – Rótulo Cerveja Brahma 10x14 cm (1900)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Moldura única vermelha, ornamentos, faixas, motivos florais e feminino, características do estilo Art Nouveau. Uso de diferentes tipografias para composição, porém nem todas muito legíveis, caso da primeira tipografia no topo, única serifada quebrando o padrão sem serifa das demais. Há um grid hierárquico de informação bem definido, tanto que o nome “Brahma” é a primeira informação que chama atenção, seguido do fabricante e endereço que estão em corpo maior e em caixa alta, disposição equilibrada quanto ao preenchimento do espaço, característica do Estilo Vitoriano; a quantidade exagerada de informação defini a composição visual como complexa. Percebe-se o uso da profusão, “técnica de enriquecimento visual associada ao poder e à riqueza” (DONDIS, 1997, p. 146), para demonstrar a variedade de cores e tipografia que a empresa possuía em um período no qual a produção gráfica demandava muito trabalho. As cores utilizadas são o vermelho, marrom, verde, dourado, azul. Ainda sobre o nome da cerveja, escrita em caixa alta e em vermelho, uma cor agressiva. “O vermelho predominante no campo visual formaria uma imagem mais forte” (GUIMARÃES, 2000, p. 114). A única ilustração do rótulo é uma mulher sobre um barril de cerveja, aparentemente festejando com uma caneca na mão, a imagem da mulher com traços europeus nos remete à tradição da cervejaria europeia.

Figura 2 – Rótulo Cerveja Brahma 10x14 cm (1900)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Este rótulo possui moldura dupla, traço espesso e fino, e características do Estilo Vitoriano, uso da diagramação centralizada e simétrica, tipografias elaboradas e

complexas, variações exageradas de pesos e tamanhos. Além da mistura de mais de um tipo de fonte com contorno e sombra nos tipos. O rótulo é basicamente tipográfico. É uma composição visual simétrica e equilibrada. Tem como função basicamente informar e se utiliza da minimização como sendo “uma abordagem muito abrandada, que procura obter do observador a máxima resposta a partir de elementos mínimos” (DONDIS, 1997, p. 147). O símbolo da estrela de 6 pontas com uma taça de cerveja no centro, se encontra posicionado entre o logotipo Brahma e a cidade de origem. As cores utilizadas foram dourado e bege, mescladas na tipografia.

Figura 3 – Rótulo Cerveja Franziskaner - Bräu 10x14 cm (1900)



- 1 Cerveja com nome próprio, indicação da Cia Brahma
- 2 Endereço: Rua Visconde de Sapucaý, 140, 142 - Rio de Janeiro
- 3 Frase de identificação de fabricante e engarrafamento: "Engarrafada e fabricada na..."

Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Moldura tripla e características do estilo Art Nouveau, ornamentos compostos de formas contínuas e sequenciais em todo o rótulo, molduras decoradas e arabescos em todos os espaços do efêmero, dando suporte à tipografia e criando linhas abaixo das mesmas. Destaque para o nome da cerveja em *bold*, fazendo com que seja a primeira informação a ser percebida dentro do grid hierárquico. A composição é simétrica e simplificada, preenchida de texto com finalidade informacional. Não há ilustrações, mas observa-se uma estrela de 5 pontas como separador de informações no endereço. O preto foi a única cor utilizada sobre o papel. A justificativa pode ser pela citação de Eva Heller: “o preto é a quintessência da simplicidade e da elegância” (2013, apud VERSACE, p. 141).

A cerveja tem um nome aparentemente alemão e isso é confirmado pela sua origem. Em 16 de agosto foi feita a transferência das marcas de cerveja Brahma para a firma “Georg Maschke e Cia- Cervejaria Brahma. Sendo a primeira criada pelo alemão Georg Maschke a cerveja Franziskaner Brau foi registrada (PORTAL CERVISIA).

## Rótulos de 1910

Figura 4 – Rótulo Cerveja Supimpa 10x14 cm (1910)



- 1 Cerveja com nome próprio, indicação da Cia Brahma
- 2 Sem endereço com ênfase nas cidades: Rio de Janeiro e São Paulo (Pode indicar início de fabricação em outro estado ou comércio entre os estados do Brasil)

Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Este efêmero pode ser dividido em 3 principais formas, o limite retangular do papel, um retângulo de cantos arredondados no centro e sobre ele, um losango com cantos

arredondados e com moldura. Essa sobreposição de formas ajuda a organizar a hierarquia das informações. Primeiro a atenção é atraída para losango em verde escuro no centro do rótulo, que traz o nome da cerveja em forma de *lettering* na cor branca. O fato do losango principal estar sobre um fundo vermelho, faz com que este tenha destaque em primeiro plano, em seguida o olhar fixa em faixas que destacam a natureza do produto (cerveja) e fabricante (Cia Cervejaria Brahma) na borda da forma principal. “O vermelho é ativo, é dinâmico” (HELLER, 2013, p. 72) e para equilibrar esta força que essa cor tem, usou-se verde que é a cor complementar do vermelho. Além do mais o verde é uma cor intermediária, nem quente (vermelho), nem fria (azul), mas de temperatura agradável (HELLER, 2013), o que pode explicar a predominância em vários tons no rótulo em questão. É uma composição simétrica, mas complexa diante de tantos elementos visuais. Observa-se a aparição do selo com a estrela de 6 pontas e a taça de cerveja no centro, mas dessa vez posicionada dentro de um círculo branco e com os dizeres “marca registrada”, identificando que essa é a “garantia” da marca da cerveja de qualidade.

Figura 5 – Rótulo Cerveja Teutonia 10x14 cm (1910)

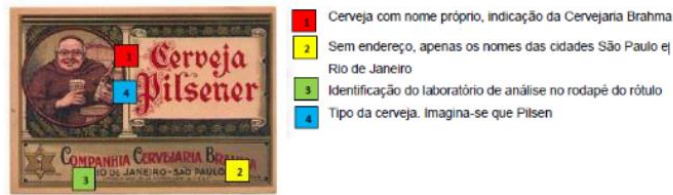


Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Este rótulo não possui moldura, o fundo é de cor única, mas há dois blocos separados, um maior com quase toda a comunicação e o outro indicando a categoria da cerveja. Características do estilo vitoriano estão presentes nesta composição, uso de tipografias elaboradas e complexas com variações exageradas de pesos e tamanhos, mistura de mais de um tipo de fonte e estilos tipográficos, espaço com elementos decorativos como faixas. Há uma referência, possivelmente, à tipografia gótica, basta olhar detalhadamente o “T” do nome Teutônia. No lado esquerdo do rótulo há uma figura de um homem montado em um cavalo, com uma caneca de cerveja na mão e um mastro erguido na outra. Na ponta do mastro encontra-se o selo da estrela de 6 pontas com a cerveja no centro, com uma sombra branca de contorno. Há um selo diferente, o selo marca da fábrica, como se fosse um brasão. A ilustração pode fazer alusão à São Jorge montado em seu cavalo, quase como se representasse a cerveja de forma “santa”. A cor predominante é o verde em vários tons e isso cria uma atmosfera bucólica, suave. “Tudo o que é verde transmite uma sensação de frescor. [...] O verde tem muito sabor” (HELLER, 2013, p. 109).

## Rótulos de 1920

Figura 6 – Rótulo Cerveja Pilsener 12x14 cm (1920)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

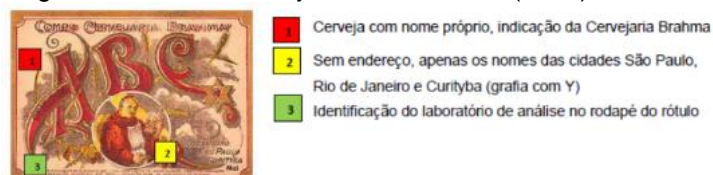
Este rótulo tem moldura espessa e preenchida. O grid da composição é bem definido com limites geométricos organizando a informação, a comunicação fica mais clara para o observador. Dividido em dois blocos, o retângulo maior, contém a ilustração e o nome da cerveja, escrito em um pergaminho com letras góticas e detalhe para a letra capitular decorada. Pelo nome ser Pilsener, pode-se deduzir que o tipo de cerveja era Pilsen.

Considerando que os hemicampos visuais são projetados nos centros visuais opostos e que o hemisfério esquerdo é o responsável pelo reconhecimento verbal da imagem e o direito pelo reconhecimento visual, com a imagem à esquerda e a frase à direita, a informação terá mais eficiência do que na disposição contrária (GUIMARÃES, 2000, p. 51).

No canto esquerdo do rótulo, a imagem de um frei aparece segurando uma garrafa e um copo de cerveja em frente aos barris, fazendo alusão à origem da cerveja. Ao lado da imagem, um pergaminho com o nome da cerveja. Considerando a explicação de Luciano Guimarães, o olho percebe primeiro a imagem, em seguida o pergaminho e por último o rodapé.

No canto esquerdo do rótulo, a imagem de um frei aparece segurando uma garrafa e um copo de cerveja em frente aos barris, alusão à origem da cerveja. No fundo do rótulo aparecem os ingredientes da cerveja, lúpulo e cevada sobre fundo escuro; e no retângulo menor inferior, nota-se o aparecimento do selo de marca registrada. De modo geral, o efêmero é composto de muitos elementos que criam uma atmosfera clássica e antiga, as cores também contribuem para isso, são usadas cores escuras, tons de dourado e bege, com vermelho fazendo o contraste.

Figura 7 – Rótulo Cerveja ABC 10x14 cm (1920)



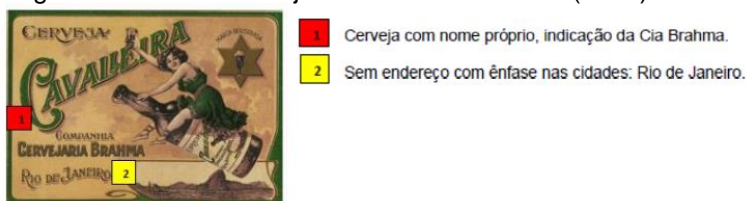
Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Rótulo com moldura dupla e com cantos detalhados. O nome da cerveja ocupa quase todo o espaço do rótulo, com grande presença do estilo *Art Nouveau*. Letras bem

ornamentadas, formas orgânicas e curvas longas e sensíveis e o uso da tipografia gestual. A composição é simétrica e representa um cenário bucólico e harmônico, através de elementos como nuvens e arabescos e da paleta cromática neutra e tons pastéis. A atividade que é a representação ou sugestão de movimento (DONDIS, 2013, p. 149) também compõe o efêmero estudado.

O curioso é o nome da cerveja, que não é uma palavra, são três letras ABC que são as três primeiras letras do alfabeto latino. Abaixo do ABC, tem a representação de um frei com uma caneca de cerveja na mão, desenhado dentro de um círculo. A presença dos freis nos rótulos de cerveja, faz menção à origem do produto, que foi criada em conventos através de experimentos dos missionários. Presente no efêmero os ingredientes principais da cerveja anexados às curvas da tipografia e dos elementos do fundo, além do selo de marca registrada.

Figura 8 – Rótulo Cerveja Cavalleira 10x14 cm (1920)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Este rótulo apresenta variedade de tipografias ornamentadas e com terminações trabalhadas. O texto disposto horizontalmente, com a quebra do nome da cerveja na diagonal. A composição é assimétrica, a ilustração em primeiro plano se estende para o título “Cavalleira”, que toma metade do rótulo à direita, retratando uma mulher com um vestido verde “montada” sobre uma garrafa. Deduz-se que a cerveja tem função metalinguística, reprodução do rótulo estudado na garrafa sobre a qual a moça está sentada. Logo abaixo da moça e da garrafa, observa-se uma paisagem do Rio de Janeiro, o Pão de Açúcar e a Lagoa Rodrigo de Freitas, cidade de origem da cervejaria Brahma. Observando o fundo com mais atenção, pode-se ver algumas formas que lembram nuvens, o que dá a entender que a “Cavalleira” está “galopado” no céu do Rio de Janeiro. Há a presença da estrela de 6 pontas com a taça de cerveja no centro e a marca registrada. A paleta de cores conta com apenas 3 cores, verde, preto e amarelo. Essas últimas formam uma base para evidenciar o verde.

### Rótulo de 1938

Figura 9 – Rótulo Cerveja Cascatinha 10x14 cm (1938)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Rótulo com moldura única e espessa. Escrita do nome da companhia em tipografia fantasia, no centro superior do rótulo em arco, porém o desenho das letras e as cores dificulta a leitura. Isso porque as terminações muito curvadas dos tipos têm a coloração preta e esse elemento atrapalha a leitura. O restante da tipografia é simples sem serifa e todas em caixa alta e versalete. A imagem principal é um vaso semelhante aos vasos gregos, com alças superiores em forma de cabeças de homens que parecem ter caudas para formar as alças do vaso, se assemelham a tritões, que são criaturas marinhas e a cerveja tem essa nota de água. No centro do artefato, um círculo com uma cascata e vegetação, justifica o nome da cerveja. A Cascatinha Taunay fica localizada na entrada do Parque Nacional Floresta da Tijuca, vindo pelo Alto da Boa Vista, no Rio de Janeiro (PORTAL TIME OUT), sendo assim este rótulo pode ser uma homenagem a esse ponto turístico. Dos lados do círculo mulheres, crianças e guerreiros com escudo, fazem a “proteção” da cascata. O selo de marca registrada não é mais a estrela, nesse caso, mas uma mosca sobre uma mancha colorida. As cores utilizadas no rótulo foram as 3 cores primárias, sendo amarelo no fundo, azul no elemento central e principal (vaso) e vermelho no título superior. A composição é bastante colorida e contrastada. O nome da cerveja aparece em marrom, possivelmente, fazendo composição com o verde da vegetação no centro da imagem representando a terra.

### Rótulos de 1940

Figura 10 – Rótulo Cerveja Hanseatica 10x14 cm (1940)



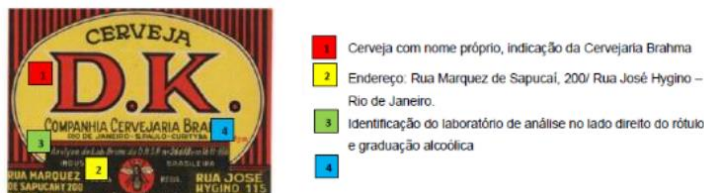
Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Rótulo com moldura única espessa e características do Estilo Gótico, com ornamentos em toda a tipografia principal. Destaque para a letra “H” que possui uma terminação que faz um contorno ao redor da palavra, provocando um movimento no centro do rótulo e criando a área de primeiro plano para o título da cerveja. O motivo para a escolha da tipografia gótica para o “Hanseatica” pode ser justificada pelo significado da palavra. “A Liga Hanseática foi uma aliança de cidades mercantis que estabeleceu e manteve um monopólio comercial sobre quase todo norte da Europa e Báltico, em fins da Idade Média e começo da Idade Moderna” (EDUCALINGO). Por ter sido um fato da idade média, foi adotada também uma tipografia ligada ao período. Não há uma variação grande de tipografia e o restante das informações são todas em tipo em caixa alta, sem serifa.

O rótulo é basicamente tipográfico e não possui ilustrações. Apenas o símbolo de marca registrada de uma mosca sobre um *splash* e os dizeres: marca registrada. A cor

predominante em todo o efêmero é o amarelo/dourado e pode denotar que o produto em questão é de primeira linha. “As grandes superfícies douradas atraem por sua beleza, porém parecem distantes, porque representam o poder. Por seu efeito simbólico, o ouro é grande e poderoso” (HELLER, 2013, p. 239).

Figura 11 – Rótulo Cerveja DK 10x14 cm (1940)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

O rótulo é principalmente tipográfico e não possui ilustrações. Apenas o símbolo de marca registrada de uma mosca sobre um *splash*. A composição do rótulo mistura formas: elipse central dentro de um retângulo listrado. As informações foram colocadas em um rodapé retangular escuro. O nome da cerveja está em primeiro plano, devido ao corpo da tipografia fantasia serifada. Não foi encontrada nenhuma explicação para a sigla D.K. É uma composição simétrica com equivalência de informação em ambos os lados se considerarmos uma linha vertical central. Há uma mistura de tipos em caixa baixa e caixa alta e sem serifa, o que faz com que D e K sejam as únicas letras diferenciadas. O rótulo também chama atenção através da paleta cromática. Duas cores quentes, vermelho e amarelo que geram contraste. Ainda entra na composição o preto, preenchendo os espaços e dando base para o texto de rodapé e contornando e destacando ainda mais o nome da cerveja.

### Rótulo de 1944

Figura 12 – Rótulo Cerveja Brahma Extra 09x13 cm (1944)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

Este rótulo possui moldura única espessa e dourada, elipse com moldura detalhada no centro onde está o nome da cerveja. A empresa Brahma tem um slogan para a linha extra, “Brahma Extra extraordinária”, explicação para a abreviação da palavra “extraordinária”. As tipografias utilizadas pertencem à família fantasia e uma das palavras está levemente inclinada, quebrando o ritmo do rótulo e criando destaque para a mesma. O selo de marca registrada presente, a estrela de 6 pontas com a taça de cerveja no centro em uma forma semelhante à uma medalha vermelha. As cores são o roxo e amarelo, complementares e contrastante.

## Rótulos de 1960

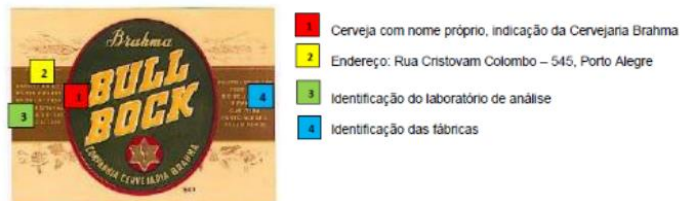
Figura 13 – Rótulo Cerveja Brahma Chopp 10x12 cm (1960)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

O rótulo apresenta moldura única espessa amarela, percebe-se excesso de informação. No retângulo com cantos arredondados no centro do rótulo, a informação é mais clara, o nome da cerveja e ilustração denotam o produto, chope geralmente servido em canecas. As cores escolhidas são de alto contraste; tipografia variada, fantasia e serifada branca com contorno amarelo. Porém ao redor da área central, há excesso de informação e imagens que podem confundir e poluir o rótulo como um todo. A tipologia da cerveja é clara, explícita por um *lettering* na parte superior. O ícone de marca registrada continua presente envolto em um círculo, levando uma taça de cerveja sobre uma estrela amarela, também em cores contrastantes. No rodapé há muitas informações que atualmente não aparecem mais no rótulo frontal da garrafa.

Figura 14 – Rótulo Cerveja Bull Bock 10x14 cm (1960)



Fonte: Acervo Biblioteca Nacional – Rio de Janeiro

A composição envolve uma elipse central com a faixa atrás transpondo a área limite do rótulo, as informações estão impressas horizontalmente. O logotipo da cerveja aparece levemente na diagonal e o nome da companhia cervejeira acompanha o contorno da elipse, quebrando o ritmo textual. No logotipo da cerveja, a tipografia é manuscrita. O selo de marca registrada volta a aparecer, a estrela de 6 pontas com a taça de cerveja no centro em uma forma circular. Os ingredientes de fabricação da bebida: lúpulo e cevada aparecem em torno da faixa central de informações. As cores são contrastantes, fundo da elipse verde escuro contrasta com a cor complementar na borda, o vermelho; e o texto na faixa em amarelo, e pode ser que o marrom da faixa, faça alusão à cor da cerveja bock colocada em primeiro plano.

## QUADRO COMPARATIVO

Rótulo de 1900	
Aspectos semelhantes	Influência dos estilos <i>Art Nouveau</i> e Vitoriano, presentes nos ornamentos tipográficos e decorativos. Os detalhes são basicamente as tipografias transformadas em imagem.
Aspectos diferentes	Variedade tipográfica entre os rótulos, do ponto de vista estilístico. Cada um tem sua própria característica no mesmo período.
Rótulo de 1910	
Aspectos semelhantes	São duas cervejas de nome próprio, mas com indicação da cervejaria de origem. Efêmeros com texto em disposição livre, com curvas, faixas e ornamentos.
Aspectos diferentes	Nota-se a presença de tipografia fantasia no rótulo Supimpa e características do Estilo Gótico no rótulo Teutônia.
Rótulo de 1920	
Aspectos semelhantes	Há uma única ilustração de figura humana em evidência, em dois dele o frei, e o restante é preenchido por tipografias. Destaque para o nome da cerveja em letras diferenciadas, ornamentadas e fantasia.
Aspectos diferentes	Apesar de serem da mesma década, as composições dos rótulos são distintas. No primeiro, o grid é definido e geométrico; o segundo é mais claro e sucinto, com poucas informações e pouca variedade tipográfica; no terceiro o texto é disposto de modo mais livre.
Rótulo de 1940	
Aspectos semelhantes	Apresentam referências estilísticas diferentes, porém os que os aproxima é o nome da cerveja em tipografia grande, ocupando grande parte do espaço da composição. Nos 3 casos, a diagramação se repete, tendo como elemento central uma elipse. No rótulo da Hanseatica é sutil o aparecimento da forma, criada pela terminação da tipografia.
Aspectos diferentes	O primeiro rótulo tem uma linguagem um pouco mais tradicional, é retangular e a hierarquia destaca o nome da cerveja, os demais são simétricos e geométricos.
Rótulo de 1960	
Aspectos semelhantes	Em ambos é possível saber a tipologia da bebida, uma é cerveja clara e a outra cerveja bock.
Aspectos diferentes	O primeiro é mais informativo e o segundo comercial. Enquanto o segundo é majoritariamente tipográfico, o da Brahma Chopp tem ilustrações, tipografias fantasia e a representação literal da caneca de chope.

## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Priscila Lena Farias, designer gráfica, pesquisadora e professora na área de design, levanta a questão da memória gráfica em um artigo de dezembro de 2014. Onde define a expressão 'memória gráfica' utilizada especificamente nos países de língua portuguesa e espanhola da América Latina e refere-se "a uma linha de estudos que pretende revisar o significado e valor de artefatos visuais, e em particular os impressos efêmeros, para estabelecer uma noção de identidade local através do design". (FARIAS, 2014, p.1). Também é apresentado por Priscila, que nos últimos dez anos, um número significativo de estudos realizados no campo da memória gráfica. (FARIAS, 2014, p. 4).

Um número importante de estudos descritos por seus autores como memória gráfica são coleções de imagens, acompanhadas de algum tipo de descrição ou análise. (FARIAS, 2014, p. 2)

A memória diz respeito aos acontecimentos que vivemos ao longo de nossa trajetória de vida. (LESCHKO at all, 2014) Já a história é "a compilação dos fatos que ocuparam o maior espaço na memória dos homens" (LESCHKO at all, 2014, p. 9) Sendo assim, memória e história são conceitos que andam juntos e contribuem na compreensão da humanidade e, nesse caso, o estudo do design. O maior desafio dessa pesquisa a coleta dos rótulos a serem analisados, suas respectivas datas e autores. Essa dificuldade contribuiu na definição do tema, um desafio que a maioria dos estudiosos de efêmeros enfrentam. (LESCHKO at all, 2014, p. 9)

Apesar das dificuldades em organizar os rótulos pesquisados, as análises revelaram reflexões contundentes. Nota-se que os rótulos além de informativos são comerciais, afinal a venda de um produto está em questão. As comparações entre efêmeros do mesmo período são capazes de indicar que na mesma década pode ser apresentada mais de uma linguagem e diferentes entre si. Verifica-se, como exemplo, as composições de 1900, o primeiro rótulo da Brahma é típico do estilo *Art Nouveau* com arabescos e motivos florais, buscando inspiração na natureza e com a presença da mulher como, possivelmente, um símbolo de aprovação, representada de forma delicada e não erotizada. O rótulo seguinte é totalmente tipográfico, percebe-se a referência do Estilo Vitoriano. E o último em alemão, que indica uma grande fabricante de cerveja, a Alemanha, e com arabescos orgânicos e disposição geométrica. Percebe-se que são três linguagens totalmente diferentes em uma mesma década, porém é eficaz ao apresentar a marca de três maneiras. A Brahma mais delicada, harmônica e suave, a Brahma "institucional" com variação na tipografia e a Brahma mais concreta seguindo o estilo alemão como referência. Esses estilos voltam a aparecer nos anos seguintes. A figura da mulher em 1920 no rótulo Cavalleira, dessa vez de uma força mais literal relacionando-se ao nome do produto. O rótulo totalmente tipográfico apenas para identificação e informações dos produtos em 1940 na cerveja

Hanseática. E mais tarde, repetindo a ligação à Alemanha através de nomes em alemão e figura do franciscano. Essa apropriação de estilos, principalmente europeus, indica que a identidade gráfica ainda estava em processo de construção no Brasil. Não se pode negar que além dos aspectos culturais, a forma como é apresentado ao design está ligado à situação do país no momento.

[...] fica claro que a implantação no Brasil de uma ideologia do design moderno, entre o final da década de 1950 e o início da de 1960 – em grande parte, patrocinado pelo poder público-, coincide com e integra o esforço maior para inserir o país no novo sistema econômico mundial negociado em Bretton Woods. (CARDOSO, 2005, p. 10)

Diante do exposto é fato que os efêmeros são meios de retratar o cotidiano das pessoas, mesmo com uma vida útil reduzida. Apesar de ter uma discussão quanto ao surgimento do design propriamente dito no Brasil, somente após 1960, uma década de ruptura em muitos aspectos na área, [...] existiu um vasto universo de atividade projetual ligado à produção industrial ao logo das décadas anteriores a 1960. (CARDOSO, 2005, p. 10).

Pode-se concluir que é possível analisar os rótulos do ponto de vista das teorias do design gráfico que são utilizadas atualmente. Compará-los traz um material rico em resultados, aproximando-os e distanciando-os algumas relações ficam claras, como a inserção no contexto da época, símbolos e significados atribuídos ao objeto. Sendo assim, os efêmeros são fonte indispensável para compreender a história do design brasileiro como um todo.

## **6. REFERÊNCIAS**

### **LIVROS**

CARDOSO, R et al (Org.). Marcas do Progresso. São Paulo: Arquivo nacional, 2009.

CARDOSO, R. et al (Org.). O design brasileiro antes do design: Aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

DONDIS, Donis A. Sintaxe da Linguagem Visual. Ed. 3. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FAUSTO, B. História do Brasil. São Paulo: Edusp, 2012

GUIMARÃES, Luciano. A Cor como informação. Ed. 1. São Paulo: Annablume, 2001.

HELLER, E. A psicologia das cores. Ed. 1. São Paulo: Gustavo Gili, 2015.

LUPTON, E. Pensar com Tipos. 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

## **ARTIGOS**

CAMPELLO, S.B, 2013. Em busca da prática perdida. In: BARRETO CAMPELLO, S.; ARAGÃO, I.R. (Org.). *Imagens comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases*. Recife: Néctar

COUTINHO, S. G. 2011. O sistema informacional nos rótulos comerciais de cachaça em Pernambuco (1940-1970). In: BARRETO CAMPELLO, S.; ARAGÃO, I.R. (Org.). *Imagens comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guainases*. Recife: Néctar.

FARIAS, Priscila Lena. On graphic memory as a strategy for design history. In: *International Committee for Design History and Design Studies*, Aveiro, Portugal, 2014

LESCHKO, Nadia Miranda; Damazio, Vera Maria Marsicano; Lima, Edna Lúcia Oliveira da Cunha; Andrade, Joaquim Marçal Ferreira de; "MEMÓRIA GRÁFICA BRASILEIRA: NOTÍCIAS DE UM CAMPO EM CONSTRUÇÃO", p. 791-802 . In: *Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]*. São Paulo: Blucher, 2014.

## **Contatos:**

Mariana Alves Correia – IC ([maarialvescorreia@gmail.com](mailto:maarialvescorreia@gmail.com))

Andréa de Souza Almeida – Orientadora ([andrea.almeida@mackenzie.br](mailto:andrea.almeida@mackenzie.br))