

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

**PIETRO BIANCOVILLI: IMAGENS DA INDUSTRIALIZAÇÃO NO
ÁLBUM DE LITOGRAFIAS DO MUSEU MARIANO PROCÓPIO.
(1888-1914)**

Ligia Maria Alves de Lacerda

Juiz de Fora

2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA

PIETRO BIANCOVILLI: IMAGENS DA INDUSTRIALIZAÇÃO NO
ÁLBUM DE LITOGRAFIAS DO MUSEU MARIANO PROCÓPIO.
(1888-1914)

Ligia Maria Alves de Lacerda

Dissertação de Mestrado apresentada ao
Programa de Pós-Graduação em História
da Universidade Federal de Juiz de Fora, como
requisito parcial para obtenção do título de Mestre.

Orientadora:

Profa. Dra. Maraliz de Castro Vieira Christo

Co-orientadora:

Profa. Dra. Edna Lúcia Cunha Lima

Juiz de Fora

2012

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE JUIZ DE FORA
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM HISTÓRIA**

**PIETRO BIANCOVILLI: IMAGENS DA INDUSTRIALIZAÇÃO NO
ÁLBUM DE LITOGRAFIAS DO MUSEU MARIANO PROCÓPIO.
(1888-1914)**

Ligia Maria Alves de Lacerda

Banca Examinadora

Profa. Dra. Maraliz de Castro Vieira Christo – UFJF – Orientadora

Profa. Dra. Edna Lúcia Cunha Lima – PUC Rio – Co-orientadora

Prof. Dr. Guilherme Cunha Lima – UFRJ

Dedico esse trabalho
a minha mãe Alcione, por sempre me incentivar,
e ao meu pai Laércio (*in memoriam*),
que me despertou para as artes gráficas.

Agradeço

A Professora Maraliz de Castro Vieira Christo, minha orientadora, que acreditou em meu trabalho e me indicou os caminhos e os procedimentos para sua efetivação.

A Professora Edna Lúcia Cunha Lima, que me acolheu como co orientadora, por sua generosidade e inspiração que fizeram possível a realização desse trabalho.

Ao Professor Guilherme Cunha Lima, pela contribuição através de críticas e sugestões que engrandeceram de forma sistemática o resultado final do meu estudo.

Ao diretor da Fundação Museu Mariano Procópio, Douglas Fazzolato, a Maria Salete Figuera e a Rita de Cássia de Andrade Procópio, que atenciosamente possibilitaram a minha pesquisa naquela Fundação.

A Eliane Casarin, do Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes, por sua paciente atenção e por disponibilizar gentilmente os artigos referentes ao italiano Pietro Angelo Biancovilli existentes naquele setor.

Ao amigo Aloísio Arnaldo, por seu incentivo e a generosa assistência dispensada a esta jornada acadêmica.

Ao meu afilhado Rodrigo Carelli, que me apoiou de forma indispensável a realização desse projeto.

Aos companheiros da Fundação Alfredo Ferreira Lage, Toninho Dutra, Daniel Rodrigues, Jackeline Silva e Adriana Abrantes, por compartilhar com compreensão as etapas dessa jornada.

Aos amigos Álvaro Aldini, Aline Renk, Flávia Gouvêa, Gabriel Cuppertino, Lygia Cardoso, Ligya Alcantarino, Luiz Augusto Balbi e Turinha Borén.

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo analisar as narrativas visuais, vinculadas à memória da indústria gráfica regional, tomando-se como investigação o estudo da implantação da primeira casa litográfica comercial do Estado de Minas Gerais, a Litografia a vapor Pietro Biancovilli. A fonte principal da pesquisa é o *Álbum 6* de litografias pertencente ao acervo do Arquivo Histórico da Fundação Museu Mariano Procópio, que contem 130 exemplares de impressos comerciais pertencentes a essa litografia. Buscou-se, também, a análise em fontes documentais encontradas no Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes, no Arquivo Histórico de Juiz de Fora e no Arquivo Público Mineiro, onde foram examinados periódicos e documentos relativos à chegada e à produção do litógrafo italiano Pietro Angelo Biancovilli. O recorte temporal se inicia em 1888, quando o emigrante chega ao Brasil, e termina no ano de 1914, quando se encerram suas atividades comerciais. Consoante com as proposições da História Cultural, esta pesquisa concebe o exame das práticas e representações imagéticas, forjadas no âmbito da cidade de Juiz de Fora em fins do século XIX e décadas iniciais do século XX.

Palavras-chave: História Cultural, narrativas imagéticas, linguagem visual, litografia e rótulos.

ABSTRACT

This research has the purpose to analyze the visual accounts linked to the memory of local graphic industry, studying the settling of the first commercial lithography house in the State of Minas Gerais, the steam lithography Pietro Biancovilli. The main source of the research is the “Álbum 6” of lithographies belonging to the collection of the Historical Archive of the Mariano Procópio Museum Foundation, with 130 pieces of commercial prints belonging to this lithography. It has been analyzed documental sources found in the Memory Department of the Municipal Library Murilo Mendes, in the Historical Archive of Juiz de Fora and in the Public Archive of Minas, where it has been examined periodicals and documents related to the arrival and production of the italian lithographer Pietro Angelo Biancovilli. The time researched begins in 1888, when the foreigner arrives to Brazil, and it ends in the year of 1914, when he closes his commercial activities. Regarding to the propositions of Cultural History, this research conveys the examination of practices and representations of images, forged in the Juiz de Fora life in the end of 19th Century and in the first decades of the 20th Century.

Keywords: Cultural History, imagistic narratives, visual language, and lithographic labels.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Abreviaturas utilizadas para as fontes:

AMJF - Álbum do Município de Juiz de Fora

HDB - Hemeroteca Nacional Brasileira

MAPRO - Fundação Museu Mariano Procópio

SMBMMM - Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes

Pág.

- 13 Fig. 1. Folheto publicitário da Litografia P. Biancovilli. MAPRO
- 20 Fig. 2. Exemplo de impressão litográfica. *Manual Prático do Artista*.
- 22 Fig. 3. Esquema do processo offset. Dicionário de Artes Gráficas.
- 27 Fig. 4. Jornal *O Pharol*. SMBMMM
- 29 Fig. 5. Bilhete de Loteria impresso na Litografia Moreira, Maximínio & Cia. Arquivo pessoal Marcos Kopschitz
- 29 Fig. 6. Detalhe do bilhete de loteria impresso na Litografia Moreira, Maximínio & Cia. Arquivo pessoal Marcos Kopschitz
- 31 Fig. 7. Foto do imigrante italiano Pietro Angelo Biancovilli, autor desconhecido. SMBMMM
- 34 Fig. 8. Foto de reunião da comunidade italiana, Revista *O lince*. SMBMMM
- 34 Fig. 9. Impresso da Construtora Pantaleone Arcuri. MAPRO
- 35 Fig. 10. Anúncio do *Jornal do Commercio*. SMBMMM
- 36 Fig. 11. Santinho de Santo Antônio. Arquivo particular de Vanderlei Tomáz
- 40 Fig. 12. Fachada do prédio do Armazém Christovam de Andrade, *Almanach Juiz de Fora*. HDB
- 41 Fig. 13. Panfleto publicitário com fachada do prédio do Armazém Christovam de Andrade. MAPRO
- 41 Fig. 14. Ilustração do *Jornal do Commercio*. SMBMMM
- 42 Fig. 15. Ilustração do *Jornal do Commercio*. SMBMMM
- 43 Fig. 16. Capa do jornal *O Pharol*. SMBMMM
- 44 Fig. 17. Detalhe da página do jornal *O Pharol*. SMBMMM
- 45 Fig. 18. Cartão postal com imagem do Parque Halfeld. MAPRO
- 45 Fig. 19. Foto postal do Parque Halfeld de autoria de Francisco Soucasaux. MAPRO
- 46 Fig. 20. Acima, detalhe do encarte com o panorama da cidade de Juiz de Fora, arquivo particular de Vanderlei Tomáz. Abaixo, fotografia panorâmica de Juiz de Fora feita por autor desconhecido, MAPRO.
- 50 Fig. 21. Folha de rosto do *Álbum 6*. MAPRO.
- 51 Fig. 22. Rótulo da Cerveja Preta de Caetano Presta. MAPRO.
- 52 Fig. 23. Cartão comercial da fábrica de coletes da Madame Viola Casali Tortori. MAPRO.
- 53 Fig. 24. Cartão postal publicitário da Lithographia a Vapor P. Biancovilli. MAPRO.
- 54 Fig. 25. Anuncio veiculado no *O Pharol*. MAPRO.

- 55 Fig. 26. Cartão postal da antiga Igreja Matriz. MAPRO.
- 55 Fig. 27. Detalhe da ilustração da primeira página do *Jornal do Commercio*. SMBMMM
- 56 Fig. 28. Anúncio do jornal *O Pharol*. SMBMMM
- 56 Fig. 29. Detalhe de rótulo. MAPRO
- 57 Fig. 30. Detalhe do rótulo. MAPRO
- 60 Fig. 31. Página 16 do *Álbum 6*. MAPRO
- 106 Fig. 32. Foto de Ehrhard Brand. MAPRO
- 107 Fig. 33. Rótulo da cerveja Carlos Gomes. MAPRO
- 108 Fig. 34. Rótulo da Cerveja Branca. MAPRO
- 108 Fig. 35. Rótulo da Cerveja Estrela. MAPRO
- 109 Fig. 36. Rótulo da cerveja Princesa Export. MAPRO
- 110 Fig. 37. Rótulo de Vinho e Azeite Halley. Arquivo do site *garfadaonline*.
- 110 Fig. 38. Rótulo da Cervejaria Aliança. MAPRO
- 111 Fig. 39. Rótulo da cerveja Colibri. MAPRO
- 111 Fig. 40. Rótulo da cerveja Branca. MAPRO
- 112 Fig. 41. Rótulo da Cerveja Adriática. MAPRO
- 112 Fig. 42. O rótulo da Cerveja Branca da Fábrica de Cerveja Nacional Mineira. MAPRO
- 113 Fig. 43. Publicidade dos cigarros da Marca Veado. Arquivo do site *Guia dos Curiosos*.
- 113 Fig. 44. Rótulo da cerveja John Bull. MAPRO
- 114 Fig. 45. Detalhe do rótulo da Cerveja Operária. MAPRO
- 114 Fig. 46. Rótulo da Cervejaria Universal. MAPRO
- 115 Fig. 47. Foto da Rainha Helena. Arquivo *Das Bundesarchiv*. Rótulo da Cervejaria Rainha Helena. MAPRO
- 115 Fig. 48. Rótulo da Cerveja D. Carlos. MAPRO
- 116 Fig. 49. Rótulo da Cerveja Operária. MAPRO
- 117 Fig. 50. Detalhes dos rótulos da cerveja José Weiss, da cerveja Adriática e da cerveja Planeta. MAPRO
- 117 Fig. 51. A - Medalha comemorativa da 1ª Exposição Nacional realizada no Rio de Janeiro. B - Detalhe do rótulo da Imperial Fabrica de Chocolate a Vapor. AN. C - Detalhe do rótulo da Cerveja Planeta. MAPRO
- 118 Fig. 52. Rótulo da Cerveja Estrela. MAPRO
- 119 Fig. 53. O rótulo da Cerveja Planeta. MAPRO
- 120 Fig. 54. Detalhe do rótulo da cerveja Planeta. MAPRO
- 121 Fig. 55. Rótulo da Cerveja Catharinense. Arquivo do site *bardoceara*.
- 122 Fig. 56. Foto do prédio da fábrica de Augusto Kremer. AMJF e detalhe do rótulo da cerveja Planeta. MAPRO
- 123 Fig. 57. O rótulo da Cerveja *Triumpho*. MAPRO
- 124 Fig. 58. Detalhes dos rótulos do Vinho *Delicia Typo Porto* e da cerveja Dupla. MAPRO
- 125 Fig. 59. Rótulo da Cerveja Bavária e da Cerveja Excelsior. Arquivos do site *cervesia*

- 125 Fig. 60. Detalhes dos rótulos da cerveja *Thriumpto* e da Aguardente Composta Especial Coquita . MAPRO e Arquivo particular de Normaldo Gherheim
- 126 Fig. 61. Rótulos da Cerveja Pilsen Americana. Arquivo particular de Normaldo Gherheim
- 126 Fig. 62. Rótulos de cervejarias do Rio Grande do Sul e do Espírito Santo. Arquivos do site *cervisiafilia*
- 127 Fig. 63. Detalhe do rótulo da Cerveja Bavária. Arquivos do site *cervesia*
- 127 Fig. 64. Detalhes dos rótulos da Cerveja Operária e Cerveja Universal. MAPRO
- 128 Fig. 65. Detalhe do rótulo da Cerveja Excelsior. Arquivos do site *cervisiafilia*
- 129 Fig. 66. Detalhes de rótulos de cerveja. MAPRO
- 130 Fig. 67. Os rótulos da Cervejaria José Weiss. MAPRO.
- 130 Fig. 68. Detalhes dos rótulos das cervejas da Cervejaria José Weiss. MAPRO
- 131 Fig. 69. Rótulo da Aguardente Composta José Weiss. Arquivo particular de Normaldo Gherheim
- 132 Fig. 70. Rótulos da Cervejaria José Weiss. MAPRO
- 133 Fig. 71. A esquerda, rótulo da Cerveja Dupla. MAPRO. A direita, rótulo da Cerveja Dupla do estado do Espírito Santo. Arquivo do site *cervisiafilia*.
- 134 Fig. 72. Rótulo da Cervejaria Dois Leões. MAPRO
- 135 Fig. 73. Foto da Cervejaria Dois Leões, autor desconhecido. AMJF
- 136 Fig. 74. Rótulos das cervejas Branca, Passy e John Bull. MAPRO
- 137 Fig. 75. Detalhe do rótulo da Cerveja Branca. MAPRO
- 137 Fig. 76. Detalhe do rótulo da Cerveja Passy. MAPRO
- 138 Fig. 77. Acima, detalhe do rótulo da Cerveja John Bull. MAPRO. Abaixo, detalhe do brasão do Reino Unido.
- 138 Fig. 78. *Cartoon* do semanário nova-iorquino *Harper's Weekly*

LISTA DE GRÁFICOS

Pág.

- 58 Gráfico 1. Identificação do nome da litografia e a assinatura de Biancovilli
- 61 Gráfico 2. Rótulos que possuem ou não marca registrada
- 66 Gráfico 3. Incidência de rótulos de cerveja na coleção do *Álbum 6* da Fundação Museu Mariano Procópio.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	13
2. A IMAGEM DA INDUSTRIALIZAÇÃO	19
2.1. Breve história da litografia	19
2.1.1. A litografia no Brasil	22
2.2. Juiz de Fora no contexto da chegada de Biancovilli	25
2.2.1. A Indústria Gráfica em Juiz de Fora do séc. XIX	26
2.3. Biancovilli, o pioneiro da litografia em Minas	29
2.3.1 O imigrante Biancovilli	29
2.3.2 O Estabelecimento Lithographico P. Biancovilli	37
2.3.2 O Litógrafo Ilustrador	40
3. O ÁLBUM DA FUNDAÇÃO MUSEU MARIANO PROCÓPIO (MAPRO)	48
3.1. O <i>Álbum 6</i>	49
3.2. A tecnologia vista nos efêmeros	53
3.3. A tipologia dos documentos	59
4. A LINGUAGEM COMERCIAL DA LITOGRAFIA DE PIETRO BIANCOVILLI	101
4.1. A interface gráfica da Litografia P. Biancovilli	102
4.2. Os rótulos de cerveja do <i>Álbum 6</i>	104
4.3. A Cervejaria Kremer & Cia e a Cervejaria Germânica	118
4.3.1 A Cervejaria Kremer & Cia e o rótulo da Cerveja Planeta	119
4.3.2. A Cervejaria Germânia e o rótulo da Cerveja <i>Triumpho</i>	123
4.4. A Cervejaria José Weiss	129
4.5. A Cervejaria Dois Leões	134
5. CONCLUSÃO	140
BIBLIOGRAFIA	143

1. INTRODUÇÃO



SAXA LOQUUNTUR
[As pedras falarão]¹

O emblema apresentado acima – que foi escolhido pela revista oficial dos litógrafos, impressores tipográficos e de *offset* como seu símbolo no ano de 1879 em Viena – possui um enunciado bastante revelador e, ao mesmo tempo, permite entrever o entendimento da indústria litográfica em fins dos oitocentos. Ao nos determos na sua configuração, observamos, por meio de sua simbologia, a atuação da litografia à época, quer dizer, imagem e texto impressos ao mesmo tempo e oriundos de um único veículo, a pedra. O emblema, encontrado em um exemplar de impresso da Litografia de Pietro Biancovilli, é composto por um "heraldo"² que encabeça a composição e nos apresenta dois escudos: o da esquerda com as ferramentas relativas ao desenho e à escrita, e o da direita, o rolo, a almofada de entintar e a pedra. A frase "saxa loquuntur" aparece grafada, alinhada à forma do listel ondulado, que finaliza o conjunto.



Fig. 1. O exemplar da Litografia P. Biancovilli onde aparece o emblema dos litógrafos, impressores tipográficos e de *offset*.

¹ Disponível em < <http://almanaque.blog.br/2003/05/um-por-todos-todos-por-um/> Acesso em: 18 set. 2011.

² Aquele que, por meio de pregão, tornava pública uma notícia; arauto, pregoeiro. Cf. HOUAISS, Antonio. **Dicionário eletrônico Houaiss da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.

Ao tomar como referência a máxima *SAXA LOQUUNTUR* (as pedras falarão), concebemos a interpretação que neste trabalho de pesquisa as pedras podem falar, as pedras falaram ou mesmo, em nossa análise, as pedras falarão. Nosso objetivo foi escutar os enunciados das pedras litográficas da Litografia a vapor de Pietro Biancovilli, tendo em vista a memória gráfica de Juiz de Fora. Assim, a representação imagética, forjada no âmbito da produção industrial da casa litográfica de Pietro Angelo Biancovilli³, situada em Juiz de Fora, no período de 1888-1914 constitui o tema central de nossa pesquisa, tendo como fonte principal os arquivos pertencentes a Fundação Museu Mariano Procópio de Juiz de Fora.

Para tanto, buscamos ainda, uma bibliografia inerente à industrialização em Juiz de Fora no final do século XIX e início do século XX, de autoria de Maraliz de Castro Vieira Christo (2000; 1994), Domingos Giroletti (1980), Anderson Pires (2009) e, sobre a produção de efêmeros⁴, encontramos os trabalhos de Edna Cunha Lima, Livia Lázaro Rezende, Rafael Cardoso, entre outros, que puderam nos situar no cenário da produção nacional.

As fontes documentais além dos arquivos da Fundação Museu Mariano Procópio (MAPRO), foram colhidas no Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes (SMBMMM), no Arquivo Histórico de Juiz de Fora, no Arquivo Público Mineiro e no Arquivo Histórico da Universidade Federal de Juiz de Fora.

Nos arquivos da Fundação Museu Mariano Procópio, encontramos em sua mapoteca o Álbum 6, com 130 efêmeros da Litografia Biancovilli. Com variados tipos de impressos comerciais que vão de rótulos para bebidas a bilhetes de loteria, esses efêmeros nos apresentaram um panorama da tecnologia gráfica de sua oficina, como também o do ambiente comercial e cultural de Juiz de Fora.

Já no Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes (SMBMMM) os registros das atividades de Pietro Biancovilli estão impressos nos jornais da época: no jornal *O Pharol*, *Jornal Juiz de Fora*, *Jornal do Commercio*, *O Lynce*, *O Dia* e em arquivos mais recentes, da década de 1960 e 1970, na revista *O Lince*. Nos jornais consultados, 17 exemplares ao todo, que datam do período de 1890 a 1921 encontramos ilustrações, anúncios, citações de seu nome em vários artigos.

³ Cidadão italiano, formado em caligrafia na Áustria e aprendiz de litografia, foi o pioneiro da litografia comercial em Minas Gerais: em 1889 iniciou, em Juiz de Fora, suas atividades comerciais comprando três prelos litográficos encontrados nos fundos do jornal *O Pharol*.

⁴ A palavra “efêmero” é usada para nomear os impressos produzidos com a intenção de descarte e com vida útil curta, podendo ser jornais e revistas, os livros não entram nessa categoria. Materiais ligados a vida cotidiana como cartazes, folhetos, prospectos, programas, anúncios e bilhetes, cartões de visita, selos e *ex-libris*, notas e apólices, diplomas e certificados, rótulos, embalagens, cardápios (HEYNEMANN, 2009, p.11).

Nas ilustrações desses periódicos figuram vultos da política nacional da época, como o Presidente Campos Salles, Tiradentes, Floriano Peixoto e também personagens do cotidiano local: Luiz Detsi, único personagem local encontrado, foi um dos fundadores da Academia de Comércio de Juiz de Fora. Figuram, entre as ilustrações de acontecimentos históricos nacionais e internacionais, as reproduções inspiradas em quadros como *A queda da Bastilha* de Jean-Pierre Louis Laurent Houel e *O grito do Ipyranga* de Pedro Américo.

Há dois anúncios oferecendo os serviços do Estabelecimento Litográfico a vapor de Pietro Biancovilli, o primeiro, de setembro de 1909 e o outro do mesmo mês do ano de 1911. Utilizando a mesma matriz da imagem há uma alteração na composição tipográfica do texto, ambos listam os serviços prestados pela litografia. Em anúncio do ano de 1902 é oferecido o manual de Caligrafia Escolar de sua autoria, aqui não aparece o nome do Estabelecimento Litográfico, somente o nome P. Biancovilli. Sendo que outro anúncio, em forma de prosa que oferece os serviços da modista M. Stefani, Biancovilli assina seu nome sucedendo a palavra zincografia.

O nome de Biancovilli é citado também em artigos veiculados pelo menos em três periódicos: em convocação da comunidade italiana para uma festa de confraternização, em artigo de agradecimento aos presentes (uma folhinha do final do século e uma caixa com seis vistas de Juiz de Fora) oferecidos pelo gráfico àquele jornal. Seu falecimento é registrado pela imprensa local no jornal *O Dia* do dia 3 de fevereiro de 1921 e o jornal *O Lynce*, de 12 de fevereiro de 1921. Os arquivos coletados no SMBMMM constituem indícios da vida social de Biancovilli, sua atuação comercial, pedagógica e como ilustrador. Além de gráfico atuante em sua comunidade, ele foi um produtivo participante do cotidiano da cidade.

No *site* do Arquivo Público Mineiro buscamos a confirmação sobre a data de sua entrada no Alojamento Provincial de Imigrantes (31/10/1888). Segundo esse registro, Biancovilli chegou a hospedaria com esposa e três filhas, vindo da Itália e seu destino definitivo seria a cidade de Rio Novo. Não há observação acerca de volumes trazidos ou de outros bens.

As fontes levantadas no Arquivo Histórico de Juiz de Fora nos mostrou o registro da Litografia de P. Biancovilli como única no ramo, até o ano de 1905, na cidade de Juiz de Fora. No Arquivo Histórico da Universidade Federal de Juiz de Fora encontramos o inventário aberto por sua viúva, Luigia Biancovilli, que nos serviu como fonte acerca de seu patrimônio, bens e herdeiros.

Na Fundação Biblioteca Nacional, encontramos também dados sobre as atividades comerciais de Pietro Biancovilli, através dos arquivos digitais da Hemeroteca Nacional Brasileira. Outras fontes foram cedidas por colecionadores particulares, como o único

"santinho"⁵ do padroeiro da cidade de Juiz de Fora, Santo Antônio, e o encarte da *Revista Evolução*, do ano de 1909, pertencentes ao historiador Vanderlei Tomás.

Os arquivos da Litografia União Industrial, fundada em Juiz de Fora no ano de 1918, foram cedidos pela família de Normaldo Gherheim (13/06/1921-06/01/1992), filho de imigrantes alemães e funcionário da litografia a partir da década de 1930. Trata-se de um conjunto de 4 catálogos com rótulos que abrangem o período de 1930 a 1950, onde percebemos a continuidade de uso e a perpetuação de alguns ícones e modelos da indústria local.

Outros rótulos foram buscados em *sites* especializados para efeito de análise comparativa da linguagem recorrente ao recorte temporal.

Em relação aos aportes teórico-metodológicos, empregaram-se as abordagens da História Cultural, especialmente o pensamento de Roger Chartier vinculado ao estudo das práticas e representações. Para o historiador francês, as representações podem ser pensadas como “(...) esquemas intelectuais, que criam as figuras graças às quais o presente pode adquirir sentido, o outro tornar-se inteligível e o espaço ser decifrado” (CHARTIER, 1990, p.17). Desse modo, concebe-se a ideia de que o deciframento das representações visuais, e o contexto em que foram produzidas, possibilitam um leque interpretativo do mundo social no fim do século XIX e início do XX. Além disso, ressalta-se as importantes contribuições da Micro-História, na medida em que propõe ao historiador uma redução da escala de observação, permitindo-lhe vislumbrar aspectos mais específicos do mundo social, de uma dada dimensão da realidade e, por exemplo, da trajetória de um determinado ator social. Sob esta perspectiva, entendemos que a eleição do *Álbum 6* para o entendimento, análise e contextualização histórica da indústria litográfica, coaduna-se com a metáfora do microscópio proposta pelo micro-historiadores italianos, ou seja, “compreender o oceano inteiro a partir de uma gota d’água”. Assim, através do detalhado exame dos rótulos e de seus aspectos bastante específicos, procura-se dar atenção ao particular, aos indícios reveladores capazes, portanto, de configurar elementos de análise de uma dada configuração histórica, de uma realidade social, no nosso caso de análise da litografia Biancovilli. Neste sentido, ressaltam-se as referências tomadas de empréstimo na obra *Jogos de Escalas – A experiência da microanálise* do historiador Giovanni Levi. Como propõe Levi, do ponto de vista metodológico esta pesquisa busca um estudo intensivo do material documental, de modo a mergulhar nos detalhes e elementos composicionais na medida em que os mesmos são reveladores de uma

⁵ Pequena imagem de santo, a cores ou não e impressa por qualquer procedimento tipo, lito ou calcográfico, que se costuma distribuir como lembrança em certas cerimônia religiosas. (PORTA, 1958, p 372)

configuração histórica mais ampla. Ademais, importantes contribuições do historiador Eric Hobsbawm através sua obra, *A invenção das tradições*, foram levadas em consideração para nossa reflexão o repertório simbólico encontrado em nosso estudo.

um conjunto de práticas, normalmente reguladas por regras tácita ou abertamente aceitas; tais práticas, de natureza ritual ou simbólica, visam inculcar certos valores e normas de comportamento através da repetição, o que implica, automaticamente; uma continuidade em relação ao passado. Aliás, sempre que possível, tenta-se estabelecer continuidade com um passado histórico apropriado. (1984, p.9)

A observação dos sinais impressos nos artefatos gráficos pertencentes à Litografia de Pietro Biancovilli nos remete à reflexão acerca dessas práticas, que podem ser construídas e formalmente institucionalizadas ou que surgem de maneira rápida e se estabelecem. E, ainda, nos leva a entender o desejo da criação de identidades, em uma sociedade onde o liberalismo econômico produz mercadorias, que necessitam de uma legitimação para serem aceitas e consumidos, e que encontram nesses rótulos um dos veículos mediadores para a formação de hábitos de consumos. A introdução de produtos de origem estrangeira, como a cerveja, torna-se um símbolo de *status*, ao empregar referências de repertório imagético trazidos de fora.

No que tange aos teóricos mais específicos do campo do *design*, de fundamental importância foram os aportes de Michael Twyman, sobretudo no texto “A Scheme for the Study of Graphic Language” (1979), cuja proposta feita possibilitou a análise dos rótulos, através de seus aspectos composicionais, especialmente no que se refere aos aspectos da linguagem gráfica, que se encontram nos modos de simbolização e nos métodos de configuração inscritas nessas mensagens.

Igualmente importante é a contribuição teórica do texto *O Mundo dos Bens: para uma antropologia do consumo*, autoria de Mary Douglas e Baron Isherwood. Conforme destaca Mary Douglas, “os bens são neutros, seus usos são sociais; podem ser usados como cercas ou como pontes”. Essa assertiva é bastante instigante na medida em que podemos refletir e problematizar a função dos rótulos em seus múltiplos aspectos, que podem expressar categorias e princípios, cultivar ideias, fixar e sustentar estilos de vida, enfrentar mudanças ou criar permanências. Entendendo o consumo como um sistema de significação, onde os bens são necessários para estabilizar as categorias sociais agindo como um código. Podem ser cercas, quando esse código agrega e articula valores simbólicos específicos a certas mercadorias, como também, podem ser pontes, quando esses sinais se tornam fator inclusivo de identidades e relações sociais que são elaboradas através dele.

Esta dissertação está estruturada em três capítulos. O primeiro capítulo, aborda a contextualização histórica que proporcionou a implantação, por meio de um estrangeiro, do primeiro estabelecimento litográfico no Estado de Minas Gerais, no ano de 1888. Enfoca, ainda, a litografia como técnica de produção gráfica, e como ferramenta necessária ao processo de industrialização das cidades.

No segundo capítulo, tratou-se de analisar o *Álbum 6*, pertencente ao Arquivo Histórico da Fundação Museu Mariano Procópio, onde compomos um panorama da atividade comercial da Litografia P. Biancovilli, sua tecnologia e abrangência na região. A partir de classificação por tipologia dos produtos e tabela comparativa de dados, como procedência, fabricante, tamanho, registro de marca, chegamos às informações pretendidas: o perfil da clientela, como se apresentava a Litografia P. Biancovilli nesses rótulos e o repertório temático das classes de produtos, o que nos deu suporte para percebermos a linguagem visual inscrita nesses artefatos.

No terceiro capítulo, procuramos fazer a análise gráfica dos rótulos do *Álbum 6* por meio da composição visual dos elementos verbais, pictóricos e esquemáticos. Para tanto, selecionamos rótulos de três indústrias implantadas em Juiz de Fora no final do século XIX – a Cervejaria Kremmer, a Cervejaria José Weiss e a Cervejaria Dois Leões. Para este estudo, buscamos impressos similares de outras litografias contemporâneas à Litografia P. Biancovilli, identificando comparativamente a linguagem gráfica comercial emergente, parte da estética do progresso e da urbanização no período entre o final do século XIX ao início do século XX.

Assim, pretendeu-se, antes de tudo, preservar a memória da cidade, como também identificar e analisar as relações históricas, sociais e culturais relativas à fundação da Litografia Biancovilli em 1888, até a morte de seu fundador em 1921, contribuindo, com um pequeno capítulo para a construção da história da indústria gráfica da cidade de Juiz de Fora.

2. A IMAGEM DA INDUSTRIALIZAÇÃO

A litografia foi introduzida no Brasil no início do século XIX e foi veículo de registro das transformações econômicas e culturais vividas pelo país. Através dessa técnica foram impressas nossas paisagens, mapas geográficos, jornais ilustrados. A litografia, desempenhou importante papel na nascente Indústria Brasileira, como suporte para distinção e o estabelecimento de algumas marcas no crescente mercado interno. Nesse período, casas litográficas foram introduzidas também, além dos grandes centros, em cidades brasileiras onde acontecia o processo de industrialização, para suprir a demanda de criação e impressão de rótulos, embalagens, anúncios, cartazes e outras peças gráficas. A história da litografia no país nos aponta, em sua implantação, a contribuição de estrangeiros, que, como Pietro Biancovilli em Juiz de Fora, estabeleceram suas oficinas litográficas em vários estados, como Pernambuco (Recife), Rio de Janeiro (Rio de Janeiro) no Paraná (Curitiba), entre outros.

A técnica litográfica, junto a outros processos utilizados pela impressão gráfica, foi trazida por Pietro Biancovilli para Juiz de Fora no final do século XIX, tornando-se pioneira no estado de Minas. Serviu tanto à indústria gráfica, ilustrando jornais e revistas, quanto às indústrias emergentes, imprimindo rótulos e embalagens. Prestou ainda, serviços públicos, como a impressão e difusão de cartilhas, mapas e tratados, assim como atendeu ao setor de serviços decorrentes da urbanização, marcando dessa forma a história da indústria gráfica da cidade e região.

2.1. Breve história da litografia

A litografia foi a pioneira tecnologia de impressão a permitir que um artista trabalhasse usando técnicas convencionais e criasse impressões que pudessem competir com a pintura tradicional em termos de detalhes e variações de cores. Com ela, a técnica de reproduzir atingia uma etapa essencialmente nova. E, por ser um procedimento mais preciso que a xilogravura, e a reprodução em cobre, “permitiu às artes gráficas pela primeira vez colocar no mercado suas produções em massa e também sob forma de novas criações. Adquirindo, desta forma, os meios de ilustrar a vida Cotidiana” (BENJAMIN, 1944, p.166-167)

O processo litográfico foi desenvolvido por Alois Senefelder no final do século XVIII. Foi descrito e difundido por meio de um tratado de sua autoria, intitulado *A complete course of lithography*, publicado em 1819. A técnica consiste no desenho direto sobre pedra lisa e

aplainada, utilizando lápis gorduroso; o que atraiu artistas e gráficos para a as possibilidades criativas da técnica, como assinala Edna Cunha Lima

A facilidade com que os artistas nela se expressavam foi a causa inicial do sucesso da técnica no meio artístico. Os lápis litográficos permitem desenhos com áreas texturadas e um traço espontâneo, tornando-se os preferidos dos ilustradores e caricaturistas, que trabalhavam nos jornais satíricos. O resultado é rico em cinzas e meios-tons, devido à porosidade natural da pedra que funciona como uma retícula. A litografia foi o primeiro processo de impressão a realmente facilitar a impressão de meios tons em nível industrial. O material gorduroso usado para a fabricação dos lápis podia ser diluído e aplicado como se fosse nanquim, simulando as qualidades gráficas do bico de pena, ou ainda mais diluído, das aguadas. De acordo com a tradição da gravura interpretativa, era possível a um artista remeter para uma casa litográfica um original à lápis, nanquim ou qualquer outro material de desenho e vê-lo traduzido na pedra por um especialista, o gravador. (LIMA, E., 2000, [p.]

A superfície gordurosa da pedra permite que a tinta do lápis penetre e se fixe; após etapas e tratamentos, a pedra fica pronta para a aplicação com um rolo da tinta litográfica, que também é gordurosa. A tinta adere às áreas desenhadas, enquanto é repelida nas áreas que foram molhadas. Sobre a pedra é colocada a folha de papel umedecido e prensada sobre a matriz. O processo se baseia na repulsão entre o óleo do lápis e da tinta, e a água.

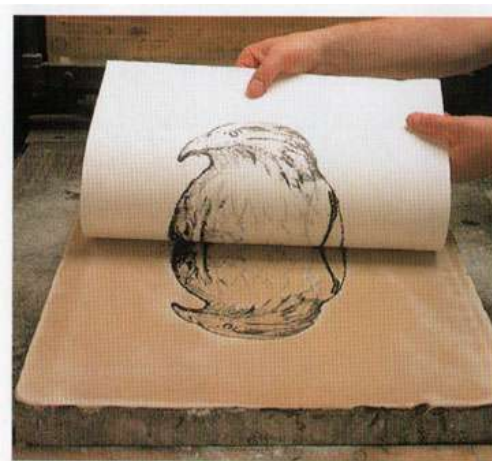


Fig. 2. O papel molhado é prensado junto a pedra calcária imprimindo espelhado o desenho feito na pedra.

Ao contrário das outras técnicas da gravura, a litografia é planográfica, ou seja, o desenho é feito através da gordura aplicada sobre a superfície da matriz, e não através de fendas e sulcos na matriz, como na xilogravura e na gravura em metal.

A técnica ocasionou a circulação de imagens em grandes quantidades, fato que encontrava limitações em processos de impressão como xilogravura e a gravura em metal,

onde os procedimentos eram mais trabalhosos e onde as matrizes de madeira e cobre ocasionavam limitações no número de impressões. O desenho podia ser feito direto sobre a matriz, o que agilizava para o artista a execução e finalização de uma imagem. Normalmente, em outras técnicas de gravura, o desenho teria que passar pela etapa de gravação, ou seja, entalhado ou esculpido com auxílio de instrumentos cortantes, como coifas e buris. Geralmente a tarefa era executada por um profissional especializado. A aplicação direta dessa etapa reduziu o tempo de realização do trabalho, entretanto, não significa que a litografia seja uma técnica de execução simples.

Ao contrário do que às vezes diz o senso-comum, a técnica litográfica não é tão mais simples do que as outras técnicas de gravura, se facilita a realização do desenho e permite mais desenvoltura, por outro lado, a litografia demanda conhecimento e experiência no preparo das pedras, das tintas, dos banhos químicos para sensibilizar a superfície da pedra e limpá-la após a impressão, da colocação do papel para o registro dos desenhos, etc. (REZENDE, 2003, p.62).

A pedra litográfica é uma matriz que apresenta mais resistência nas grandes tiragens, o que proporciona tiragens em números até então não alcançados pelos processos da gravura em metal e em madeira, entretanto, a prensa litográfica manual requer muita força e habilidade do impressor.

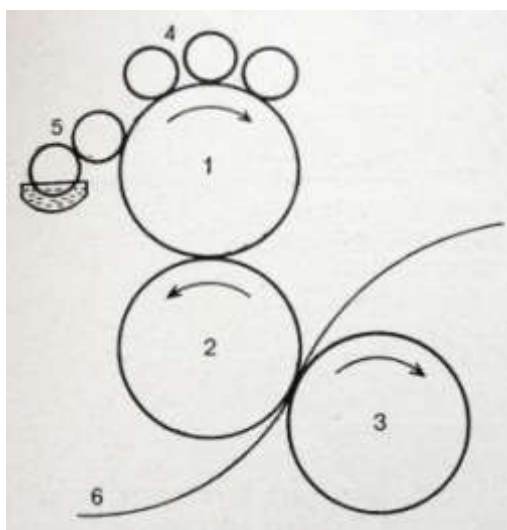
A litografia permitiu também uma interação entre texto e imagem, que podiam ser compostos em uma mesma matriz com letras desenhadas livre e diretamente na pedra, sem as restrições da impressão tipográfica, o que permitia aos desenhistas inventar qualquer letra que satisfizesse sua imaginação (MEGGS,2009, p.201). As linhas das letras se tornavam elásticas correndo em arcos, em ângulos e até mesmo se sobrepondo às imagens. *Motivos florais, faixas, arabescos curvilíneos, ilustrações integradas a ornamentos, uma série de novas imagens podiam ser criadas e realizadas em poucos minutos, dependendo da inventividade e destreza do desenhista* (REZENDE, 2003, p.63).

A reprodução de imagens coloridas foi um processo experimentado e aperfeiçoado por muitos impressores e, em 1836, o impressor francês Godefroy Engelmann, desenvolveu o processo chamado de cromolitografia, em que as cores são separadas em pedras diferentes e sobrepostas na impressão. Edna Cunha Lima nos sinaliza sobre a evolução desse processo

A princípio, as cores eram aplicadas em áreas sólidas lado a lado. Pelo fim do século, um método de pontilhamento da imagem permitiu a aplicação de cores de forma mais sutil, com gradientes delicados, resultado de impressões feitas com numerosas pedras, verdadeira seleção de cores manual conseguida com apuro por técnicos altamente especializados, os *cromistas*.

Inicialmente a litografia era usada para a impressão de originais em preto e branco. A partir de 1836, graças às experiências do litógrafo francês Godefroi Engelmann e de seu filho Jean, são feitas impressões a cores, com várias pedras, cada uma para uma cor, em um processo que foi batizado de *cromolitografia* e às gravuras resultantes, de *cromos* (LIMA, E.2000, [p]).

A evolução da técnica da cromolitografia deu origem ao processo de impressão chamado *offset*, onde as pesadas matrizes de pedra são substituídas por materiais mais manejáveis e baratos. Na impressão *offset*, a imagem é gravada em uma folha de metal flexível, geralmente zinco ou alumínio e transferida para o papel por intermédio de um cilindro de borracha (PORTA, 1958, P.293) como nos mostra a figura abaixo:



3. Esquema do processo offset: 1. cilindro da chapa; 2. cilindro da borracha; 3. cilindro de pressão; 4. rolos de tintagem; 5. rolos molhadores; 6. papel.

O termo *offset* vem da expressão *offset lithography*, que traduzido literalmente quer dizer litografia fora do lugar, fazendo referência à impressão indireta, já que na litografia tradicional era direta, com o papel tendo contato direto com a matriz. No Brasil, segundo a Associação Brasileira da Indústria Gráfica, a impressão *offset* só foi realizada a partir da década de 1920⁶.

2.2.1. A litografia no Brasil

O processo litográfico que rapidamente ficou conhecido na Europa e na América do Norte, chegou ao Brasil quase ao mesmo tempo, nos meados do primeiro quartel do século

⁶ Disponível em: <<http://abigraf.org.br/index.php/br/a-abigraf-mainmenu-26/histo-mainmenu-30>> Acesso em: 29 maio 2012

XIX. Costa Ferreira em seu livro *Imagem e letra* descreve a trajetória da implantação da litografia no Brasil e a pontua em três momentos distintos:

Um amadorístico e efêmero com atividade quase secreta e de que não se conhece nenhum produto, a não ser de ouvir dizer; outro, profissional e com duração de alguns anos e pouco distinto pertencente a um artista, com algumas estampas conhecidas; e finalmente o terceiro, oficial e de vida longa [...] cujos trabalhos tiveram ampla divulgação. (1994, p. 313)

O autor ao mencionar um artista teria se referindo ao francês Julien Arnaud Palliere (1783-1862), fixado no Brasil a partir de 1817, antes mesmo de ser publicado o livro *A complete course of lithography* de Alois Senefelder. Palliere foi professor de desenho na corte e da Academia Real Militar, a partir de 1822 ministrou aulas em sua própria academia, a Academia de Desenho Civil e Militar (REZENDE, 2003, p.76). Realizou trabalhos de gravuras em talho-doce, como retratos, condecorações, costumes, figurinos militares, etc. Ferreira nos conta que a descoberta de sete provas litográficas, provavelmente executadas na oficina do Arquivo Militar, anteriores à sua abertura oficial, adquiridas por um colecionador em Bordeus, no ano de 1826, estavam reunidas em um álbum, indicava que seriam portanto as primeiras a serem executadas no Brasil. São elas: uma vista da cidade (1818), um frontispício com motivo religioso (São Sebastião, 1819), uma medalha com a efígie de D. Pedro (1822), dois retratos de D. Pedro I (já imperador), uma gravura do uniforme da guarda de honra do imperador (1825) e uma alegoria fúnebre para D. João VI (1826).

Edna Cunha Lima, em sua dissertação de mestrado intitulada *Cinco décadas de litografia comercial no Recife: Por uma história das marcas de cigarros registradas em Pernambuco, 1875-1924*, chama a atenção, ainda nesses preâmbulos da litografia no Brasil, para o trabalho de outro francês, Hercule Florence (1786-1879), pioneiro da fotografia que teria feito litografias no país. A autora aponta, também, como precedente à existência da litografia oficial do Arquivo Militar, a vinda de uma prensa portátil para o Imperador Dom Pedro II. Tal objeto seria um presente enviado em 1824 pelo Encarregado dos Negócios do Brasil, Domingos Borges de Barros, futuro Barão de Pedra Branca, e incluía uma prensa litográfica portátil, pedra, papel e um exemplar do *Manuel de lithographie*, possivelmente obra de Engelmann. É curioso perceber outro item enviado junto ao material litográfico: a matriz em pedra e alguns impressos da alegoria da independência, *D. Pedro I libertando o Brasil das garras do despotismo*, estampa litografada na oficina de Lasteyrie, em Paris, onde um elemento indígena, sob forma de alegoria representando a nação brasileira está amparada pelo monarca.

Como processo gráfico inovador, a litografia chama a atenção da elite brasileira e de seus governantes. Nesta mesma época, Borges de Barros é incumbido de contratar, na França, um mestre em litografia, assim como uma oficina completa, para responder à demanda cartográfica do Arquivo Militar, e, assim, a técnica é introduzida no Brasil pelos meios oficiais.

A contratação do litógrafo Johan Jacob Steinmann seguiu rígidos critérios de seleção, onde primava o conhecimento de todas as manobras e operações da litografia. Esta dificuldade foi relatada pelo encarregado do Barão de Pena Branca, Domingos Antônio Siqueira, pintor e litógrafo português: [...] *achei no dito Steinmann os conhecimentos que convêm, sabendo igualmente escrever e desenhar paisagem em litografia e conhece o segredo mais particulares das tintas litográficas [...]*(FERREIRA, 1994, p 330). Steinmann chega ao Brasil, após os trâmites burocráticos de sua contratação em outubro daquele mesmo ano, trazendo consigo materiais e máquinas necessárias a um estabelecimento litográfico: uma prensa grande, uma prensa portátil, uma caixa com 76 folhas de zinco, dois caixilhos de furo, quatro rolos, três peneiras, duas pedras de mármore, papel, tinta, água forte, etc.

Em relação à produção litográfica, no Arquivo Militar eram impressos, além de mapas, trabalhos de cunho militar e público, como imagens para cartilhas educativas e tratados militares, prêmios da Academia, figurinos militares. Também foi criado, dentro da instituição, uma Escola de Litografia para habilitar brasileiros à prática e ao exercício da litografia. Steinmann, realiza, também ao longo de seu contrato, trabalhos sob encomenda, pois fora autorizado a trabalhar, além de seu horário no Arquivo Militar, numa oficina em sua própria casa. Conforme se verifica em anúncios de jornais de 1828, ou seja, um ano antes do término do contrato, Steinmann oferecia seus serviços (litógrafo, livreiro, estampeiro e fabricante de sabão) em seu endereço domiciliar. Após o término do contrato, ainda permanece no Brasil até o ano de 1833, quando vai para a Europa onde publica por três anos consecutivos (1835, 1836 e 1839) edições do álbum *Souvenir do Rio de Janeiro*, contendo doze estampas em água.

A litografia viria atender à demanda comercial decorrente da industrialização e da urbanização das cidades brasileiras, e, nesse contexto, percebe-se a implantação de oficinas particulares, geralmente guiadas por estrangeiros, para a produção de efêmeros. A partir do final da década de 1820, casas litográficas começam a se estabelecer na cidade do Rio de Janeiro e em outros centros urbanos, como Recife, que, na década de 1830, foi a primeira cidade provinciana a ter uma oficina litográfica.

Em Minas Gerais, a primeira casa litográfica foi instalada na cidade de Juiz de Fora, no ano de 1888, sob a responsabilidade do italiano Pietro Ângelo Biancovilli, litógrafo e professor de caligrafia, que se tornou o pioneiro dessa técnica no estado.

2.2. Juiz de Fora no contexto da chegada de Biancovilli

Na segunda metade do século XIX, o desenvolvimento do sistema rodoviário e ferroviário favorece o desenvolvimento da lavoura de café, *solucionando assim o grave problema dos transportes e vias de comunicação que impedia o crescimento econômico de Minas* (PIRES, 2009, p. 72). A Zona da Mata era servida pela Rodovia União e Indústria e por duas importantes ferrovias, a Estrada de Ferro D. Pedro II e a Estrada de Ferro Leopoldina. O aperfeiçoamento e expansão do sistema de transportes são refletidos no desenvolvimento e conseqüente processo de urbanização e industrialização do município, como salienta Domingos Giroletti:

A expansão de sistema viário moderno estimulará positivamente o desenvolvimento da lavoura cafeeira em Minas Gerais. [...] As razões da maior concentração de capital devem ser buscadas na abertura da Rodovia União e Indústria, visto que introduziu uma nova dinâmica no esquema de comercialização da produção local. A abertura da Rodovia União Indústria vai transformar Juiz de Fora num entreposto comercial. Vai permitir o desenvolvimento do comércio local, tendo como conseqüência maior concentração de capital. Juiz de Fora se transforma como ponto terminal da mais importante via de comunicação da Província, no local de passagem obrigatória entre Minas e o Rio de Janeiro, no núcleo econômico mais dinâmico da Zona da Mata (1988, p.41).

O desenvolvimento da cafeicultura organiza a economia mineira, aumentando sua receita pública, como também a concentração e acumulação de capital, estimulando, desta forma, o surgimento de núcleos de mercado interno. Na década de 1880, a cidade já configurava um perfil “capitalista”, com investimentos em serviços públicos e atividades urbanas: transportes urbanos, telefonia, telégrafos, serviços bancários, iluminação e fornecimento de energia elétrica, entre outros.

O estabelecimento de um entreposto comercial em Juiz de Fora, resultante da Rodovia União e Indústria, concorre para a convergência de novos e diversificados contingentes populacionais: mão de obra especializada, imigrantes, comerciantes e industriais, favorecendo o processo de industrialização.

Além das atividades de serviços, a diversificação do mercado de consumo deu ensejo também a um significativo crescimento das atividades especificamente comerciais e industriais no município ainda no século XIX. Tal movimento foi, aparentemente, secundado pelas iniciativas de dois setores sociais distintos [...] De um lado a elite local, composta por uma aristocracia agrária, [...] profissionais liberais, comerciantes, etc. [...] Por outro, uma camada de imigrantes, qualificados profissionalmente ou não, que se tornaram pequenos comerciantes e industriais, utilizando suas habilidades profissionais, herdada dos países de origem, com pequenas poupanças acumuladas quando seus serviços na União e Indústria ou mesmo trazidas de sua terra natal e que, diante de uma economia em contínuo crescimento, canalizavam seus recursos e se estabeleciam com seus próprios negócios, muitos a marcar presença, se nutrindo e contribuindo para o contínuo desenvolvimento posterior de Juiz de Fora (PIRES, 2009, p. 76).

A produção de alimentos e bens de consumo acompanhou a demanda do desenvolvimento urbano, a circulação de mercadorias para consumo interno e a exportação facilitadas pelo progresso técnico do setor de transportes. Destacamos aqui como produtos advindos das indústrias nesse período: sacos de algodão para farinha e açúcar refinado, garrafas de vidro, latas para fósforos, cigarros e alimentos, maquinaria industrial simples [...], equipamento têxtil, pequenos motores etc.(IDEM, p.95). O desenvolvimento e o capital advindos do setor agropecuário foram fundamentais para a implantação da atividade industrial, que esteve intimamente ligada à fertilidade da economia agrária brasileira. Isso reforça a necessidade de uma produção de impressos de caráter temporário, que acompanhavam os produtos até seu consumo. A comunicação visual facilitava o reconhecimento e o intercâmbio dos produtos onde eram veiculados.

Percebemos, assim, que as instituições culturais e burocráticas que emergiam decorrentes desse processo de modernização, necessitava de uma interface que correspondesse a essas novas necessidades. Assim, o estabelecimento de uma indústria gráfica para a impressão de jornais, revistas, embalagens, rótulos, cartazes, ações, bilhetes de loterias e outros tipos de impressos efêmeros fazia parte desse projeto.

2.2.1. A Indústria Gráfica em Juiz de Fora no séc. XIX

Com o crescimento da demanda, principalmente em relação à produção de imagens e impressos comerciais e com a instalação da primeira indústria litográfica do estado de Minas Gerais — por iniciativa de Biancovilli — Juiz de Fora se tornou pioneira nesse segmento em Minas Gerais. A Litografia a vapor de Pietro Biancovilli só deixou de ser a única no estado de

Minas na primeira década do século XX. Segundo Albino Esteves (1915,p. 286) a "*Litografia e Estamparia Mineira*" foi fundada no ano de 1912, entretanto, em documento encontrado no Arquivo da Biblioteca Municipal Murilo Mendes, podemos ver a assinatura da Litografia na primeira página do jornal *O Pharol* do dia 11 de setembro de 1911, figura 4.



4. Montagem com detalhes do cabeçalho do Jornal *O Pharol* com a data de sua circulação e a assinatura da Litografia e Estamparia Mineira.

Outras litografias aparecem registradas já na segunda década do século XX como podemos observar, a "*Litografia e Estamparia União Industrial*"- 1918; a "*Litografia Hartmann*"- 1920; a "*Estamparia Juiz de Fora*" - 1923 e a "*Litografia Schmidt*" - 1934⁷, possivelmente formadas ou orientadas por outros estrangeiros. A indústria de laticínios da região também é percebida como um fator originador da demanda de serviços litográficos, fazendo surgir em Minas outras oficinas: Gráfica Castello, em São João Del'Rey, Gráfica Palmyra, em Santos Dumont, Estamparia Santa Ritense, em Santa Rita do Sapucaí, Estamparia Bernardi e Capistrano, em Uberlândia e Imprensa Oficial, instalada em Belo Horizonte no ano de 1918.⁸

A nascente indústria gráfica existente em Juiz de Fora, que se desenvolvia antes da chegada do litógrafo Pietro Biancovilli, pode ter como marco a chegada do jornal *O Pharol*. Oriundo da cidade de Parahyba do Sul, estado do Rio de Janeiro, o jornal se transferiu para a cidade de Juiz de Fora no final da década de 1870. Fundado por Thomaz Cameron em 1871, foi adquirido no final do ano de 1873, pelo francês George Charles Dupin, antes de se transferir para Juiz de Fora. Dupin, que já era redator do jornal dois anos antes de adquiri-lo, foi o responsável por trazer inovações tecnológicas para o jornal, como, por exemplo, a força a vapor para as máquinas impressoras do jornal (ESTEVEES, 1915, p.324) e, também, a importação de equipamentos que nos sugere a intenção de equipar o jornal com uma oficina tipográfica. *O Pharol* possuía uma oficina litográfica desde, pelo menos, 1882, embora não se tenha registros de qualquer tipo de impressão litográfica realizada nas oficinas desse jornal. A

⁷ Fonte: Relatório da primeira etapa do projeto "Memória da Litografia em Minas Gerais" realizado pela Casa de Gravura Largo do Ó in Litografia Industrial/Histórico.

⁸ Cf. O advento da litografia. Revista *Cícero*, 2000, p. 18.

notícia que se tem é que as prensas e as pedras encontradas na oficina desse periódico foram importadas por Charles Dupin, chefe de redação do jornal, que por falta de profissionais da área não pode instalá-los (LOBO,1988,[p]), ficando abandonadas até a chegada de Pietro Biancovilli no ano de 1888. Charles Dupin foi proprietário do jornal até o ano de 1885, quando o jornal passa por diversas mudanças em sua administração tornando-se, no final dessa década, uma sociedade anônima. Na última década do século XIX, faz fusão com o *Diário de Minas*, em 1889 e, em 1899, torna-se *Empresa Tipográfica de Juiz de Fora*, em substituição a extinta sociedade anônima *Empresa O Pharol*. O jornal, que no início da década era semanal e composto em quatro colunas, torna-se diário e composto em formato maior com seis colunas (ESTEVES, 1915, p.324).

Ainda sobre as atividades no ramo industrial da tipografia e artes gráficas, segundo Luís Eduardo de Oliveira, a cidade de Juiz de Fora contava, no período de 1884 a 1902, além da Litografia a vapor de Pietro Biancovilli, com os seguintes estabelecimentos: O *Jornal do Commercio*, fundado em 1896, de propriedade de Antonio Carlos Ribeiro de Andrade, possuía oficina litográfica própria e, entre os anos de 1898 e 1902, tinha uma tiragem diária em média de cinco mil exemplares; a *Typografia Mattoso*, fundada na década de 1890, era equipada com maquinário variado e oficiais habilitados para a execução de serviços tipográficos, de encadernação e pautaçaõ, tendo, entre os anos de 1896 e 1899, o *Almanaque de Juiz de Fora*, com cerca de 350 páginas e tiragem de cinco mil exemplares (2010, p.452).

Na última década do século XIX, registramos a presença de tipógrafos e impressores na cidade, porém dos serviços de litografia consta somente o nome do italiano Pietro Biancovilli, como nos informa o *Almanaque de Juiz de Fora* do ano de 1897⁹, e que haviam trinta tipógrafos atuando na cidade, sendo que destes trinta, dez ofereciam seus serviços também como impressores. Como podemos observar, a cidade não se encontrava desamparada no campo da prestação de serviços gráficos. Entretanto, por aqui circulavam, também, impressos feitos em casas litográficas de outras cidades, como mostra a figura a seguir.



Fig. 5. Bilhete de Loteria do ano de 1888 impresso na Litografia Moreira, Maximínio & Cia.

⁹ Disponível em < <http://hemerotecadigital.bn.br/almanach-de-juiz-de-fora/214329>> Acesso em: 24 set. 2012.

Esse bilhete de loteria da província de Minas Geraes, que tem a data de sete de novembro de 1888, menos de um mês depois da chegada de Biancovilli a cidade, busca arrecadar fundos a favor da Igreja da Matriz e saneamento da cidade de Juiz de Fora. O bilhete foi impresso na cidade do Rio de Janeiro, em uma das mais importantes oficinas do gênero na capital, a Litografia Moreira, Maximínio & C^a. A Litografia Moreira, Maximínio & C^a foi fundada pelos sócios Manuel Joaquim Moreira, Maximino Antonio Correa e Antonio Maria Soares, que se estabeleceram em 1873 com livraria, papelaria, oficina de encadernação, tipografia e litografia, na Rua da Quitanda na cidade do Rio de Janeiro (FERREIRA, 1994.p.410). A imagem que se situa ao centro desse impresso, figura 6, representa a cidade de Juiz de Fora, embora não tenha as características urbanas e geográficas desta cidade.



Fig. 6. Detalhe do bilhete de loteria impresso na Litografia Moreira, Maximínio & Cia

Como podemos perceber havia na cidade de Juiz de Fora uma lacuna a ser preenchida no campo da indústria gráfica. A vinda de um litógrafo no final do século XIX viria ao encontro da necessidade da produção, em grandes quantidades e em prazos curtos, de impressos efêmeros ligados aos setores burocráticos, culturais e comerciais, que a técnica da litografia tão bem atendia.

2.3 Biancovilli, o pioneiro da litografia em Minas

2.3.1 O imigrante Biancovilli

A Companhia União e Indústria, organizada para a construção da rodovia, contribuiu significadamente para a diversificação da mão de obra no município, e, neste sentido, com o fim do trabalho escravo e a escassez de trabalhadores com habilidades adequadas a sua empreitada, Mariano Procópio irá recorrer à imigração para preencher as necessidades de mão

de obra especializada (GIROLETTI,1980,p.56). Além de outras ações que proporcionaram a vinda de imigrantes para região, também é apontada a organização da Sociedade Promotora da Imigração em Minas Gerais, fundada no ano de 1887, por cafeicultores e empresários industriais com vista à introdução e ao estabelecimento de imigrantes na província. No mesmo ano, o governo provincial criava a Hospedaria Horta Barbosa, para receber os imigrantes, regulamentada no início de 1888, ano em que Biancovilli chegou a Juiz de Fora, oferecendo os seguintes benefícios aos que na cidade de Juiz de Fora chegassem:

a) hospedagem gratuita durante dez dias; b) passagem e frete para a bagagem, gratuitamente, para todos os membros da família; c) 90 mil réis para cada um que tivesse a idade superior a 12 anos e que se empregasse na lavoura ou em estabelecimentos comerciais com capital não inferior a 70 contos, noventa dias após seu estabelecimento na província; d) ao fazendeiro, um auxílio de 100 mil réis por casa construída destinada ao aluguel para os colonos (Idem, p. 66).

Embora não tendo sido possível localizar até o momento nas fontes de nossa pesquisa que os favores acima citados foram os elementos facilitadores do pronto estabelecimento da oficina litográfica de Biancovilli no mesmo ano que chegou ao Brasil, podemos nos questionar acerca do que foi dito anteriormente: a cidade estava aberta para profissionais estrangeiros com mão de obra específica, além de ser uma *cidade privilegiada pelo seu posicionamento geográfico, situada na Zona da Mata, próxima da Capital Federal e que possuía uma grande indústria de laticínios* (VENEROSO, 2004, p.19). De acordo com o registro de sua entrada na Hospedaria¹⁰ no dia 31 de outubro de 1888, Pietro Ângelo Biancovilli, chegou ao Brasil acompanhado de sua mulher Luigia, 37 anos, e três filhas: Virginia, Amélia e Adalgisa, respectivamente, com 22, 18 e 10 anos. A importância total recebida do dito auxílio por família, foi de 383,000 mil réis e não há registro de bagagens ou qualquer outro capital, o que nos leva a crer que o imigrante não tenha trazido qualquer instrumento, pedra ou suprimento para a montagem de sua oficina.

Maraliz de Castro Vieira Christo nos relata no capítulo *Trabalho, enriquecimento e exclusão: italianos em Juiz de Fora (1870-1940)* do livro *Solidariedades e conflitos*,

Os italianos que emigraram para Minas Gerais, fugindo da pobreza, eram oriundos da região da Sardenha e, principalmente das províncias de Treviso, Verona, Arezzo, Padova, Torino, Lucca, Sallermo, dentre outras. Fugindo dos problemas acarretados pela unificação da Itália (guerra, desemprego, fome e miséria) e atraídos por intensa e bem dirigida propaganda do governo brasileiro, os italianos deixaram sua pátria em busca de vida digna e prosperidade.

¹⁰ Registro Hospedaria Horta Barbosa SG-801, pag.: 95. Disponível em < <http://www.siaapm.cultura.mg.gov.br> Acesso em: 13 abr. 2012.

A maioria se destinou ao interior de Minas. A cidade de Juiz de Fora, por sua vez, atraiu aqueles que detinham algum preparo técnico ou profissional[...] (CHRISTO *in* BORGES, 2000, p. 135)

Pietro Biancovilli tinha uma profissão, era professor de caligrafia formado na Áustria, e, além dos conhecimentos da arte da litografia que lhe foram passados pelo seu pai, não parecia estar fugindo da pobreza pois logo que chegou à cidade de Juiz de Fora estabeleceu sua litografia.



7. O imigrante italiano Pietro Angelo Biancovilli.

Ao pensarmos sobre a quantia recebida pelo imigrante por ocasião de sua chegada à cidade, percebemos que esta seria insuficiente para que o litógrafo adquirisse os prelos e as pedras do jornal *O Pharol*, o que viria possibilitar, no mesmo ano em que chegou a Juiz de Fora, a instalação de sua primeira oficina litográfica no mesmo ano em que chegou. Esta questão nos leva a refletir que o conhecimento profissional de Biancovilli, que dominava a técnica da litografia, da caligrafia e do desenho, pode ter se tornado uma moeda de troca na aquisição dos prelos e das pedras, por serviços que poderiam ser prestados ao referido jornal. A integração da oficina litográfica de Biancovilli com outras oficinas gráficas da cidade é percebida em diversos momentos, através das fontes coletadas em periódicos e revistas ilustradas da cidade. A exemplo da citação aos seus serviços relatada na edição de 1897 do *Almanack de Juiz de Fora*, onde o redator do dito anuário enfatiza a eficiência e o baixo custo

da Litografia P. Biancovilli que, em parceria com a *Tipografia Mattoso & Medeiros*, haviam proporcionado uma excelência gráfica a esta publicação¹¹, conforme artigo intitulado *Publicações*, que transcrevemos a seguir

Quanto ao trabalho material, o Almanack de Juiz de Fora recomenda de modo vantajoso a Litografia Biancoville e a Typografia dos Srs. Mattoso & Medeiros. Estes senhores prestaram com a publicação do Almanack, de que são dignos editores, ótimo serviço ao Município de Juiz de Fora, e pela terceira vez deram à estampa um anuário ilustrado, que merece favorável acolhimento.

Domingos Giroletti salienta que, *aos imigrantes se devem, além da constituição do mercado de trabalho especializado, os primeiros empreendimentos industriais* (1989, p.74). Os imigrantes artífices, que tiveram cláusulas de contrato mais favoráveis e livres de despesas e com passagens e de alimentação durante a vigência contratual da Companhia União Indústria, criaram a possibilidade de financiar suas empresas com poupanças adquiridas ao longo da construção da rodovia. Vários desses imigrantes, valendo-se de suas especializações, permaneceram em Juiz de Fora e se dedicaram a empreendimentos industriais, *como empresas de transportes, carros e carroças, assim como cervejarias, metalurgia, serrarias entre outros* (Idem, p. 75). A participação dos imigrantes no processo de industrialização ainda se deve à associação entre companheiros ou mesmo às organizações familiares. Diversas empresas, ao longo de seu processo, conseguiram concentrar capital suficiente para ampliar seus próprios negócios, diversificar suas atividades e até investir em outros setores.[...] *Quase 50% das indústrias organizadas entre 1889 e 1930 foram fundadas por imigrantes ou seus descendentes* (Idem, p.79).

As indagações sobre a origem do capital com o qual imigrantes teriam fundado suas empresas carecem de informações mais precisas e Giroletti levanta algumas hipóteses: *parte dessas indústrias [...] surgiram de associação de capitais, esforços, conhecimentos técnicos de dois ou mais imigrantes e de outras condições favoráveis como o mercado consumidor e o de trabalho* (1989, p.80). Pelo que se tem notícias, nos parece que Biancovilli não teve sócios, pois, em todos os documentos coletados é visto grafado o nome da oficina como *Estabelecimento Lithographico a vapor P. Biancovilli*, ou *Lithographia a vapor P. Biancovilli*, *Lithografia Pedro Biancovilli*, entre outras variações, mas nunca é acompanhado da palavra *Companhia* ou *e sócios* comum nas indústrias com mais de um empresário. Apesar de não encontrarmos evidências de ajuda de compatriotas no processo da implantação de seu empreendimento local na indústria gráfica, deparamos com fontes que mostram sua atuação

¹¹ Disponível em < <http://hemerotecadigital.bn.br/almanach-de-juiz-de-fora/214329>> Acesso em: 29 set 2012.

consoiciada com patricios em ilustrações e artigos destinados à comunidade italiana. Como esse, escrito em 15 de setembro de 1993, na coluna do jornal *Juiz de Fora*¹², onde seu nome aparece como membro de um comitê de italianos residentes em Juiz de Fora, responsáveis pelas festas de comemoração do dia da "Unificação da Itália", comemorado no dia 20 de setembro.

Nesse mesmo ano, em associação com outro imigrante, não patricio, reproduz através da técnica da *authographia*¹³ o livro do francês G. Howyan: *Assainissement et agrandissement de La ville de Juiz de Fora*, onde o engenheiro propõe, através de um exercício acadêmico, um plano de saneamento e expansão da cidade, apontando bases para soluções de problemas sob uma visão renovadora e logística. Segundo a *Revista Industrial de Minas*¹⁴ de abril do ano de 1894 em resenha a respeito da publicação, o plano de Howyan foi apresentado à Sociedade dos Engenheiros Civis da França, onde foi recebido com entusiasmo e elogios.

Podemos ainda perceber a participação de estrangeiros patricios na produção de sua oficina, como a ilustração veiculada na primeira página do *Jornal do Commercio*, do ano de 1902, onde assinatura do italiano Giuseppe Caporali figura junto à assinatura da Litografia P. Biancovilli. Giuseppe Caporali era escultor e produtor de ornatos, foi o autor do monumento em homenagem a Francisco Mariano Halfeld e também do busto de Oscar da Gama que se encontram no Parque Halfeld e, como nos informa Maraliz Christo, possuía um grande depósito onde se encontrava tudo que fosse preciso para decoração interna e externa de prédios. Trabalhou para a construtora de Pantaleone Arcuri em obras como a da Igreja do Rosário, o Parque Halfeld e na sede da Companhia Pantaleone, onde produziu uma escultura em cimento de dois metros e meio representando a Indústria (BORGES, 2000, p.148).

¹² Fonte: Arquivo Biblioteca Municipal Murilo Mendes.

¹³ Processo de reprodução litográfica, que consiste em traçar a imagem sobre o papel e com tintas especiais (ditos, por isto, papel e tintas autográficos), e fazendo-se depois o transporte ou decalque na pedra sem alcançar a nitidez do processo comum, tem sobre este a vantagem da rapidez e economia; autolitografia. (PORTA, 1958, p. 32)

¹⁴ Disponível em < <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=053783&pesq=Biancovilli> > Acesso em 24/10/2012.



Fig. 8. Em reunião festiva da comunidade italiana no ano de 1904. Giuseppe Caporali e Pietro Biancovilli os últimos sentados a direita. Fonte: *O lince*, novembro de 1959.

Encontramos registros também, no *Album 6* do Museu Mariano Procópio, da contribuição da Litografia de Biancovilli para a companhia dos empresários italianos Pantaleone Arcuri e Giuseppe Spinelli, imprimindo para a construtora desses senhores, cartões de visitas, recibos, ordens de serviços, catálogos de telhas de amianto, mostruários de ladrilhos hidráulicos, entre outros.



Fig. 9. Capa do mostruário de ladrilhos hidráulicos da Construtora Pantaleone Arcuri

Como professor de caligrafia, o litógrafo imprimiu em 1902, uma cartilha de sua autoria intitulada *Método fácil, prático e econômico* para o ensino da caligrafia escolar que foi adotado em todas as escolas do estado de Minas, por decisão do Conselho Superior da

Instrução Pública, a partir daquele ano. O método fácil e prático da *Cartilha de caligrafia escolar*¹⁵ era tido como “econômico” e seu preço para venda, em anúncio publicado no *Jornal do Commercio*¹⁶, era de R1\$500.



Fig. 10. Anúncio veiculado no *Jornal do Commercio* anunciando o método caligráfico de Pietro Biancovilli.

A utilização da caligrafia e de seus manuais serviram, desde o século XVII, à instrução e à regulamentação da escrita, assim como a ornamentação e o desenho, fazendo parte de uma boa formação. A caligrafia se insere durante o século XIX aos ideais da modernidade e de alfabetização, que, a partir da proclamação da República, buscava retirar o Brasil do atraso educacional, além de promover seu desenvolvimento e progresso industrial.

A oficina de Biancovilli foi também responsável pela produção de mapas destinados à repartição de terras para colonização do Estado de Minas Gerais, segundo publicado no jornal

¹⁵ No verso de um folheto publicitário de sua casa litográfica em documento avulso encontrado nos arquivos do Museu Mariano Procópio encontramos o seguinte texto sobre a cartilha: Calligraphia Escolar methodo Facil e pratico approvedo pelo conselho Superior de Instrução Publica do Estado de Minas Geraes, em Fevereiro de 1902 Organizado por PedroBiancovilli Professor Diplomado - Gravador - Lithographo Juiz de Fora - Minas Geraes Parecer do conselho superior de Instrução Publica do Estado de Minas Geraes sobre o compendio intitulado << Calligraphia Escolar>>, organizado pelo professor P. Biancovilli. O conselho superior depois de ouvir ler e discutir o parecer da respectiva secção, a respeito do compendio acima referido; Considerando que as duas partes do methodo se completam mutuamente, recommendando-se : a primeira, pela nitidez dos caracteres lithographados, cuja gradual disposição e uniformidade correspondem a gradação systemática segundo a qual o ensino é feito com lentidão, mas ao mesmo tempo com exito e sugurança; a segunda, por obedecer a um plano racional e intuitivo, mediante pautas devidamente organizadas para a educação da vista dos meninos e para o bom manejo dos dedos da mão; além do modelo representativo da mão em suas posições interna e externa, encerra o referido methodo uma serie de preceitos muito recommendaveis para os que aprendem a escrever; Resolve approvar o referido methodo << Calligraphia Escolar >> com as complementares pautas para escripta. Sala das sessões do Conselho Superior aos quinze dias do mes de fevereiro de mil novecientos e dois. o presidente, Nelson de Senna - O secretário, Francisco Amedée Perêt* - O diretor, Edmundo da Veiga. VENDE-SE EM JUIZ DE FÓRA, NA LITHOGRAPHIA P. BIANCOVILLI. RUA S. ANTÔNIO, AO PREÇO DE 1\$000 COM 5 MODELOS DE PAUTA.

¹⁶ Fonte: Setor de Memória Biblioteca Municipal

Minas Geraes em outubro de 1895¹⁷, de partituras musicais, cartões postais com imagens de logradouros e edificações da cidade de Juiz de Fora e ilustrações para periódicos. Nos artefatos gráficos encontrados no *Álbum 6*, não há entre eles nenhum impresso de cunho religioso ou como é popularmente chamado, *santinho*¹⁸, porém registramos esse exemplar pertencente aos arquivos do colecionador e historiador Vanderlei Tomaz.



Fig. 11. Santinho com a imagem de Santo Antônio, padroeiro da cidade de Juiz de Fora

Biancovilli morreu no dia 2 de fevereiro de 1921, aos 72 anos, e, segundo o jornal *O Lynce*¹⁹ deste mesmo ano, o imigrante parecia ter uma relação frágil com a igreja católica local.

Faleceu há poucos dias na cidade o antigo industrial Biancovilli. Dias antes, dois padres com o intuito de confessá-lo, etc. foram à sua casa. Agora surge o escândalo: indo a família do morto contratar a missa de 7º dia, os padres não a quiseram dizer, alegando que ele não havia se confessado. Se ele tivesse deixado uns contecos para quem não fosse da família a missa talvez teria sido rezada. São estas atitudes, que forçam o povo a descrer dos ritos católicos, porque Deus não mandaria negar remédio ao paciente.

¹⁷ Disponível em < <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=291536&pasta=ano%20189&pesq=Lithographia> > Acesso em: 09 out 2012

¹⁸ Pequena imagem de santo, a cores ou não, e impressa por qualquer procedimento tipo, lito ou calcográfico, que se costuma distribuir como lembrança em certas cerimônias religiosas.(PORTA, 1958, p.327)

¹⁹ Fonte: Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes

Ao buscarmos seu testamento no Arquivo Histórico da Universidade Federal de Juiz de Fora, tomamos conhecimento que o litógrafo deixou como herdeiros a sua esposa Luiza Biancovilli; sua filha Virgínia Biancovilli, solteira; os filhos de sua outra filha Adalgisa Biancovilli, casada e já falecida na época; Pedro de Castro Biancovilli, Antônio de Castro Almeida Gouvêa, Adalgisa de Castro Ramos, David de Castro Almeida Gouvêa, Francisca Elvira de Castro e Luiza de Castro Rodrigues.

O testamento ainda nos mostra que também obteve, através de sua atuação profissional na cidade, um patrimônio que constava de três imóveis na cidade de Juiz de Fora – um prédio de dois pavimentos na Rua Santo Antônio nº515, terreno próprio; prédio na Rua Benjamim Constant nº 125, edificado em terreno próprio e um prédio na Rua Mariano Procópio nº460, edificado em terreno próprio – e um imóvel na cidade de Barbacena, com oito cômodos, edificado em terreno próprio. Tinha também valores depositados no Banco de Crédito Real: um conto, trezentos e quarenta e três mil, oitocentos e sessenta réis, além de uma promissória de três contos e sessenta mil réis, o que nos sinaliza que o litógrafo Pietro Biancovilli gozou de uma bem sucedida trajetória profissional, ocasionada pelas atividades industriais desenvolvidas na cidade de Juiz de Fora e região.

O imigrante Pietro Biancovilli foi um ator social atuante em momento de grande transformação social e cultural, marcado pelo desenvolvimento da indústria e da urbanização da cidade de Juiz de Fora durante o final do século XIX e início do século XX. Foi um homem de prestígio, não só entre a colônia italiana, mas em toda comunidade do município, deixando o seu nome na memória da cidade, que ainda por muitas décadas foi lembrado em artigos publicados em periódicos da cidade, como também, através de seus rótulos e outros efêmeros, cujos modelos circularam ainda por algumas décadas após o fechamento de sua casa litográfica.

Nesse sentido, interessa-nos analisar a produção de sua oficina litográfica no período de 1888-1914, para perceber como a empresa se insere no processo da criação e circulação das narrativas visuais na cidade de Juiz de Fora no contexto da industrialização e modernidade.

2.3.2 O Estabelecimento Lithographico de Pietro Biancovilli

A casa litográfica de Biancovilli, que contou, a princípio, no período de implantação — no final do ano de 1888 — com pedras litográficas e prelos adquiridos do Jornal *O Pharol*, já

possuía ao final do ano de 1894 equipamentos de uma litografia de grande porte, conforme anúncio publicado no *Jornal Minas Geraes*, nos meses finais deste mesmo ano, colocando a venda seu maquinário:

Lythografia P. Biancovilli. Vende-se em boas condições uma litografia com maquina Marinoni (que pode servir também para tipografia), movida a vapor, também dois tornos litográficos para impressão, 1 machina para cartão de grande tamanho; 2 tranças para cortar rótulos etc; 1 maquina para reduzir desenhos, uma maquina para coser em aço, 1 peça para secar a estampa; mais de 200 pedras, todas com trabalhos; papel, tintas e tudo que é necessário a um grande estabelecimento. Todo o mecanismo é novo. A casa é bem conhecida. A Lythographia Biancovilli, em Juiz de Fora, foi fundada em 1888 e é a única do Estado de Minas.²⁰

Depois de oito anos da instalação de sua oficina à Rua Marechal Deodoro, Biancovilli adquiriu, ao longo de sua trajetória industrial, equipamentos para um atendimento capacitado para impressão e finalização de peças gráficas, tendo, ainda, um estoque de insumos necessários a essas operações gráficas. Contudo, a venda desse maquinário, cujo anúncio circulou no jornal *Minas Geraes* no final do ano de 1894 e início do ano de 1895, pode estar ligada a planos de ampliação de seu empreendimento no mercado gráfico local pois, em 1896, instala sua empresa em prédio próprio, em um sobrado na esquina das ruas São Sebastião e Santo Antônio, onde funcionou até 1914 *contando com o que à época havia de mais moderno em termos de equipamentos.*(LOBO, 2001, p.9)

O Estabelecimento Lithographico de Pietro Biancovilli anunciava, em periódicos da época, o uso de avançados meios de reprodução de imagens, como a zincographia²¹, e a phototypia²², ressaltando a utilização da máquina Marinoni. A presença de uma máquina rotativa, *designação usada para impressoras nas quais tanto a fôrma como o padrão se adaptam a cilindros que giram velozmente, enquanto entre eles escorre a folha de papel contínuo, que vai desenrolando de bobinas alimentadoras* (PORTA, 1958, p.366), nos aponta o nível de tecnologia encontrado neste estabelecimento. As rotativas foram aperfeiçoadas no final da segunda metade do século XIX e, Hippolyte Marinoni, mecânico e tipógrafo francês

²⁰ Disponível em< <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=291536&pasta=ano%20189&pesq=Biancovilli>>
Acesso em: 04 out 2012

²¹ Processo de impressão litográfica, no qual a pedra é substituída por uma placa de zinco devidamente preparada. (PORTA, 1956, p.420)

²² Processo de impressão planográfica semelhante a litografia, baseada na descoberta de Poitevin, em 1855, da propriedade que a gelatina bicromada tem, quando úmida, de reter as tintas graxas apenas nas partes que sofreram a ação prévia da luz. Como suporte, a princípio usou-se a pedra litográfica, substituída mais tarde por uma placa de cobre ou, melhor, de vidro muito grosso, onde se espalha a solução gelatinosa, que se faz secar no escuro. Impressionada através de um negativo fotográfico, e lavada em água corrente para livrá-la do bicromato que não sofreu alteração, a gelatina seca em lugares onde a luz pode atravessar os claros do negativo, adquirindo a propriedade de absorver menos ou mais tinta, de acordo com a quantidade de luz recebida, e pode assim, no prelo, reproduzir o original fotográfico, em todas as suas delicadas tonalidades. (Idem, p. 170)

de origem italiana, foi responsável pela construção dessas primeiras máquinas de reação, colocando no mercado, no ano de 1866, uma rotativa que imprimia 10.000 exemplares por hora, necessitando apenas de três operários para conduzi-la.

A litografia de Biancovilli funcionou por dezoito anos no sobrado da esquina da rua Santo Antônio com a rua São Sebastião encerrando suas atividades comerciais em 1914, o que nos a indagação sobre os motivos que o levaram a finalizar sua produção comercial, num momento em que, segundo Anderson Pires, os setores de litografia e de mecânica obtinham um desenvolvimento bastante razoável no município, devido à deflagração da Primeira Guerra Mundial (1914).

O processo de diversificação industrial ocorre em Juiz de Fora, mais ou menos na mesma época que ocorreu em áreas tipicamente agrário-exportadoras depois da Primeira Guerra Mundial. As indústrias que se desenvolveram a partir da Primeira Guerra Mundial tem características diferentes das desenvolvidas anteriormente. Representam a diversificação industrial e transição para um sistema econômico voltado para capital industrial. Produção de bens intermediários: cimento, ferro e aço, produtos químicos, fertilizantes, papel e celulose [...] bens de capital como máquinas e equipamentos. (PIRES, 2009, p. 106)

Talvez a resposta a essa indagação esteja nos vinte e quatro anos de serviços prestados à cidade de Juiz de Fora e região, pois, afinal, o litógrafo Biancovilli estaria com 64 anos ao se aposentar de suas atividades industriais. A diversificação industrial e a demanda de serviços litográficos fizeram com que surgissem oficinas concorrentes não só em Juiz de Fora, mas também em São João del Rei, Palmira, Santa Rita do Sapucaia para atender encomendas de Minas Gerais e de outros estados. A intensidade da atividade acabou levando à especialização das oficinas, a exemplo das estamparias em metal (folha-de-flandres, para embalagens e objetos manufaturados) que muitas vezes faziam parte da indústria produtora desses produtos. A concorrência aparece com o surgimento de novas estamparias nesse período, como a *Estamparia Mineira* (Accácio Teixeira e Alves), fundada em 1911, e que, em 1923, passa a se chamar *Estamparia Juiz de Fora*. Em 1916, o fazendeiro J. R. Ladeira amplia sua fábrica de baldes, zinco e latas para manteigas, etc., oferecendo serviços de estamparia sob o nome de “Companhia Indústrias Reunidas” que, a partir de 1920, desponta com o nome *Litografia e Estamparia União Industrial* (ESTEVEZ, 1915, p.286). Entre outras companhias surgidas, vale destacar que muitas indústrias de bebidas e de alimentos mantinham dentro de seus estabelecimentos oficinas litográficas próprias para atender às necessidades de rotulagem e embalagem de seus produtos.

2.3.3 O Litógrafo Ilustrador

Nos jornais e revistas da cidade, no período em que Biancovilli desenvolvia suas atividades, além dos arquivos de impressos locados no *Álbum 6* da Fundação Museu Mariano Procópio, é possível perceber alguns trabalhos como sendo autorais do litógrafo, principalmente nas ilustrações em que sua assinatura se encontra sozinha. Observamos algumas vezes a assinatura de Biancovilli ao lado da assinatura de outros artistas, ou mesmo somente a assinatura de sua casa litográfica, sem a assinatura do artista, o que nos traz a dúvida quanto a sua autoria. A imagem a seguir é um exemplo:

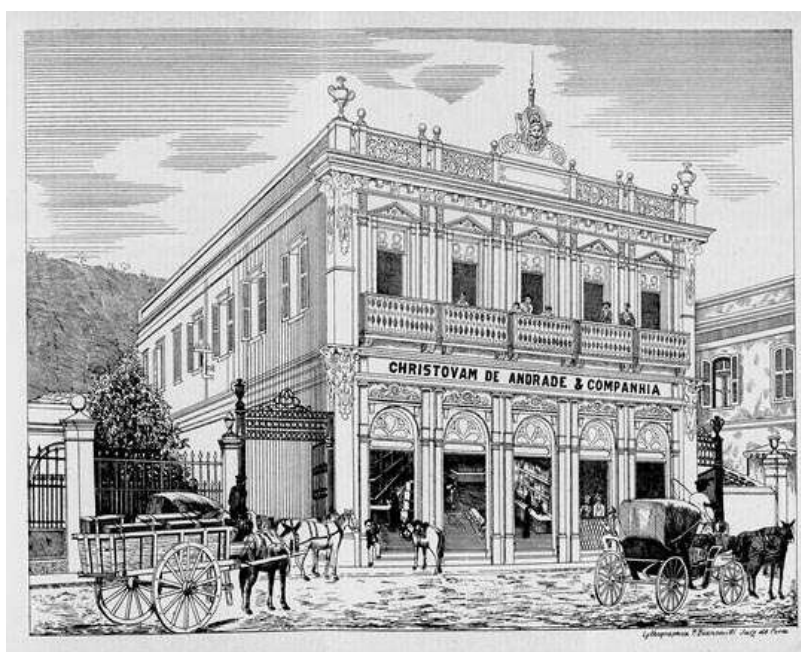


Fig. 12. Ilustração feita por Alberto Delfino para o Almanach Juiz de Fora do ano de 1898 onde se encontra a assinatura da Litografia P. Biancovilli abaixo, à direita.

Segundo informações que constam na página 369 da edição nº 3 do *Almanach de Juiz de Fora*, a representação do prédio do armazém Christovam de Andrade se deve ao lápis do pintor Alberto Delfino sendo executadas no creditado estabelecimento do sr. Pedro Biancovilli²³, fazendo referências que o desenho poderia ter sido passado para a pedra por Biancovilli e impresso em sua oficina litográfica.

Porém, em alguns artefatos comerciais encontrados no *Álbum 6* da Fundação Museu Mariano Procópio e em periódicos colhidos no Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes, encontramos algumas ilustrações que poderiam ter sido executadas por

²³ Disponível em < <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=214329&pasta=ano%20189&pesq=Biancovilli> >
Acesso em: 24 out 2012

Biancovilli, talvez auxiliado pelo uso do papel transporte, que possibilitava a transferência, ou mesmo a cópia de outros impressos e ou com utilização de outras técnicas para a reprodução de desenhos, conforme consta na listagem de maquinário que coloca à venda em 1894, na qual figura uma máquina para reduzir desenhos.



Fig. 13. Panfleto publicitário pertecente ao Álbum 6 onde a ilustração tem como assinatura as iniciais P e B.

O uso das iniciais P e B ou somente seu nome sem a palavra "litografia" também pode ser um indício de desenhos autorais. Em muitas ilustrações encontradas nas fontes levantadas, essa informação varia, em alguns momentos: figura somente o nome da litografia, em outros, o nome da litografia e o nome do desenhista, como no caso visto do escultor Caporali, ou então, encontramos seu nome como única assinatura, variando sua forma de apresentação com o uso da suas iniciais, P. Biancovilli ou somente Biancovilli.



Fig. 14. Ilustração veiculada no *Jornal do Commercio* em março do ano de 1898 com a assinatura da Litografia P. Biancovilli

Percebemos nas ilustrações onde Biancovilli assina sozinho o seu nome, uma expressão própria e um despojamento no traço recorrentes em outras figuras publicadas em outras ocasiões.



Fig. 15. Ilustração veiculada no *Jornal do Commercio* em abril do ano de 1898 somente com a assinatura de Biancovilli

Os temas dessas ilustrações nos fazem perceber a preocupação no projeto de construção da imagem da cidade, produzindo imagens de locais públicos, personalidades relevantes do município e do contexto nacional, como explica essa nota publicada no *Jornal do Commercio* de maio de 1899, onde a iniciativa da publicação de tais ilustrações é ressaltada:

É a folha de maior circulação no Estado de Minas Geraes, como o demonstra a sua elevada tiragem. Nas suas ilustrações estampadas periodicamente, tem figurado os maiores vultos nacionaes, os principaes acontecimentos históricos, vistas de cidades mineiras, de importantes edificios públicos e particulares²⁴.

No jornal *O Pharol* em edição de janeiro de 1900, por ocasião da comemoração da virada do século, Biancovilli brinda os leitores com um interessante desenho de folhinha com os meses do novo ano, impressos luxuosamente em duas cores, azul e dourado. Nesta

²⁴ Fonte: Setor de Memória da Biblioteca Municipal Murilo Mendes.

ilustração podemos perceber uma similaridade característica do traço do litógrafo com a ilustração da estátua de Tiradentes mostrada anteriormente.



Fig. 16. Capa do jornal *O Pharol*, janeiro de 1900

Na interessante composição de moldura feita com uma coroa de louros entrelaçada por fita esvoaçante que saúda os leitores, Biancovilli aproveita essa forma orgânica para nelas colocar os meses do ano, que aparecem compostos em tipografia. Ao centro aparece flutuante, o ano velho com sua foice, num gesto de despedida, indo em direção à constelação Cruzeiro do Sul. A palavra *Brazil*, grafada no globo terrestre ao seus pés, aparece como contraponto às estrelas, reforçando o caráter ufanista da imagem. O novo ano desponta no horizonte com

uma tocha de luz, que ilumina um coro de anjos que circundam uma cruz. A mensagem de fé e patriotismo assim são expressas, juntas num sentimento de honra nacional.

A litografia de Biancovilli assina também ilustrações para artigos técnicos, o que nos indica que, entre os serviços prestados pela sua oficina, constava também a transposição de desenhos para a matriz litográfica, favorecendo, assim, a sua reprodução gráfica. No caso mostrado a seguir, quem assina é a litografia e não o autor das imagens feitas para o jornal *O Pharol*, de 24 de fevereiro de 1907, em curioso artigo intitulado “A Telephotographia, a nova invenção do professor Korn”.

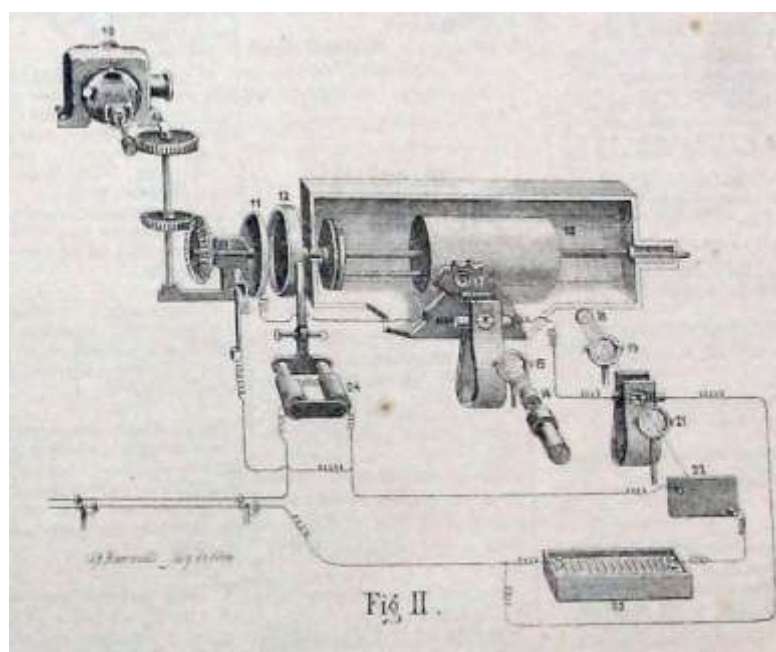


Fig. 17. Detalhe da página do jornal *O Pharol* de 24 de fevereiro de 1907

É possível constatar, também a partir das fontes levantadas, sua produção inerente à reprodução de imagens de paisagens e logradouros da cidade. Trata-se de uma prática da representação da cidade atrelada a ideia de progresso, em que os cartões postais eram importantes testemunhos do desenvolvimento.

As imagens desses cartões mostram o Parque Halfeld, com seus monumentos e fontes, assim como o hospital Santa Casa, o colégio Academia de Comercio, a Igreja Matriz, entre outros locais, que registram a civilidade e transformação do espaço urbano de Juiz de Fora que ocorreram no período demarcado.



Fig. 18. Cartão postal do Parque Halfeld, comercializado pela Litografia P. Biancovilli

A cena ilustrativa do Parque Halfeld, impressa no cartão postal acima apresentado, nos sugere o registro de um momento, em que as pessoas paradas olham para um ponto em comum, como que estivessem pousando para uma fotografia.



Fig. 19. Foto postal do Parque Halfeld de autoria de Soucasaux²⁵ feita no início do século XX.

²⁵ Francisco Soucasaux, português de ascendência francesa que aqui esteve em 1903. Como outros profissionais que montaram ateliês na cidade - a maioria de origem estrangeira -, Soucasaux foi atraído pela crescente infra-estrutura urbana e pelo dinamismo industrial e cultural de Juiz de Fora. O resultado de sua breve passagem por aqui é uma preciosa documentação de época: um conjunto de fotografias que hoje integra o acervo do Museu Mariano Procópio. Disponível em < http://www.dezenovevinte.net/bios/bio_soucasaux.htm > Acesso em: 24 fev 2012.

Nesse aspecto, cabe ressaltar que o uso do papel para transporte ou o papel autográfico, que era *utilizado em litografia para fazer os transportes sobre a pedra ou o metal, sendo constituído por uma folha de China, pelure, gessado ou outro, coberta de uma leve camada gomosa composta principalmente de amido ou gelatina* (PORTA, 1958, p.308), o que facilitaria o processo de cópia de uma imagem já impressa, como fotografias ou gravuras, a ser transportada, para uma matriz para impressão em grandes quantidades.

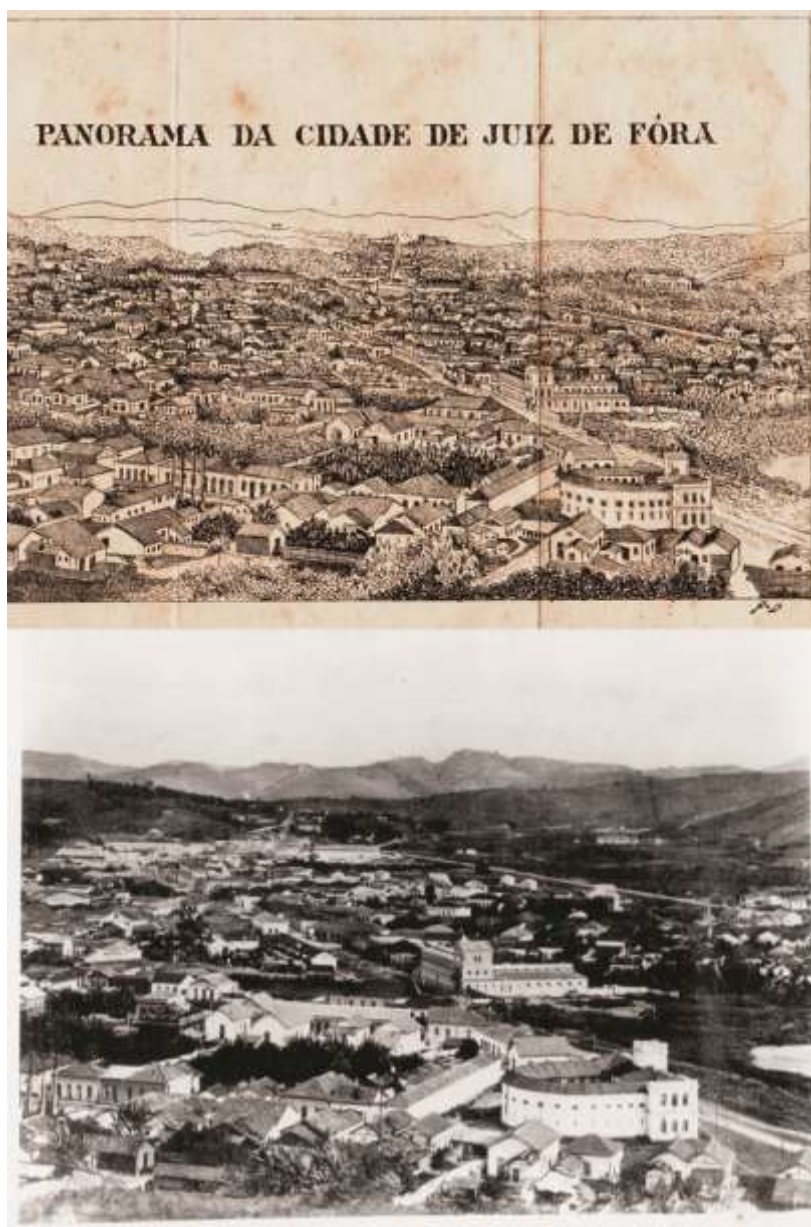


Fig. 20. Acima, detalhe do encarte com o panorama da cidade de Juiz de Fora impresso na Litografia P. Biancovilli na década de 1890; abaixo uma fotografia panorâmica parcial feita em 1893 por autor desconhecido, arquivo da Fundação Museu Mariano Procópio.

Como podemos perceber a partir dos pontos analisados nesse capítulo, Pietro Biancovilli era, além de um hábil litógrafo e calígrafo, um bem sucedido empresário que atualizou a indústria gráfica de Juiz de Fora, com a tecnologia trazida através dos processos litográficos, colocando a cidade como pioneira no ramo no estado de Minas Gerais, durante o século XIX, onde operou como única até a primeira década do século XX.

A abrangência comercial dessa casa litográfica na região pode ser vista no catálogo de efêmeros pertencentes a Fundação Museu Mariano Procópio, *Álbum 6*. No próximo capítulo, fomos buscar, através da análise tipográfica de seu conteúdo, quais indústrias utilizavam a sua tipografia, quais os produtos de maior e menor incidência entre eles, quem eram seus clientes e como era utilizada a tecnologia dessa oficina.

3. O ÁLBUM DA FUNDAÇÃO MUSEU MARIANO PROCÓPIO (MAPRO)

O *Álbum 6 da Coleção/arquivo: Litografia Biancovilli. Código: LB. Data/Local: vários. R.P: 15. Caixa 06* constitui o objeto de pesquisa e análise para a elaboração desse estudo. O álbum encontra-se arquivado na Mapoteca da Fundação Museu Mariano Procópio (MAPRO), em Juiz de Fora, Minas Gerais.

O Museu Mariano Procópio é símbolo da memória histórica do Brasil e também um marco do pioneirismo da cidade de Juiz de Fora. Fruto da obstinação do juiz-forano Alfredo Ferreira Lage (1865/1944), que dedicou sua vida à formação de um dos mais significativos acervos artísticos, históricos e de ciências naturais do país. Filho de Mariano Procópio Ferreira Lage – construtor da primeira estrada de rodagem macadamizada no Brasil, a União e Indústria e grande incentivador da vinda de imigrantes qualificados, italianos e alemães para a cidade. Em 1861, Mariano construiu a Villa para receber a família imperial de D. Pedro II e Alfredo Ferreira Lage transformou-a em museu particular, em 1915, nascendo assim o primeiro museu de Minas Gerais.

O interesse pelo colecionismo de Alfredo Lage é observado por Carina Martins Costa²⁶, quando descreve o seu acervo, existente no ano de 1915: *seis grupos de coleções, a saber: mineralogia e diversos ramos das Ciências Naturais; numismática; autógrafos e gravuras; mobiliário e objetos históricos antigos; Belas Artes e Cerâmica.*

O relato dessas coleções nos aponta a variedade do conjunto e nos remete ao paradigma de construção dos primeiros museus da modernidade, considerados como "gabinetes de curiosidades". O volume do acervo levou Alfredo à construção de um prédio anexo à Villa, onde foi criada a Galeria Maria Amália para abrigar parte das obras que integram a pinacoteca de reconhecida importância, abrangendo, principalmente, o período de 1870 a 1930.

Em 13 de maio de 1922, o Museu Mariano Procópio foi oficialmente aberto ao público e inaugurado com acervo que ocupava tanto a Villa quanto o anexo. Em 29 de fevereiro de 1936, Alfredo Ferreira Lage efetivou a doação, ao município de Juiz de Fora, do conjunto do Parque e do Museu Mariano Procópio.

²⁶ In O Museu Mariano Procópio, 2006, p.13.

3.1. O *Álbum 6*

No *Álbum 6* de efêmeros comerciais da Fundação Museu Mariano Procópio, encontramos preservado uma significativa parcela da história das artes gráficas em Juiz de Fora. Esses impressos que, a princípio, foram produzidos com intenção de descarte rápido e de pequena vida útil, são registros também das características dos produtos, do comércio e da sociedade no qual se inserem e o ato de preservá-los nos indica o apreço a eles dispensado pelo autor da coleção. Podemos trabalhar com a hipótese que, o neto de Pietro Angelo Biancovilli, Pedro de Castro Biancovilli, filho de Adalgisa Biancovilli e David de Castro D'Almeida Gouveia, tenha preservado esses registros, e por fim, os tenha depositado nessa Fundação. Pedro de Castro Biancovilli parece ter sido o colecionador que guardou esse mostruário da antiga Litografia a vapor P. Biancovilli. Pedro foi também litógrafo e trabalhou para a Litografia União Industrial na década de 1920, outro indício a respeito pois, no *Álbum 6*, além dos modelos impressos da Litografia Biancovilli que ocupam as suas primeiras páginas, constam também artefatos gráficos produzidos na Litografia União Industrial. O neto de Biancovilli, Pedro Biancovilli, foi para o Rio de Janeiro trabalhar como litógrafo no Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e, durante a década de 1960 e 1970, forneceu à imprensa de Juiz de Fora arquivos advindos da litografia de seu avô, para publicação em periódicos da cidade como *O Lince*. De qualquer forma, a preservação desses artefatos tornou-se importante fonte de informação da história cultural de nossa cidade e região. Como destaca o historiador Rafael Cardoso, esses efêmeros, *geralmente produzidos para atender a finalidades imediatas e transitórias, refletem costumes e opiniões com uma informalidade e vivacidade impensadas, que faltam, muitas vezes, às fontes impressas mais consideradas* reafirmando a importância de também observarmos, através dos efêmeros, *as práticas comerciais, informações de preços, mercado e tecnologia, inclusive no que diz respeito à evolução do próprio meio gráfico.*

Há dois álbuns na MAPRO com trabalhos assinados pela Litografia Biancovilli. Um álbum de cartões de visitas que, no caso de nossa pesquisa, não foi utilizado como corpus, embora tenha sido consultado como referencial da época, e o *Álbum 6*, onde concentramos nossa atenção. A data que foi caprichosamente desenhada na folha de rosto, 1910 a 1914, não nos indica precisamente as datas dos documentos, como pudemos perceber, pois existem rótulos de produtos premiados na exposição de São Luís, em 1906, e um bilhete de loteria do ano de 1901, entre outros.



Fig. 21. Folha de rosto do *Álbum 6* da Fundação Museu Mariano Procópio

Em 88 páginas numeradas do álbum, 27 delas são impressos pertencentes à Litografia Biancovilli, sendo o restante pertencente à Litografia Mineira, a segunda litografia a atuar na cidade de Juiz de Fora a partir de 1911. Além desses álbuns, o de efêmeros e do álbum de cartões de visitas, existem dois documentos avulsos, guardados junto a essas caixas, que fazem parte de sua produção comercial: são dois cartões da Litografia Biancovilli, tendo um deles no verso, orçamentos de impressão de rótulos escritos à mão.

Privilegiar o álbum de efêmeros comerciais ao de personagens da sociedade local definiu a escolha da nossa pesquisa, tendo em vista entender melhor a atividade de uma indústria gráfica então emergente pela diversidade de produtos que circulavam em Juiz de Fora no período de nosso recorte (1888-1914).

Através da significativa amostragem contida nesse álbum, ou seja, 130 efêmeros, entre rótulos, cartões, bilhetes, cartazes e outros, tentaremos vislumbrar, pelo quantitativo dos rótulos, a variedade da indústria local; o repertório visual utilizado; os serviços comerciais; a abrangência do trabalho da Litografia Biancovilli na região; a divisão do trabalho na oficina, além das técnicas utilizadas pelo litógrafo.

Demonstrando a variedade da indústria local na época, percebemos rótulos que remetem a produtos farmacêuticos, alimentícios e bebidas, peças de vestuário e prestações de serviços. No repertório imagético apreciado no *Álbum 6*, notamos a utilização de uma linguagem visual pertinente ao período, além do livre entrelaçamento de imagens e letras, a

liberdade de construções tipográficas, elementos arquitetônicos reutilizados como aparatos na composição gráfica, e, também, elementos tradicionalmente associados a certos produtos, como, por exemplo, a reprodução em rótulos de cerveja de atributos recorrentes às cervejarias alemãs: a estrela do cervejeiro, a loura servindo o bebedor de cerveja, o barril, o copo, o bebedor e os ramos de lúpulo (LIMA,E.,2003, p.51). Há também, os elementos da heráldica, a utilização de imagens do imaginário europeu como alegorias e figuras mitológicas, os símbolos da modernidade e do progresso, como podemos perceber na imagem da locomotiva a vapor que ilustra o rótulo da cerveja preta de Caetano Presta.



Fig. 22. A locomotiva, símbolo da modernidade e do progresso ilustra o rótulo da Cerveja Preta de Caetano Presta.

As imagens do *Álbum 6* nos levam ao conhecimento do contexto urbano vigente, como podemos perceber nos serviços apresentados nos cartões comerciais, que oferecem serviços de alfaiataria, costura, confecção de sapatos sob medida, pensionatos e refeições, pintura e decoração, entre outros; e também a contribuição de Biancovilli na confecção de cartilhas escolares para a prática de caligrafia nas escolas, além da produção gráfica de insumos burocráticos para instituições privadas, como letras, câmbio e ações, diplomas e impressos para instituições culturais.



Fig. 23. Cartão comercial da fábrica de coletes da Madame Viola Casali Tortori

Esse variado conjunto de tipos de impressos retrata em seu cerne elementos de um cenário urbano inserido nos ideais de progresso vigente nesse período: o álbum nos apresenta Biancovilli como um ator social com importante participação no "projeto de modernização" ditado pela classe dominante local, como sinaliza Maraliz Christo

[...] um projeto de modernização patrocinado pelos fazendeiros e industriais, que visa satisfazer à necessidade de um maior controle sobre o espaço urbano e a população. É indispensável um plano de modernização que forneça uma infra-estrutura capaz de suscitar o desenvolvimento industrial. Neste momento, os jornais, as escolas, os teatros, as instituições culturais... têm o papel de, além de formar os trabalhadores e quadros burocráticos, incutir na opinião pública o desejo de "civilizar-se". (CHRISTO, 1994, p.67)

A Litografia de Biancovilli se inscreve perfeitamente nessas necessidades vigentes, nos novos *habitus*. Assim é pertinente o aparecimento de uma indústria gráfica capaz de produzir rótulos dos produtos fabricados, internamente e a impressão de ilustrações que permitam a circulação de circular nos cartões postais imagens de uma cidade, que se apresentava civilizada e urbanizada. O seu método fácil e prático *Cartilha De Caligrafia Escolar* também vem ao encontro desses anseios da sociedade, que buscava alfabetizar através modelos educacionais adequados a um país moderno. Como anunciado nos jornais, a litografia ainda executa *Apólices de empréstimos, Ações de companhias, Diplomas para sociedades, Bilhetes de Loteria, Facturas. Recibos, Letras em branco, Cartões commerciaes, Cartões de visitas especiaes com monogramma*, ou seja, tudo o que uma sociedade burocrática e industrial em formação necessitava para estabelecer seu *status* como

Manchester Mineira. O avanço da litografia irá proporcionar um novo padrão de consumo cultural de imagens inédito na história da cidade.

3.2. A tecnologia vista nos efêmeros

Nos arquivos do *Álbum 6*, e entre os documentos levantados no Setor de Memória da Biblioteca Murilo Mendes, percebemos a Litografia de Biancovilli inserida no mercado global e utilizando tecnologias pertinentes ao seu tempo.



Fig. 24. Cartão postal publicitário da Lithographia a Vapor P. Biancovilli. Arquivo da Fundação Museu Mariano Procópio.

A utilização da energia a vapor significava eficiência, precisão, rapidez e a impressão em grandes quantidades, entretanto, a informação de que a litografia era a vapor *só foi interessante nos anos em que isso era uma novidade, ou seja, quando a mudança tecnológica teve lugar* (CUNHA LIMA, 1998, p.187). Com a modernização das oficinas litográficas seria impossível não utilizar a energia, para as grandes tiragens, e essa informação já não seria importante como adjetivo para constar como elemento gráfico persuasivo. Entretanto, como pudemos constatar nos anúncios da Litografia P. Biancovilli que circularam nos jornais do início do século XX, essa informação ainda constava junto de outro recurso tecnológico que era indício de utilização de tecnologia avançada, a Máquina Marinoni, além das técnicas da fototipia e zincografia.



Fig. 25. Anuncio do Estabelecimento Litografico a vapor P. Biancovilli veiculado no *O Pharol* do ano de 1909.

A phototypia (ou fototipia) é um processo de impressão fotomecânica, comercializada a partir de 1868, que permite imprimir muitas provas a partir da mesma matriz, com excelente reprodução dos meios-tons, detalhe minucioso nas sombras e a aparência de fotografias reais. Consiste em gravar o negativo fotográfico com tinta forte por meio de gelatina bicromada exposta ao sol. Como atuação e incorporação da fotografia em seu trabalho, podemos citar Maraliz Christo, em seu texto *A fotografia através dos anúncios de jornais. Juiz de Fora (1877-1910)*:

Será também no jornal *O Pharol* que primeiro podemos observar a adoção das modernas técnicas de reprodução fotomecânica a partir de 1890. O emprego do processo de fototipia para a reprodução de imagens fotográficas fica claro, por exemplo, no texto abaixo, extraído das páginas de *O Pharol*:

(...) trata -se de uma folha, em que no centro de um belíssimo trabalho de litografia, feito pelo hábil artista, sr. Biancoville, aqui residente, vê-se uma magnífica vista fototípica do prédio em que é estabelecida a Casa da Barateza, vista que, nos parecia desnecessário dizer, foi executada por Ehrhard Brand, a quem deve *O Pharol* verdadeiros sucessos, dando a seus leitores retratos absolutamente parecidos com os originais. (*O Pharol*, 13/11/1890. Arquivo Público de Juiz de Fora).

No álbum há pelo menos 26 itens em que essa técnica parece ser utilizada para retratar os edifícios e lugares públicos da cidade de Juiz de Fora, entre cartões postais e rótulos nos quais figuram as fachadas dos respectivos estabelecimentos comerciais.

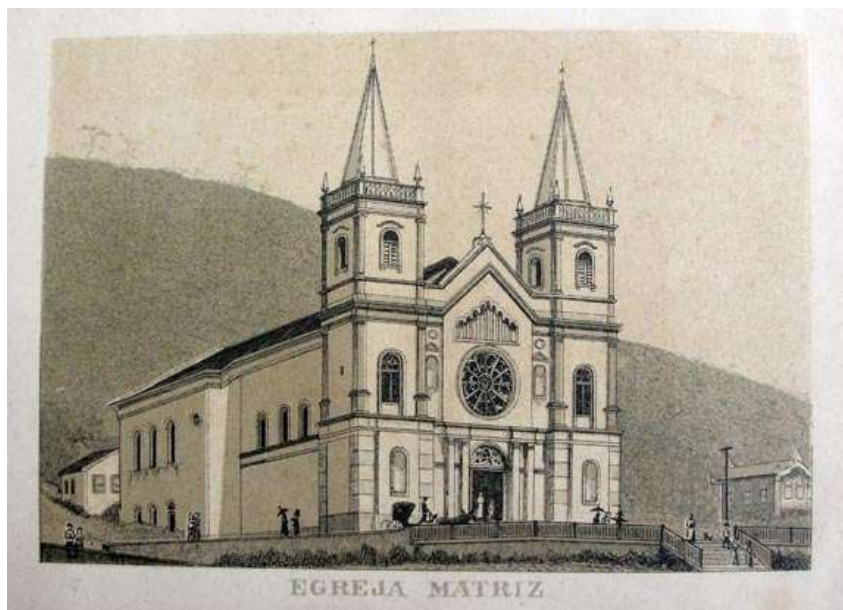


Fig. 26. Cartão postal da antiga Igreja Matriz, hoje Catedral Metropolitana comercializado pela casa litográfica de Biancovilli.

A autographia também aparece como técnica praticada na oficina litográfica de Pietro Biancovilli em jornais que circulavam no final do século XIX, como podemos perceber na ilustração *O Grito do Ipiranga*, publicada em 7 de setembro de 1898, no *Jornal do Commercio*.



Fig. 27. Detalhe da ilustração da primeira página do *Jornal do Commercio* na qual aparece a palavra Autographia ao lado da assinatura de Pietro Biancovilli

A Zincografia, ou seja técnica com a utilização da placa de zinco em substituição a matriz de pedra, a técnica aparece grafada em anúncio veiculado no jornal *O Pharol* de outubro de 1890.



Fig. 28. Detalhe da ilustração feita por Pietro Biancovilli que anuncia a técnica da Zincografia.

Na coleção do *Álbum 6* a maioria dos artefatos gráficos foram impressos a cores, por vezes em só uma cor, em outras, em quatro ou mais cores e, ainda, com utilização do dourado. A maioria dos impressos comerciais desse álbum encontram-se impressos com três cores e as mais comuns são o preto, o vermelho e o dourado ou o preto, o azul claro e o dourado. A utilização da cromolitografia, ou seja, *qualquer processo de impressão a cores com matriz plana, ou litográfica* (PORTA, 1958,p. 102) é vista nesse conjunto de impressos da Litografia Biancovilli, alguns com utilização de técnicas de pontilhismo que se sobrepõem e possibilitam uma fusão ótica das cores impressas.



Fig. 29. Detalhe do rótulo onde há sobreposição de cores.

Na segunda metade do século XIX, alguns litógrafos fizeram experimentos sofisticados quanto à teoria das cores e suas misturas, valendo-se das técnicas de pontilhismo para sobrepor à impressão das tintas amarela, azul e vermelha, além de outras, para representar, por exemplo, a cor da pele. O resultado desse pontilhamento se assemelha o que hoje conhecemos como retícula, onde cada cor era separada por pedra por um cromista, podendo ter texturas e inclinações diferentes para cada cor, alcançando, assim, melhor resultado na impressão.

Apesar de não encontrarmos arquivos que comprovem efetivamente o trabalho de terceiros em funções específicas, ou ainda, uma divisão de trabalho praticado na Litografia Biancovilli, sabemos que em uma oficina desse porte existiriam profissionais responsáveis pelas várias etapas do processo, como o de preparo das pedras, o desenhista, o letrista, o cromista e o operador de prensa, uma vez que *um único profissional seria incapaz de exercer todas as funções da litografia moderna.* (CAVALCANTI, ano, p.43)

Pudemos identificar os nomes de alguns desenhistas, registrados por meio de assinaturas em alguns rótulos, mesmo que por algumas vezes, de forma camuflada.



Fig. 30. Detalhe do rótulo do *Álbum 6* com assinatura espelhada.

No exemplar de rótulo acima, o nome da autora do desenho Celeste se encontra espelhado e é acompanhado de um desenho da estrela de cinco pontas. Como se trata de um rótulo de estoque, ou seja, um rótulo com a estrutura padronizada para acomodar diferentes informações, não podemos afirmar que o autor ou autora desse desenho faça parte do quadro de funcionários da Litografia de Pietro Biancovilli.

Entretanto sabemos, através de nossas fontes documentais, que os artistas Alberto Delfino e Giuseppe Caporali, e também o fotógrafo Ehrhard Brand, tiveram seus trabalhos executados e impressos nos prelos dessa oficina. Mesmo não fazendo parte da equipe da

oficina litográfica de uma forma indireta, os artistas citados contribuíram para a formação de seu repertório imagético.

Os impressos comerciais, em sua maioria, não tinham a tradição de serem assinados por seus autores: não eram assinados, não havia autor; o que prevalecia era somente o nome da litografia. Apesar disso, a assinatura de Biancovilli é vista na maioria dos impressos comerciais observados no *Álbum 6*; o nome de seu estabelecimento e o seu nome aparecem em 65% dos efêmeros, em distintos momentos e grafados de variadas formas, como por exemplo: P. Biancovilli, Lith. Biancovilli, Lit. P. Biancovilli, Biancovilli, P.B.

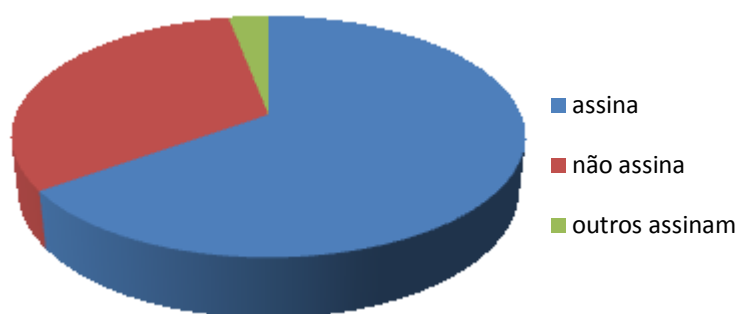


Gráfico 1. Identificação do nome da litografia e a assinatura de Biancovilli

Biancovilli assina mais da metade dos rótulos comerciais de acordo com tradição da gravura e, em alguns efêmeros, o seu nome ou do desenhista colaborador aparece à esquerda e o nome da Litografia à direita. Segundo Rafael Cardoso, *assim, o litógrafo comercial ocupava o espaço tradicionalmente reservado a um artista plástico de renome*, o que nos permite identificar a posição de artista que Biancovilli gozava na cidade e, ainda, como a circulação de sua assinatura em rótulos e em outros impressos comerciais era proveitosa tanto para o artista quanto para o produto.

As atividades e aparatos desenvolvidos na Litografia de Biancovilli nos apontam para um profissional que chegou a cidade de Juiz de Fora com conhecimento de técnicas e práticas litográficas comuns em oficinas da Europa, América do Sul e do Norte, assim como em cidades com modelos industriais semelhantes aqueles que despontavam em nosso país.

3.3. A tipologia dos documentos

No primeiro momento da análise do Álbum 6 da Fundação Museu Mariano Procópio, percebemos que os rótulos e outros efêmeros se encontravam dispostos em suas páginas, sem nenhum critério quanto à origem ou do tipo de produtos. Partimos, então, para a classificação desses artefatos, gráficos criando critérios para termos condição de melhor explorá-los com relação à procedência, ao registro de marca, à sua abrangência na região, à identificação de autoria, ou de outros aspectos da Litografia Biancovilli. Adotou-se, as categorias abaixo:

1. Bilhetes e Ações
2. Alimentos
3. Bebidas
4. Cartazes
5. Cartões postais
6. Domésticos
7. Escritório
8. Farmácia
9. Panfletos e cartões comerciais
10. Tabaco
11. Modelos de rótulos
12. Vestuário
13. Impressos institucionais da Lithographia. P. Biancovilli
14. Impressos institucionais do Estabelecimento Comercial Pantaleone Arcuri & Spinelli
15. Selos

A numeração e a identificação dos efêmeros foi grafada a princípio pela procedência do documento, no caso Fundação Museu Mariano Procópio – MAPRO, a numeração da página e a posição que o impresso ocupa na página, numa sequência alfabética atribuída a cada item.



Fig. 31. Página 16 do *Álbum 6* e o esquema de identificação dos impressos.

Muitas vezes, encontramos rótulos de gêneros distintos em uma mesma página, como podemos perceber no exemplo da figura acima (fig.31), no qual identificamos em uma mesma página embalagem de sabonete, três rótulos de meias e um cartão de boas festas da Litografia Biancovilli. A nomeação de cada impresso possibilitou a classificação dos mesmos em uma tipologia afim, o que nos proporcionou um estudo organizado para melhor análise dos efêmeros quanto ao repertório, quanto à clientela da Litografia Biancovilli (em sua maioria estrangeiros residentes em Juiz de Fora e região), e aos tipos de produtos comercializados na época, além dos serviços oferecidos à população.

O registro de marcas também é outro importante ponto de reflexão na nossa pesquisa. As marcas registradas surgiram para identificar os produtos manufaturados nesse ambiente de crescimento industrial e comercial. A prática iniciada a partir do Decreto 2.682, aprovado em 23 de outubro de 1875 pelo Império do Brasil, tornava exclusiva a marca dos produtos manufaturados, proporcionando ainda a difusão e reconhecimento de mercadorias em todo o Brasil, a partir do final do século XIX (CARDOSO,2005, p. 20). A litografia foi o meio técnico disponível para a reprodução de marcas, rótulos e embalagens, por alcançar grandes tiragens e pela dinâmica de seu processo, tornando-se o veículo adequado a este papel, que marca o aparecimento da comunicação visual para a difusão de mercadorias no Brasil no final do século XIX e início do século XX.

Percebe-se, ainda, que somente numa pequena porcentagem constava a palavra Marca Registrada, marca de Fábrica ou Marca Depositada.

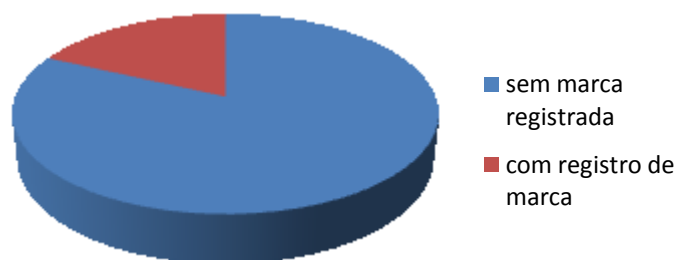


Gráfico 2. Identificação do registro de marca

Muitos desses produtos sem registro ostentam em seu rótulo medalhas recebidas em exposições internacionais e nacionais, o que gera a indagação: se não há registro, como estaria em exposições de grande porte como a de São Luiz em 1904 ou a exposição de 1908 no Rio de Janeiro, dentre outras? Vale considerar que o próprio estabelecimento de Biancovilli oferecia depósito de marcas, o que facilitaria o registro desses rótulos lá produzidos. A litografia comercial, como setor de destaque no processo de industrialização e circulação de mercadorias decorrentes da produção de insumos industriais, proporcionou a prática do registro de marcas (LAZZARO, 2005, p.21) como instrumento de legitimar e proporcionar ao fabricante a autentificação de sua procedência. Então, por que tantos produtos sem registro?

Após a classificação dos rótulos por tipologia, que no primeiro momento nos trouxe a questão do registro de marcas nos rótulos comerciais, pudemos contabilizá-los

1. Bilhetes e Ações: dois impressos;
2. Alimentos: 11 rótulos, sendo um de doce, um de leite, quatro de manteiga e cinco de queijos;
3. Bebidas: 45 rótulos, sendo que 27 desses impressos se referem a cervejas, entre sodas, licores, vinhos e aperitivos. Neste item, não há um só rótulo com a palavra cachaça;
4. Cartazes: um, da própria litografia;
5. Cartões postais: nove, entre eles instituições de saúde, um banco, uma igreja, comércio, escola e logradouros públicos;
6. Domésticos: um rótulo para louças e duas embalagens para velas; Escritório: um rótulo de tinta para carimbos;
7. Farmácia: 15 rótulos, entre outros, elixir, brilhantina, sabonete e oito rótulos para preenchimento posterior;
8. Panfletos e cartões comerciais: dez, a maioria com nome de estrangeiros entre costureiras, hotéis, fábricas e oficinas;
9. Tabaco: cinco rótulos nos quais não constam o nome do produto;

10. Modelos de rótulos: seis; vestuário: quatro, todos de meias;
11. Impressos institucionais da Lithographia. P. Biancovilli: sete,
12. Impressos institucionais do Estabelecimento Comercial Pantaleone Arcuri & Spinelli: dez, destes, cinco são mostruários de azulejos hidráulicos, um folder com duas dobras, cartões comerciais e, de boas festas e selos: apenas três.

Além de dados numéricos, essa classificação veio nos auxiliar a encontrar importantes dados sobre o fabricante, a procedência da indústria, registro do produto, a assinatura do rótulo, o tamanho e, eventualmente, alguma observação que nos chamasse atenção.

Sobre os dados dos fabricantes encontramos informações que reforçam a tese que Biancovilli tinha, em sua maioria, clientes imigrantes. Já sobre a procedência da indústria, nos mostrou que a Litografia de Biancovilli teve uma atuação de abrangência não só em Juiz de Fora e em outras cidades de Minas, como Barbacena, Belo Horizonte, Cataguases, Caeté, Chapéu D'úvas, Dolores do Paraibuna, Entre-Rios de Minas, Estação do Sítio, Itaperica, Lafaiete, Leopoldina, Lima Duarte, Palmira, Passagem de Mariana, Ponte Nova, Santa Bárbara, São João d'el Rey, Sete Lagoas, Ubá, Nova Lima. O único impresso no *Álbum 6* cujo fabricante é de outro estado é o *Conhaque de Agrião e Baunilha* (MAPRO P11E) da cidade de Maxambomba no estado do Rio de Janeiro²⁷. Quanto ao registro do produto, pudemos observar a ausência significativa da "marca registrada" na maioria dos impressos. Quanto à assinatura nos rótulos por Biancovilli, percebemos o litógrafo preocupado com a veiculação de seu nome através do registro autoral. No que diz respeito ao tamanho dos rótulos, esses tinham pequenas variações em rótulos de um mesmo tipo de produto. Observamos também muitos rótulos com formas redondas e ovais.

Diante desse universo de informações, o próximo passo foi o levantamento de dados relativos ao contexto da época e ao universo de Pietro Biancovilli. Percebemos em alguns rótulos, traços em comum com o repertório gráfico no Brasil à época do nosso recorte temporal (final do século XIX e início do século XX), tais como:

- Elementos que retratam alianças entre os países como bandeiras e símbolos relativos às nações apertado de mãos e chaves entrelaçadas (encontrados em cinco rótulos);
- A utilização de elementos da heráldica: coroas, medalhas, brasões e emblemas (sete itens);
- Elementos que nos remetem à Itália em nomes dos produtos como por exemplo o *Vinho de Fructas Tosca*, a fábrica de calçados *A Piamontesa* e a cerveja *Rainha Helena* e ainda em

²⁷ Maxambomba atual cidade de Nova Iguaçu. Disponível em < http://www.inepac.rj.gov.br/arquivos/Historico_Estado.pdf> Acesso em: 24 ago 2010.

representações pictóricas como a imagem estampada no rótulo da cerveja *Vesúvio de Napoles* (em onze exemplares);

- Atributos da modernidade: chaminés, navios, globo terrestre, locomotivas e prédios (sete itens);
- Símbolos da Maçonaria como o compasso, o esquadro e o olho da providência, em um rótulo.
- Elementos mitológicos como águias e leões (em treze itens).

Efêmeros que retratam edificações e logradouros de Juiz de Fora foram percebidos em vinte e seis itens, entre rótulos, cartões comerciais, propagandas, catálogos, encartes e cartões postais. Dois rótulos de bebidas, uma de cerveja, outro de Vermute, nos quais que parece estar estampados os respectivos prédios industriais. Entre os prédios representados nesse conjunto, figuram a Lithographia P. Biancovilli, a Pensão Comercial Juiz de Fora, o prédio da Pantaleone Arcuri e Spinelli, o prédio da Tecelagem Mascarenhas, o armazém Christovam de Andrade e Cia., o Edifício da Santa Casa de Misericórdia, a Alfândega de Juiz de Fora, o Hotel Rio de Janeiro, na Fábrica de sacos de aniagem, o Banco de Crédito Real, a Inspectoria de Hygiene, o colégio Academia de Comércio e a Igreja da Matriz (atual Catedral), um panorama da cidade, uma vista do Parque Halfeld com o antigo pavilhão, e um encarte com vários prédios, publicado em 1909, intitulado "A antiga Juiz de Fora".

Todos os prédios acima citados representam os anseios de modernidade, progresso e civilização de Juiz de Fora que, como em outras cidades do país, viveram as transformações urbanas devido ao capital excedente do café. O progresso e a modernidade estão representados aqui, nessa pequena amostra de impressos: prédios públicos, escolas, indústria e comércio, higienização e urbanismo.



No álbum da Fundação Mariano Procópio, elementos e símbolos nacionais aparecem apenas em quatro rótulos: um rótulo com uma imagem de um gaúcho, um arranjo de plantas tropicais, o nome de Carlos Gomes e o mapa do Estado do Rio.

Entretanto, sentimos a falta nos efêmeros de Biancovilli de referências a temas que dizem respeito aos acontecimentos históricos nacionais do período ou alguma referência ao índio. Na bibliografia levantada para a nossa pesquisa esse tema é recorrente em rótulos do período abordado, como foi visto nos arquivos da Coleção Brito Alves de rótulos de cigarro da Fundação Joaquim Nabuco (LIMA, E. 1998), nos rótulos dos livros-registros das Juntas Comerciais que se encontram alocados no Arquivo Nacional (REZENDE, 2003) entre outros. Os vultos históricos, em sua maioria, apresentados no *Álbum 6*, são personagens da história de

outros países como Dom Carlos, de Portugal e a Rainha Helena da Itália, além de camponesas europeias.

Listamos a seguir as fichas produzidas com o repertório do *Álbum 6* para nossa pesquisa:

1. BILHETES E AÇÕES: 2

<p>1 MAPRO P15 B Tipo de impresso: Bilhete de loteria Empresa: Club dos Paladinos Endereço: Cidade de Ubá Marca do produto: Marca registrada: Dimensões: Retangular, 8 X 16 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Não Assina. Têm data: Fevereiro de 1902.</p>	
<p>2 MAPRO P23 Tipo de impresso: Ação Empresa: Companhia Mineira de Electricidade Endereço: Juiz de Fora Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 19,5 X 28 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: azul claro e preto. Assina: Juiz de Fora Lit. P. Biancovilli.</p>	

2. ALIMENTOS: 11




<p>Doces: 1</p>	
<p>1 MAPRO P7 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Bombons de <i>Fructas</i> Santa Mathilde Empresário: Manoel Faria & C. Endereço: Rua Halfeld, 39 e 41. Juiz de Fora, Minas Gerais Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: retangular, 31 X 11,5 cm. Formato e cores: formato horizontal, paisagem. Cromolitografia..</p>	

	Assina: Lit. P. Biancovilli Juiz de Fora.	
--	--	--

Leite: 1

1	MAPRO P10 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Palmyra Empresário: Alberto Boeke, Jong & C. Endereço: Não Marca do produto: Não Marca registrada: Sim. Dimensões: ∅ 6 cm Formato e cores: Circular. Uma cor, vermelho. Assina: Lith. Biancovilli	
---	---	--

Manteigas: 4

1	MAPRO P10 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Industria Mineira Empresário: Duque Filho y Cia Endereço: Lima Duarte, Minas Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: ∅10 cm Formato e cores: Circular. Duas cores: Amarelo e preto. Não assina.	
2	MAPRO P10 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não consta Empresário: Não consta Endereço: Juiz de Fora, Minas Marca do produto: Manteiga Rosa de Ouro Marca registrada: sim Dimensões: ∅ 9 cm Formato e cores: Circular. Uma cor: Vermelho Não assina	
3	MAPRO P10 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de manteiga Pura Empresário: Alfredo Batista Endereço: Cidade de Entre Rios Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: ∅10 cm Formato e cores: Circular. Uma cor: Azul escuro. Assina: Biancovilli Juiz de Fora	

<p>4 MAPRO P10 G Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Manteiga a vapor Empresário: Guilh. Kremer e Com^{ia}. Endereço: Juiz de Fora. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: ≈ 10 cm Formato e cores: Circular. Uma cor: verde. Não assina.</p>	
--	--





Queijos: 5

<p>1 MAPRO P10 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Ribeiro & Ferreira Empresário: Ribeiro & Ferreira Endereço: Dores do Parahybuna, município de Palmyra Marca do produto: Sublime Marca registrada: Sim Camelia Dimensões: ≈ 6 cm Formato e cores: Circular. Duas cores: Azul e vermelho. Não assina.</p>	
<p>2 MAPRO P10 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Alberto Boeke, Jong & Cia. Empresário: Alberto Boeke, Jong & Cia. Endereço: Palmyra, Minas. Marca do produto: Especial Queijo Delicia Marca registrada: Sim Borboleta Dimensões: ≈ 6 cm Formato e cores: Circular. Duas cores: Azul e vermelho. Assina: Lith. Biancovilli.</p>	

<p>3 MAPRO P10 H Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Alberto Boeke, Jong & Cia. Empresário: Alberto Boeke, Jong & Cia. Endereço: Palmyra, Minas. Marca do produto: Especial Queijo do Reino Marca registrada: Sim Dimensões: ∅ 6 cm Formato e cores: formato circular. Duas cores: vermelho e azul. Não assina.</p>	
<p>4 MAPRO P10 I Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não Empresário: J. Felício Ribeiro. Endereço: Dores do Parahybuna. Marca do produto: Especial Queijo Systema Reino Marca registrada: Não Dimensões: ∅ 6 cm Formato e cores: Circular. Duas cores: vermelho e azul. Assina: Lith. Biancovilli.</p>	
<p>5 MAPRO P10 J Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não Empresário: Castro & Couto. Endereço: Palmyra, Minas. Marca do produto: Superior Queijo do Reino Marca registrada: Não Dimensões: ∅ 8,5 cm Formato e cores: Circular. Duas cores: vermelho e azul. Assina: Biancovilli</p>	



3. BEBIDAS - 42

Sodas: 5

<p>1 MAPRO P1 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não Empresário: Alsemo & C^a Endereço: Estação do Sítio. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular , 10 X 8 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: vermelho. Não assina.</p>	
<p>2 MAPRO P1 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Premiada Fábrica Empresário: Francisco Gino & Irmão Endereço: Av. São Francisco, 367. Belo Horizonte. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular , 10 X 8 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: azul e vermelho. Assina: Biancovilli. Juiz de Fora.</p>	
<p>3 MAPRO P2 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria José Weiss Empresário: Viúva José Weiss. Endereço: Mariano Procópio Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 11 X 7,5 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: azul e vermelho. Assina: P.B.</p>	
<p>4 MAPRO P3 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Princeza Empresário: Carvalho Guimarães & C^{IA} Endereço: São João D'el Rey. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 12,5 X 9,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: vermelho. Assina: Juiz de Fora. Biancovilli.</p>	




<p>5 MAPRO P12 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Águas Minerais e Cerveja José Rapallo Empresário: José Rapallo Endereço: Passagem de Mariana. Minas Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: ∅ 8,5 cm Formato e cores: Circular. Uma cor: azul escuro. Assina: Biancovilli</p>	
--	--




Cervejas: 27

<p>1 MAPRO P1 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Comercial de Villa Novensa. Empresário: Quintiniano Glanzmann & Filho. Endereço: Minas. Vila Nova. Marca do produto: Operária Mineira Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 9 X 12 cm Formato e cores: Vertical. Policromia. Assina: Biancovilli. Juiz de Fora.</p>	
<p>2 MAPRO P1 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fabrica de Cerveja John Bull Empresário: Ricardo - Hodge Endereço: Villa Nova de Lima, Minas. Marca do produto: John Bull Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 7,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical, Policromia. Assina: Lyth. Biancovilli</p>	

<p>3 MAPRO P2 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja a Vapor Kremer & C^{ia}. Empresário: Kremer & C^{ia}. Endereço: Juiz de Fora Marca do produto: Cerveja Planeta Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 12,5 X 9 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: azul, preto e laranja. Assina: Biancovilli.</p>	 <p>The label is rectangular with a blue border. At the top, it says 'Cervejaria a Vapor' in a stylized font, with 'Kremer & C^{ia}' below it. The central illustration shows a factory with smoking chimneys and a train. To the left, there are several circular medals. A large blue banner across the middle reads 'CERVEJA PLANETA'. Below this, it says 'EXPORT-TAFEL-BIER' and 'JUIZ DE FORA'.</p>
<p>4 MAPRO P3 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Vesúvio de Nápoles Empresário: Caetano Preste Endereço: Lafayette, Minas. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 13,5 X 10 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: preto, dourado e vermelho. Assina: Juiz de Fora. Biancovilli.</p>	 <p>The label is rectangular with a gold border. At the top, it says 'CERVEJARIA VESUVIO de Nápoles' in red and gold. The central illustration shows a landscape with mountains and a building. Below the illustration, it says 'CAETANO PRESTE' and 'LAFAYETTE'.</p>
<p>5 MAPRO P3 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Aliança Empresário: Bernardo & E. Carvalho Endereço: Rua 15 de Novembro, 100. Juiz de Fora Marca do produto: Aliança Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 13,5 X 10 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: Juiz de Fora. Biancovilli.</p>	 <p>The label is rectangular with a red border. At the top, it says 'CERVEJARIA ALIANÇA' in a stylized font. The central illustration features a shield with a hand holding a banner, flanked by the Brazilian and Portuguese flags. Below the shield, it says 'BERNARDO & E. CARVALHO' and 'JUIZ DE FORA'. At the bottom, it says 'Rua 15 Novembro n° 100' and 'Rua 15 Novembro n° 100'.</p>

<p>6 MAPRO P3 G Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Internacional Empresário: Credencio Ginnetti Endereço: Belo Horizonte. Marca do produto: Cerveja Adriática Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 12,5 X 9,5 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: preto e dourado. Assina: Lith. Biancovilli - Juiz de Fora.</p>	
<p>7 MAPRO P4 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Indústria Nacional Empresário: Alberto ... Endereço: Caratinga Marca do produto: Cerveja Caratinga Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 12,5 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: preto e dourado. Não assina</p>	
<p>8 MAPRO P4 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja S. Pedro do Pequiry Empresário: Equi & Comp. Endereço: E. F. Leopoldina Marca do produto: Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 12 X 9,5 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia Assina: Juiz de Fora. Lith. a vapor - Biancovilli</p>	
<p>9 MAPRO P4 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Indústria Nacional. Empresário: José Rapallo Endereço: E. de Minas Marca do produto: Cerveja Dupla Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 12 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores, azul, verde e dourado. Assina: Lith Biancovilli - Juiz de Fora.</p>	

<p>10 MAPRO P6 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria José Weiss Empresário: Viúva José Weiss Endereço: Mariano Procópio Marca do produto: Frigorífica Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 14,5 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: Preto, vermelho e dourado. Assina: Juiz de Fora. P. Biancovilli.</p>	
<p>11 MAPRO P7 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Universal Empresário: Avelino Tolentino & Cia Endereço: Sete Lagoas, Minas Marca do produto: Não Marca registrada: Sim, marca depositada Dimensões: Retangular, 13 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: rosa, preto e verde. Assina: Biancovilli. Juiz de Fora.</p>	
<p>12 MAPRO P7 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Internacional Empresário: D'Aguila & Comp. Endereço: Palmyra, Minas EFCB. Marca do produto: Cerveja Carlos Gomes Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 11 X 13 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: Azul e dourado. Assina: Lith. Biancovilli – Juiz de Fora.</p>	

<p>13 MAPRO P8 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de cerveja Villela & Scoralik Empresário: Villela & Scoralik. Endereço: Praça do Comercio, Villa Nova de Lima. Minas Marca do produto: Colibri Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 14 X 9 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: azul e vermelho. Assina: P.B</p>	
<p>14 MAPRO P8 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Germânia Empresário: Viúva Kremer de Castro. Endereço: Juiz de Fora Marca do produto: Triunpho Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 14 X 9 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: preto e vermelho. Assina: Biancovilli</p>	
<p>15 MAPRO P8 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Popular Empresário: Cheloni e Berganini Endereço: Ponte Nova. Minas Marca do produto: <i>Princesa Export</i> Marca registrada: Não Dimensões: 12 X 12 cm Formato e cores: Quadrado. Três cores: preto, dourado e vermelho. Assina: Monograma PB</p>	




<p>16 MAPRO P11 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Especial Fábrica de Cerveja e Bebidas Empresário: Luiz Sebastião da Silva Maia Endereço: Chapéu D' uvas, EFCB Marca do produto: D. Carlos Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 9 X 11 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: azul. Assina: Monograma PB</p>	
<p>17 MAPRO P11 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja Mariano Procópio Empresário: Guilherme Griese Endereço: Mariano Procópio Marca do produto: Simples Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 10 X 7 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: amarelo, vermelho e azul Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli</p>	
<p>18 MAPRO P11 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria José Weiss Empresário: Viúva José Weiss Endereço: Mariano Procópio, Juiz de Fora. Marca do produto: Cerveja Preta Especial Marca registrada: Não Dimensões: ovalóide, 9,5 X 12 cm Formato e cores: Vertical. Três cores :Preto, verde e dourado. Assina: Juiz de Fora, Biancovilli.</p>	

<p>19 MAPRO P12 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Eurico Ribeiro. Fabricada e engarrafada. Empresário: Eurico Ribeiro. Endereço: Itaparica, Minas Marca do produto: Cerveja Estrella Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 7,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: vermelho e azul claro. Assina: Juiz de Fora, Biancovilli.</p>	
<p>20 MAPRO P12 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja Mineira Empresário: Carlos Parizot Endereço: Estação de Lafayette. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 7,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical. cor: vermelho Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli.</p>	
<p>21 MAPRO P12 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fabrica de Cerveja Nacional Empresário: Carlos Stiebler. Endereço: Juiz de Fora Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 7,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: azul escuro e ocre. Assina: Biancovilli.</p>	

<p>22 MAPRO P12 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fabrica de Cerveja Nacional Empresário: Caetano Presta Endereço: Lafayette, Minas Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 7,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: azul escuro Assina: Lith. Biancovilli. Juiz de Fora</p>	
<p>23 MAPRO P12 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja Halfeld & Paula. Empresário: Halfeld & Paula. Endereço: Palmyra. Minas. Marca do produto: Passy Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 7,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: preto e amarelo. Assina: Juiz de Fora. Biancovilli.</p>	
<p>24 MAPRO P12 H Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja Nacional Mineira Empresário: A. José de Paiva e Cia Endereço: Cidade de Lima Duarte. Estado de Minas Marca do produto: Veado Marca registrada: Sim. Dimensões: Ovalóide, 10 X 7,5 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: azul. Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli</p>	

<p>25 MAPRO P13 F Tipo de impresso:Rótulo Empresa: Cervejaria José Weiss Empresário: Viúva José Weiss. Endereço: Mariano Procópio. Juiz de Fora. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 9,5 X 10 cm Formato e cores: Vertical. Três cores: preto, vermelho e dourado Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli.</p>	
<p>26 MAPRO P13 G Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Rainha Helena Empresário: Nicolau Peluso & Caruso Endereço: Ubá, Minas. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 9 X 11,5 cm Formato e cores: Vertical. Três cores: preto, vermelho e dourado Assina: Juiz de Fora. Lith. P. Biancovilli.</p>	
<p>27 MAPRO P13 H Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Fábrica de Cerveja Nacional Empresário: Augusto Schroeder Endereço: Boa Vista, Barbacena. Minas Gerais. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 9 X 11,5 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: vermelho e azul escuro Assina: Juiz de Fora. Biancovilli.</p>	

Vinhos: 5


<p>1 MAPRO P2 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Bertolletti & C^{IA} Empresário: Jorge Pasquini Endereço: Rua Marechal Deodoro 44, Juiz de Fora Marca do produto: Vinho de Frutas Tosca Marca registrada: Não Dimensões: Retangular 9,5 X 12,5 cm Formato e cores: Vertical. Três cores: azul, dourado e vermelho. Assina: Lyth. P. Biancovilli</p>	
<p>2 MAPRO P4 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Bertolletti, irmão & C. Empresário: Bertolletti, irmão & C. Endereço: Rua da Imperatriz, Juiz de Fora, Minas Gerais. Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 11 X 14 cm Formato e cores: Vertical. Policromia Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli</p>	
<p>3 MAPRO P5 F Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Indústria Nacional. Empresário: Francisco Gino & Irmão Endereço: Belo Horizonte Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: 12,5 X 12,5 cm Formato e cores: Quadrado. Três cores, azul, vermelho e dourado. Assina: Juiz de Fora – Lith. Biancovilli.</p>	

<p>4 MAPRO P6 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Companhia Vinhateira Empresário: Neves & Cia. Endereço: Cidade de Santa Bárbara – EFCB – Minas Marca do produto: Vinho de uvas Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 12,5 X 12 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: Lit. P. Biancovilli</p>	
<p>5 MAPRO P6 C Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Indústria Nacional Empresário: Medeiros & Martins. Endereço: Juiz de Fora Marca do produto: Delícia Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 13 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: azul, vermelho e dourado. Assina: Juiz de Fora. P. Biancovilli.</p>	
<p>Aperitivos e outros: 5</p>	
<p>1 MAPRO P6 A Tipo de impresso: rótulo Empresa: Rio Grandense Empresário: Neves & Cia. Endereço: Não Marca do produto: Aperitivo Gaucho Marca registrada: sim Dimensões: retangular, 10 X 13 cm Formato e cores: formato vertical Policromia. Assina: não</p>	

<p>2 MAPRO P11 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Indústria Nacional Empresário: Não Endereço: Não Marca do produto: Aniz Superior Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 9 X 11 cm Formato e cores: Vertical. Policromia Assina: Juiz de Fora – Lith. Biancovilli</p>	
<p>3 MAPRO P11 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Aurélio Dias e Cia. Empresário: Aurélio Dias Endereço: Maxambomba, Estado do Rio. Marca do produto: Cognac de Agrião e Baunilha Marca registrada: Sim Dimensões: Ovalóide, 11,5 X 8,5 cm Formato e cores: Vertical. Policromia Assina: Lith. Biancovilli. J.F.</p>	
<p>4 MAPRO P12 G Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Cervejaria Poço Rico Empresário: Freesz & Irmão Endereço: Juiz de Fora, Minas. Marca do produto: Triumph-Brause Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 10 X 7,5 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: Lith. Biancovilli</p>	




<p>5 MAPRO P11 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não Empresário: Não Endereço: Não Tipo de produto: Laranjinha Marca do produto: Laranjinha Especial Marca registrada: Dimensões: 12 X 11,5 cm Formato e cores: Irregular. Policromia Assina: P. Biancovilli</p>	
---	--




4. CARTAZES: 1



<p>1 MAPRO P25 Tipo de impresso: Cartaz Empresa: Fábrica de Sabonetes Prates & Guimarães Empresário: Prates & Guimarães Endereço: Belo Horizonte, Minas Marca registrada: sim, marca de fábrica Dimensões: retangular, 19 x 28 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: azul Assina: Juiz de Fora, Lyth. Biancovilli</p>	
---	---

5. CARTÕES POSTAIS - 9

<p>1 MAPRO P20 D Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Parque Halfeld Dimensões: Retangular. 13 X 8 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: ocre e preto. Assina: Lith. Biancovilli Juiz de Fora</p>	
--	--

<p>2 MAPRO P17 A Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Oficina Pantaleone Arcuri e Timponi Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	
<p>3 MAPRO P17 B Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Alfândega de Juiz de Fora Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	
<p>4 MAPRO P17 C Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Hotel Rio de Janeiro Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	

<p>5 MAPRO P17 D Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Fábrica de sacos e aniagem Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	
<p>6 MAPRO P18 A Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Banco de Crédito Real 14 X 10,5 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	
<p>7 MAPRO P18 B Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Inspetoria de Higiene Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	

<p>8 MAPRO P18 C Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Academia de Comércio Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	
<p>9 MAPRO P18 D Tipo de impresso: Cartão postal Locadouro: Igreja da matriz Dimensões: Retangular. 14 X 10,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto. Assina: Não</p>	

6. DOMÉSTICOS - 3

<p>1 MAPRO P3 C Tipo de impresso: Selo Empresa: Casa da América Empresário: Não Endereço: Rua Halfeld, 105 Dimensões: Retangular, 3 X 2 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: azul Assina: Juiz de Fora. Biancovilli.</p>	
--	--

Velas: 2

<p>1 MAPRO P15 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Empresa Stearica Mineira Empresário: Não Endereço: Belo Horizonte Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 18 X 5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Juiz de Fora, Lith. Biancovilli.</p>	
--	--

<p>2 MAPRO P26 B Tipo de impresso: Embalagem Empresa: Empresa Stearica Mineira Empresário: Endereço: Belo Horizonte Marca do produto: Velas Especiais Marca registrada: Sim Dimensões: Retangular, 19 X 12 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Biancovilli</p>	
---	--


7. ESCRITÓRIO - 1

<p>1 MAPRO P5 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não Empresário: Não Endereço: Rua Halfeld, 39 e 41, Juiz de Fora. Minas Marca do produto: Tinta Almada Marca registrada: Não Dimensões: Ovalóide, 6 X 4 cm Assina: não.</p>	
--	---



8. FARMÁCIA - 15



<p>1 MAPRO P5 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Indústria Nacional Empresário: Jorge Miguel e Irmão Endereço: Juiz de Fora. Minas Gerais. Brazil. Marca do produto: Fernet Brazil Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 14 X 16 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: amarelo e preto Assina: não.</p>	
<p>2 MAPRO P5 B Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Perfumaria Renault Empresário: Endereço: Barbacena Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: não.</p>	

<p>3 MAPRO P5 E Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Não Empresário: Bertoletti, Irmão & Cia. Endereço: Juiz de Fora Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 10 X 12 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: vermelho Assina: não.</p>	
<p>4 MAPRO P14 D Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Laboratório Industrial Mineiro Empresário: Dr. João B. de Freitas Endereço: Capital de Minas Marca do produto: Não Marca registrada: Não Dimensões: Retangular, 6,5 X 12 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: preto e ocre. Assina: não.</p>	
<p>5 MAPRO P15 D Tipo de impresso: Embalagem Empresa: Macedo e C. Empresário: Casa Smith, Macedo e C. Endereço: Rua Halfeld, 102 e 117, Juiz de Fora Marca do produto: <i>O segredo do cabelo</i> Marca registrada: Sim Dimensões: Corte especial em área retangular, 13 x 8 cm Formato e cores: Duas cores: vermelho e amarelo Assina: não</p>	
<p>6 MAPRO P16 A Tipo de impresso: Embalagem Empresa: Prates & Guimarães Empresário: Prates & Guimarães Endereço: Belo Horizonte Marca do produto: Sabonete Extra-fino Marca registrada: Sim, Marca da fábrica Dimensões: Retangular, 8,5 x 10,5 cm Formato e cores: Vertical. Policromia Assina: Lyth. Biancovilli</p>	

<p>7 MAPRO P19 A Tipo de impresso: Rótulo Empresa: Baruel & C Empresário: A. Halfeld Endereço: Não Tipo de produto: Elixir Eupeptico Marca do produto: Não Marca registrada: Sim, Depositários: Rio - Araujo Freitas & C. Godoy Fernandes & Paiva: São Paulo Dimensões: Retangular, 9 x 14,5 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: verde Assinatura: Paixão e Lyth. Biancovilli</p>	
---	--



Rótulos para preencher: 8




<p>1 MAPRO P14 A Empresa: Pharmacia Barros Empresário: M. Bernardino de Barros Endereço: Rua Batista de Oliveira. Juiz de Fora. Dimensões: Retangular, 4 x 6cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor Assina: não.</p>	
<p>2 MAPRO P14 B Empresa: Pharmacia Barros Empresário: M. Bernardino de Barros Endereço: Rua Batista de Oliveira. Juiz de Fora. Dimensões: Retangular, 8,5 x 5,5 cm. Formato e cores: Horizontal. Uma cor Assina: não.</p>	




<p>3 MAPRO P14 C</p> <p>Empresa: Pharmacia Halfeld Empresário: Endereço: Rua Direita, 140. Juiz de Fora Dimensões: Circular, 7 cm Formato e cores: Horizontal. 4 cores; dourado, vermelho, azul claro e preto Assina: não.</p>	
<p>4 MAPRO P14 E</p> <p>Empresa: Pharmacia Lage Empresário: Não Endereço: Rua dos Tupinambás, Bello Horizonte Dimensões: Retangular, 6 x 4 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor Assina: não.</p>	
<p>5 MAPRO P14 F</p> <p>Empresa: Pharmacia Barros Empresário: M. Bernardino de Barros Endereço: Rua Batista de Oliveira. Juiz de Fora. Dimensões: Retangular, 10X 7 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor Assina: não.</p>	
<p>6 MAPRO P14 G</p> <p>Empresa: Laboratório Clínico Pharmaceutico Empresário: Damaso Rodrigues Endereço: Rua Moreira Cesar, 17 Dimensões: Retangular, 10X 7 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: verde Assina: P. B.</p>	

<p>7 MAPRO P14 H</p> <p>Empresa: Pharmacia Confiança Empresário: Não Endereço: Rua Halfeld, 97. Juiz de Fora. Dimensões: retangular. 10 X 7 cm. Formato e cores: Horizontal. Uma cor: vermelho Assina: não.</p>	
<p>8 MAPRO P14 J</p> <p>Empresa: Pharmacia Popular Empresário: José Venâncio de Souza. Endereço: Rua da Estação n. 22, Cataguazes, Minas Dimensões: 8 cm Formato e cores: Circular. Uma cor: azul Assina: P.B.</p>	






9. PANFLETOS E CARTÕES COMERCIAIS: 10

<p>1 MAPRO P1 B</p> <p>Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Fábrica de Calçado A Piemonteza Empresário: Eugenio Cavanero Endereço: Rua Halfeld, 160 -162, Direita 136. Juiz de Fora, Minas Marca do produto: A Piemonteza Dimensões: Retangular, 12 X 7,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: não</p>	
<p>2 MAPRO P19 C</p> <p>Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Fábrica de Colletes Mademe Viola Casalini Tortori Empresário: Mademe Viola Casalini Tortori Endereço: Rua Halfeld, 156. Juiz de Fora. Tipo de produto: Coletes Marca do produto: Dimensões: Retangular, 12 X 7,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Lithy. Biancovilli</p>	


<p>3 MAPRO P19 B Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Oficina de Alfaiate José Persechino Empresário: José Persechino Endereço: Rua Halfeld, 160. Juiz de Fora. Tipo de produto: Roupas sobre medidas Dimensões: Retangular, 12 X 7,5 cm Uma cor: preto Assina: Lithy. Biancovilli</p>	
<p>4 MAPRO P19 D Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Pensão Comercial Empresário: Luiz Pereira da Silva Endereço: Rua Direita, 118. Juiz de Fora. Tipo de produto: Refeições e acomodações Dimensões: retangular, 12,5 X 8 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Biancovilli</p>	
<p>5 MAPRO P19 E Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Oficina de Marmorista Affonso Colucci & Cia Empresário: Affonso Colucci Endereço: Rua Halfeld, 68 Tipo de produto: Lápides funerárias Dimensões: Retangular, 12 X 9 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: P. Biancovilli. Juiz de Fora</p>	
<p>6 MAPRO P20 A Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Pharmacia Pinto de Moura Empresário: Pinto de Moura Endereço: Estação de Cedofeita. Caethé Dimensões: Retangular, 12 X 7,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Lyth. Biancovilli</p>	
<p>7 MAPRO P20 B Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Tecelagem Mascarenhas Empresário: Viúva Bernardo Mascarenhas Endereço: 2. Rua Quinze de Novembro, Juiz de Fora Tipo de produto: Brins superiores de algodão e de linho Dimensões: Retangular, 12 X 9 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: azul.</p>	

<p>Assina: Lith. Biancovilli - Juiz de Fora</p>	
<p>8 MAPRO P20 C Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Empresário: Giuseppe de Fe... Endereço: Juiz de Fora Tipo de produto: Pittore e Decoratore Dimensões: Retangular, 12,5 X 8 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Biancovilli</p>	
<p>9 MAPRO P21 A Tipo de impresso: cartão comercial Empresa: Tecelagem Mascarenhas Empresário: Viúva Bernardo Mascarenhas Endereço: Juiz de Fora, Minas Tipo de produto: Tecidos de algodão e de linho Dimensões: retangular, 20 X 10 cm Formato e cores: horizontal. 1 cor: preto Assina: Biancovilli</p>	
<p>10 MAPRO P22 B Tipo de impresso: Panfleto comercial Empresa: Christovam de Andrade & Cia Empresário: Christovam de Andrade Endereço: Rua Direita 155. Juiz de Fora Tipo de produto: Armazem de molhados, mantimentos e generos do paiz Dimensões: Retangular. 14 X 21,5 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: vermelho e azul. Assina: Lyth. Biancovilli</p>	




11. TABACO - 5

<p>1 MAPRO P9 A Tipo de impresso: Embalagem de cigarro Dimensões: Retangular. 23,5 X 6 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: vermelho e dourado Assina: Lith. Biancovilli</p>	
<p>2 MAPRO P9 B Tipo de impresso: Embalagem de cigarro Dimensões: Retangular. 23,5 X 5,5 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia Assina: Biancovilli</p>	
<p>3 MAPRO P9 C Tipo de impresso: Embalagem de cigarro Dimensões: Retangular, 23,5 X 6,5 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli</p>	
<p>4 MAPRO P9 D Tipo de impresso: Embalagem de cigarro Dimensões: Retangular. 23,5 X 5,5 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: Lith. Biancovilli. 912</p>	
<p>5 MAPRO P9 E Tipo de impresso: Embalagem de cigarro Dimensões: Retangular, 23,5 X 6,5 cm Formato e cores: horizontal. Policromia Assina: Lith. Biancovilli. 912</p>	

12. RÓTULOS DE ESTOQUE: 8

<p>1 MAPRO P2 A Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Não Dimensões: Retangular. 12 X 8 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia Assina: Não</p>	
---	--

<p>2 MAPRO P2 B Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Licor de coco. Dimensões: Retangular. 13 X 9 cm Formato e cores: Horizontal. Três cores: preto, verde e dourado Assina: Juiz de Fora Lith. a vapor Biancovilli</p>	
<p>3 MAPRO P2 E Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Bitter. Dimensões: Retangular. 12 X 9 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia Assina: não</p>	
<p>4 MAPRO P4 E Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Conhaque. Dimensões: Retangular. 11 X 8,5 cm Formato e cores: Horizontal. Duas cores: preto e dourado. Assina: Biancovilli Juiz de Fora.</p>	
<p>5 MAPRO P6 D Tipo de impresso: Rótulo Dimensões: retangular. 12 X 8,5 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: Celeste</p>	



<p>6 MAPRO P8 C Tipo de impresso: Rótulo Dimensões: Retangular. 12 X 9 cm Formato e cores: Horizontal. Policromia. Assina: não</p>	
<p>7 MAPRO P8 E Tipo de impresso: Rótulo Dimensões: Retangular, 11 X 14,5 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: amarelo e vermelho. Assina: não</p>	
<p>8 MAPRO P15 A Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Não. Dimensões: Retangular. 18 X 6 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor. Assina: não</p>	

13. VESTUÁRIO - 4

<p>1 MAPRO P15 C Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Meia linha Dimensões: Retangular. 16,5 X 5,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: vermelho. Assina: P.B.</p>	
<p>2 MAPRO P16 D Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Meias para Senhoras Dimensões: Retangular. 11,5 X 3,8 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: verde. Assina: não</p>	

<p>3 MAPRO P16 E Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Meias para menino Dimensões: Retangular. 8,5 X 3,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: verde. Assina: não</p>	
<p>4 MAPRO P16 F Tipo de impresso: Rótulo Tipo de produto: Meias para Homem Dimensões: Retangular. 10 X 3,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: verde. Assina: não</p>	

13. INSTITUCIONAL DA LITH. P. BIANCOVILLI - 6

<p>1 MAPRO A1 Tipo de impresso: Folheto publicitário da Litografia a Vapor P. Biancovilli Empresa: Litografia a Vapor P. Biancovilli Empresário: P. Biancovilli Endereço: R. Santo Antônio 16, São Sebastião 27. Juiz de Fora, Minas Dimensões: Retangular, 16 x 22,5 cm Formato e cores: vertical. Duas cores: preto e marron. Assina: não</p>	
<p>2 MAPRO A2 Tipo de impresso: Boas festas 1910 Dimensões: Retangular, 14 x 10,5 cm Formato e cores: Vertical. Duas cores: ocre e preto. Assina: P. Biancovilli</p>	

<p>3 MAPRO A3 Tipo de impresso: Panfleto comercial Dimensões: Retangular, 14 x 10,5 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: preto. Assina: P. Biancovilli Inc.</p>	
<p>4 MAPRO P16 C Tipo de impresso: cartão de ano novo Dimensões: Retangular, 19,5 x 20 cm Formato e cores: Vertical. Três cores: ocre, azul e preto. Assina: Juge de Fora, Blanquevilli.</p>	
<p>5 MAPRO P27 A Tipo de impresso: Cartão comercial da litografia Dimensões: Retangular, 17 x 12cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: preto. Assina: não</p>	

<p>6 MAPRO FR 1 Tipo de impresso: Cartaz do Estabelecimento Lithographico a Vapor P. Biancovilli Dimensões: Retangular, 19 x 28cm Formato e cores: Vertical. Três cores: marrom, ocre e vermelho preto. Assina: não</p>	
--	---


13. INSTITUCIONAL DO ESTABELECIMENTO COMERCIAL PANTALEONE ARCURI & SPINELLI- 10

<p>1 MAPRO P13 A; MAPRO P13 B; MAPRO P13 C; MAPRO P13 D; MAPRO P13 E; Tipo de impresso: Mostruário de ladrilhos hidráulicos Empresa: Estabelecimento Industrial Pantaleoni Arcuri & Spinelli Empresário: Pantaleoni Arcuri & Spinelli Endereço: Juiz de Fora Dimensões: retangular, 6 x 11 cm Formato e cores: vertical. Uma cor e tres cores. Assina: Biancovilli</p>	
---	--

<p>2 MAPRO P20 E Tipo de impresso: cartão de visita Empresa: Estabelecimento Industrial Pantaleoni Arcuri & Spinelli Empresário: Pantaleoni Arcuri & Spinelli Endereço: Juiz de Fora, Minas Dimensões: Retangular, 12 x 7,5 cm Formato e cores: Horizontal. Uma cor: preto Assina: Não</p>	
<p>3 MAPRO P21 A B Tipo de impresso: cartão de ano novo Empresa: Estabelecimento Industrial Pantaleoni Arcuri & Spinelli Empresário: Pantaleoni Arcuri & Spinelli Endereço: Juiz de Fora, Minas Dimensões: retangular, 12 x 7,5 cm Formato e cores: Vertical. Três cores: amarelo, azul e vermelho. Assina: Juge de Fora, Blanquevilli.</p>	
<p>4 MAPRO P22 A Tipo de impresso: capa de catálogo Empresa: Estabelecimento Industrial Pantaleoni Arcuri & Spinelli Empresário: Pantaleoni Arcuri & Spinelli Endereço: Juiz de Fora, Minas Dimensões: Retangular, 16,5 x 24 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: preto. Assina: P. Biancovilli</p>	

<p>5 MAPRO P26 A Tipo de impresso: catálogo de ladrilhos hidráulicos Empresa: Estabelecimento Industrial Pantaleoni Arcuri & Spinelli Empresário: Pantaleoni Arcuri & Spinelli Endereço: Juiz de Fora, Minas Dimensões: Retangular, aberto: 33 x 17 cm Formato e cores: Corte reto com 2 dobras. Policromia Assina: Juiz de Fora. Lith. Biancovilli</p>	
<p>MAPRO P26 A - Catálogo de Ladrilhos hidráulicos - verso aberto</p>	

14. SELOS: 3

<p>1 MAPRO P4 C Tipo de impresso: Selo Empresa: B. Penha e Cia Dimensões: Retangular, 3 x 4 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: verde Assina: não</p>	
<p>2 MAPRO P8 C Tipo de impresso: Selos com preços Empresa: não Dimensões: diversos Formato e cores: Horizontal. Duas cores: amarelo e vermelho Assina: não</p>	

3	<p>MAPRO P19 F Tipo de impresso: Selos Empresa: Câmara Municipal de Palmyra Dimensões: Retangular, 3 x 6 cm Formato e cores: Vertical. Uma cor: vermelho Assina: não</p>	
---	---	--

A linguagem visual dos rótulos comerciais, que *formou-se a partir de uma série de antecedentes tanto tipográficos como imagéticos* (HEYNEMANN, 2009, p.19) tornou-se comum nos produtos da litografia comercial, com seu repertório próprio, com a sobreposição de elementos, sua diagramação com lógica arquitetônica, uso de atributos e tipografia desenhada livremente. Essa classificação, feita através dos itens pertencentes ao *Álbum 6*, nos proporcionou uma melhor visão do universo dessa litografia comercial para a realização da análise da linguagem visual na qual esses artefatos gráficos se encontram inscritos.

4. A LINGUAGEM COMERCIAL DA LITOGRAFIA DE PIETRO BIANCOVILLI

Este capítulo dedica-se à análise da linguagem gráfica comercial inserida nos rótulos contidos no *Álbum 6* da Litografia de Pietro Biancovilli. Busca-se perceber os modos como, do ponto de vista de *designer* gráfico, se processou a transmissão das mensagens, bem como a sua configuração em veículo de comunicação inerente à industrialização: o rótulo, elemento chave de nossa análise historiográfica. O recorte temporal desta pesquisa compreende o período inscrito de 1888 a 1914. Tal período nos revelou – além do aspecto gráfico que buscamos em nosso estudo – o aspecto cultural, na medida que abarca a análise relacionada a participação dos estrangeiros no processo de formação da urbe em Juiz de Fora. Sob a perspectiva de análise proposta pela História Cultural, cabe salientar o posicionamento de Roger Chartier no qual o teórico sustenta que é importante “identificar o modo como em diferentes lugares e momentos uma realidade social é construída, pensada, dada a ler”(CHARTIER, 1990, p.17). Além disso, adotou-se como metodologia a perspectiva proposta pela Micro-História, na qual os historiadores apontam para a necessidade da “redução da escala de observação”, considerando-se que tal estratégia nos permite melhor enxergar e decifrar aspectos que poderiam passar despercebidos a um historiador tradicional. Assim sendo, o aspecto microsocial examinado poderia ser uma determinada dimensão da realidade, a trajetória de determinados atores sociais, um padrão específico de discursos, uma prática, um pequeno núcleo de representações. Inspirado, portanto, nas proposições dos micro-historiadores italianos como Carlo Ginzburg, que nos propõe, através da metáfora do microscópio, a redução da escala de observação para se entender uma configuração social mais ampla, julgou-se necessário nesta pesquisa, portanto, proceder à seleção de um conjunto específico de rótulos dentro do universo dos impressos pertencentes ao conjunto do *Álbum 6* da Fundação Museu Mariano Procópio.

Essa seleção se deu, a princípio, no conjunto de impressos caracterizados como rótulos. Dentre os cento e trinta e dois artefatos do álbum, noventa correspondem à tipologia de rótulos, ou seja, 68% do total examinado. No conjunto constituído por noventa itens, classificamos quarenta e cinco como rótulos de bebidas (vinhos, sodas e vermouths), sendo que vinte e sete se referem a cervejas, e, nove pertencem a cervejarias da cidade de Juiz de Fora.

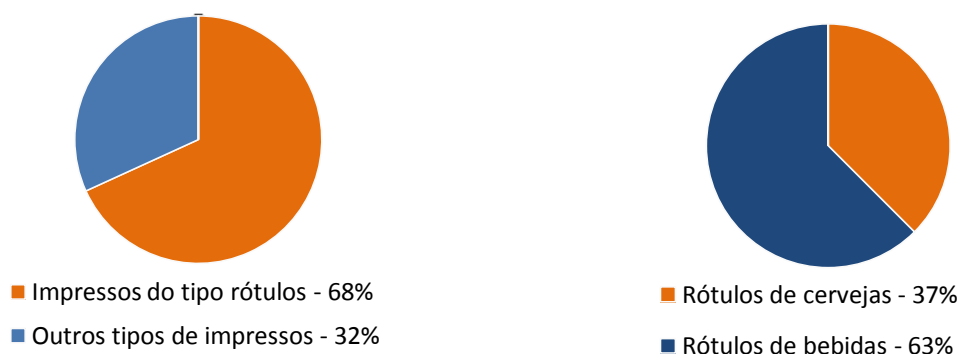


Gráfico 3. Incidência de rótulos de cerveja na coleção do Álbum 6 da Fundação Museu Mariano Procópio.

No grupo de cervejarias, direcionamos nossa atenção para as indústrias pioneiras da cidade de Juiz de Fora que, como a Litografia de Pietro Biancovilli, foram implantadas por estrangeiros que chegaram a Juiz de Fora na última metade do século XIX. Encontramos então rótulos de cervejas representantes de três indústrias com esse perfil, a Cervejaria Kremer, a Cervejaria José Weiss e a cervejaria Dois Leões, e esses serão os objetos de nosso estudo. Da cervejaria Kremer, que iniciou suas atividades antes da chegada de Biancovilli em Juiz de Fora, em 1867, encontramos um rótulo de cerveja, assim como também encontramos um rótulo de cerveja da Cervejaria Germânia que veio a suceder a essa indústria no início do século XX. Da cervejaria José Weiss, fundada em 1878, encontramos quatro rótulos, um de soda e três de cerveja, e da Cervejaria Dois Irmãos, que foi instalada em Juiz de Fora depois da implantação da Casa Litográfica P. Biancovilli, em 1894, encontramos um rótulo.

A partir dessa seleção, buscamos, proceder à análise dos elementos gráficos e da linguagem que compõe os seis rótulos de cerveja dessas fábricas. Como estratégia de análise metodológica, considerou-se válido empregar outros rótulos, alguns pertencentes ao *Álbum 6*, sendo que os demais foram buscados em arquivos de outras litografias brasileiras e também estrangeiras, tendo em vista estabelecer critérios de análise comparativa, seja por meio de detecção de similaridades, de reapropriação de conceitos, adaptação de modelos e ideias.

4.1. A interface gráfica da Litografia de Pietro Biancovilli

O estudo de artefatos como rótulos busca perceber o processo da composição visual desses, que na maioria das vezes, utilizando-se de elementos descritivos e decorativos, que informam de modo verbal ou não verbal, o nome e a natureza do produto, o nome de seu

fabricante e da sua origem. No campo do *design* da informação, essa composição objetiva equacionar aspectos sintáticos, semânticos e pragmáticos que envolvem os sistemas de informação através da contextualização, planejamento e interface gráfica junto ao seu público alvo. A análise desses elementos também tentou revelar os caminhos seguidos por Biancovilli na veiculação de uma linguagem gráfica, bem como perceber os modos com que ele dominava os códigos da crescente indústria visual e os colocava a serviço da nascente indústria local, num contexto de concorrência com produtos oriundos de outros centros.

Nesse sentido, buscamos, a partir do modelo de análise proposto pelo professor e *designer* gráfico Michael Twyman em seu "A Schema for the Study of Graphic Language", perceber o processo de construção das peças gráficas de Pietro Biancovilli, como ele lidou com os elementos simbólicos e como os configurou em suas mensagens impressas nos rótulos comerciais de sua casa litográfica. Do seu ponto de vista de *designer* gráfico, Twyman nos apresenta os caminhos mais recorrentes no planejamento das estratégias de direcionamento do olhar e da leitura mais comumente utilizados, bem como, nos remete às questões relevantes no planejamento de uma peça gráfica. Assim, o que se indaga é: qual deve ser o modo de simbolização e qual deve ser o método de configuração? Os modos de simbolização nos indicam como a linguagem é simbolizada, se através de palavras e dígitos (verbal-numérico); desenhos e fotografias (pictórico), ou esquemático (gráficos e tudo que não for verbal ou pictórico) e os métodos de configuração, ou seja, a organização gráfica utilizada como meio estratégico que irá influenciar os modos de leitura e apreensão da mensagem²⁸. Ou melhor, no que diz respeito ao nosso estudo, quais os modos de simbolização utilizados por Biancovilli e como estes configuravam-se nas mensagens que veiculavam nos rótulos por ele impressos?

Sob essa perspectiva, pretendemos detectar como Biancovilli manejava os elementos identificadores da linguagem visual na comunicação gráfica: o verbal, o pictórico e o esquemático. Tais elementos se constituem em recursos valiosos de análise, pois nos possibilitam identificar a estrutura discursiva de Biancovilli, que se apoiava em um produto gráfico para se comunicar e atingir um público consumidor, dentro de limitações tecnológicas e do período em que sua oficina litográfica funcionou.

Para isso, buscamos responder, amparados nos arquivos do *Álbum 6* e na bibliografia sobre Juiz de Fora, alguns pontos que poderiam nos levar a melhor compreender a linguagem gráfica do período, em especial, a expressa por Biancovilli em seus artefatos gráficos feitos na ocasião. Qual o propósito da mensagem? Qual o conteúdo da informação a ser veiculada?

²⁸ TWYMAN, Michael. *Processing of Visible Language*. Nova Iorque: Plenum Press, v.1., 1979. Tradução de Edna Lucia Cunha Lima/ 1993. pp. 117-150.

Quais as formas que essa mensagem foi configurada espacialmente? Quais recursos gráficos utilizados e em que circunstâncias circularam?

Os caminhos e as decisões tomadas na configuração desses artefatos por Biancovilli nos revela um profissional que apresenta resultados gráficos advindos do domínio da arte da gravura, como também, dos conhecimentos de calígrafo evidenciados em suas composições e na criação dos monogramas. Tais elementos possibilitaram, portanto, o treinamento visual necessário para o domínio do suporte no arranjo dos elementos gráficos em seus impressos. Concebe-se que tais soluções muito próximas das que hoje tomamos no fazer cotidiano de um *designer*, talvez sejam explicadas quando Twyman nos coloca que o processo de gestão do *design* se apropria e mantém a sobrevivência da combinações de alguns modos de simbolização e métodos de configuração.

4.2. Os rótulos de cerveja do *Álbum 6*

Compreende-se que a vinda dos imigrantes, advento financiado pelos cafeicultores e industriais, apoiados na criação da Sociedade Promotora da Imigração em Minas Gerais, foi o fator responsável pela implantação de indústrias de produtos para consumo interno e para a exportação na região. Alguns desses estabelecimentos foram pioneiros na produção de bebidas, produtos alimentícios, têxteis, de serralheria, na construção civil, conforme aponta Domingos Giroletti:

A fundação dos primeiros empreendimentos industriais foi possível graças não só às habilidades profissionais dos imigrantes, mas também graças às poupanças acumuladas durante o período em que trabalhavam como operários para a Companhia União e Indústria. Uma das formas utilizadas para a sua organização foi a associação de dois ou mais companheiros, normalmente, irmãos e parentes. (GIROLETTI, 1988, p.77)

No âmbito da atividade industrial da produção de bebidas, na segunda metade do século XIX, a cidade de Juiz de Fora presencia a implantação, pelas mãos de imigrantes, dos primeiros estabelecimentos do gênero. Segundo Giroletti, a primeira cervejaria do estado de Minas foi iniciativa do colono alemão Herr Kunz, instalada na Colônia de São Pedro na década de 1860, que utilizava milho como matéria prima no lugar da cevada. A segunda indústria que por aqui se instalou, foi a cervejaria Kremer, trazida por Augusto Kremer, um dos herdeiros da firma Augusto Kremer & Cia. de Petrópolis, montada no morro da Gratidão,

hoje avenida dos Andradas, no ano de 1867. A terceira unidade a ser implantada no município de Juiz de Fora foi a cervejaria José Weiss, no ano de 1878, que posteriormente seria dirigida por sua viúva. Albino Esteves informa, no *Álbum do Município de Juiz de Fora* (ESTEVES, 1915, p 281), que ali se fabricavam cervejas e águas gasosas através de maquinário movido a eletricidade, tendo sido sua matéria prima importada da Áustria e da Alemanha, e significativa exportação para o estado (anualmente 120:000\$000).

Na década de 1880, novas cervejarias são fundadas em Juiz de Fora como, no ano de 1880, a Fábrica Borboleta dos irmãos Scoralick, em 1881, a Cervejaria dos irmãos Freesz e, ainda, em 1886, a Fábrica Hinter, de Frederico Hinter.

A cervejaria Dois Leões, de propriedade de Carlos Stieber, estabelecida em 1894, era especializada em cerveja preta e que, além da fabricação de cerveja, também produzia sodas e *brauses*, dispunha de maquinário para arrolar, engarrafar, para soda, para gás, filtros, pasteurizadores, bombas, caldeiras, tinas, barris e garrafas. A matéria prima era importada da Alemanha, Áustria e da Espanha.

Em 1906, a viúva Kremer monta a Cervejaria Germânica, estabelecimento com marca registrada na Junta Comercial de Belo Horizonte, que fabricava cerveja pelo processo de baixa fermentação e contava com máquina de gelo com motor elétrico de 50 HP e um a vapor de 30 HP, além de todo aparato para filtrar, lavar garrafas, engarrafar, rotular e para brear tonéis. A matéria prima era importada da Alemanha e da Áustria para distribuição no Estado de Minas Gerais.

A cerveja foi um dos produtos de maior consumo em Juiz de Fora, sendo que essas fábricas, anteriormente apontadas foram importantes na movimentação desse comércio, considerando-se que competiam também com as cervejas importadas vendidas nos estabelecimentos locais. Entre as diversas narrativas que abordam as disputas comerciais entre tais cervejarias, nos chamou a atenção um fato descrito por Jair Lessa (1985, p. 192) relacionado aos ingredientes utilizados para a fabricação da cerveja, bem como a condição em que o mercado se encontrava antes da chegada de Biancovilli em Juiz de Fora. Assim, o emprego do ácido salicílico²⁹ pela Fábrica Imperial Kremer, fabricante da Cerveja Mineira, foi denunciado por um comerciante ao anunciar a venda de cerveja importada em seu estabelecimento, criando, com isso, atritos colocados a público e deleitados pela população. Tal polêmica foi registrada em crônicas locais, onde o motivo principal reside na conquista do

²⁹ O ácido salicílico é um ácido orgânico largamente usado pela indústria farmacêutica. Possui propriedades antibactericidas e antifúngicas, porém seu uso pode lesar as paredes do estômago por causa de seu poder de corrosão. Disponível em: < <http://www.infoescola.com/quimica/acido-salicilico/> Acesso em: 21 jun. 2012.

consumidor. Isso nos parece sinalizar para importância da construção gráfica, imagética e informacional desses rótulos que, segundo a literatura da época, eram sempre bem apresentados e valorizados pelo processo litográfico e pelo emprego de cores nobres e de dourados.



32. Os cronistas de periódicos juiz-foranos, Francisco Lins e Olegário Pinto, brindam com cerveja. Foto de Ehrhard Brand, 1891. Arquivo da Fundação Museu Mariano Procópio, Juiz de Fora.

O estudo da linguagem gráfica inscrita nos rótulos do *Álbum 6* compreende, além das cores nobres e dos dourados abordados anteriormente, a observação de outros elementos gráficos, os elementos auxiliares e os decorativos.

Percebemos, assim, a prevalência de um sistema gráfico ordenado da seguinte maneira: o elemento pictórico posiciona-se acima do elemento verbal de maior importância, sendo que o nome do produto posiciona-se acima da imagem que contém o nome da fábrica. Em relação aos impressos retangulares, também percebemos um padrão em sua

esquemática, como: predominância do formato paisagem, invariabilidade do posicionamento do nome do produto ao centro, em posição horizontal ou em diagonal e com tipografia trabalhada com serifas e, por vezes, com caudas.



33. A ordenação dos elementos pictóricos e verbais em um esquema gráfico recorrente na maioria dos rótulos de cervejas encontrados no *Álbum 6* da Litografia P. Biancovilli.

Verifica-se, ainda, que o nome do produto, em alguns rótulos, funciona muitas vezes como elemento pictórico. Alguns nos remetendo à função de um logotipo, como podemos perceber na figura 33, onde a tipografia se estende e se entrelaça em um ritmo dinâmico que o faz diferenciado, criando uma identificação do produto.

A informação principal, sendo ela o nome do produto ou simplesmente o tipo do produto, nesse esquema de diagramação atua como elemento divisor do rótulo em três campos, quer dizer, em áreas distintas de informações. O campo central, como podemos perceber na imagem da figura 34 [A], onde geralmente encontramos a identificação do produto, ou seja, a informação principal. Acima desse campo, figura 34 [B], o nome da fábrica, informação secundária e, no campo abaixo, figura 34 [C], geralmente encontramos as informações acerca do produtor e da origem da bebida.



34. As três áreas de informações demarcadas no rótulo da Cerveja Branca.

Observa-se, ainda, que os elementos pictóricos utilizados nos rótulos nos dizem, muitas vezes, a respeito de sua origem, dialogando com o produto ou com o seu nome. Como podemos ver na figura 35, o desenho da estrela nesse rótulo, representa o nome da cerveja e enfatiza essa informação verbal. A estrela, no universo simbólico dos produtores de cerveja é um atributo que indica qualidade e no caso do rótulo da figura 35, é utilizado ainda como campo para uma ilustração que reforça essa ideia, mostrando outros atributos que nos remetem a essa qualificação, a taça espumante, a garrafa e o saca rolhas.



A estrela, atributo que dá nome a cerveja

Outros atributos que atestam a qualidade da cerveja: a taça espumante, a garrafa e o saca-rolhas

Fig. 35. A ilustração do rótulo da Cerveja Estrela, faz uma alusão direta ao nome da bebida.

Por outro lado, porém, percebemos situações onde o elemento pictórico funciona de maneira própria, não se relacionando diretamente com a informação verbal que diz respeito ao nome do produto ou da sua origem. Como podemos observar na figura 36, no rótulo da cerveja *Princesa Export* encontramos junto a outros elementos decorativos, a ilustração do cometa Halley que, a princípio, em nada diz respeito ao seu soberano nome.



Fig.36. O desenho do cometa serve como suporte para a informação "Indústria Nacional".

No entanto, a presença desse elemento na composição gráfica nos remete a um excitante acontecimento ocorrido na primeira década do século XX, mais precisamente no ano de 1910, quando ocorreu a passagem do cometa Halley. Amplamente divulgado pela imprensa da época, o cometa Halley era um assunto popular, mesmo que sua passagem em alguns lugares do mundo não tenha sido o espetáculo visual esperado. No entanto, foi muito discutido em charges, crônicas, poemas, artigos e notícias, entre elas as que anunciavam os efeitos de sua passagem, como um possível fim do mundo, um eventual choque entre o cometa e a terra, ou mesmo que, *o mundo ia ser lambido pela cauda venenosa do Halley*, pois esta era formada por gases venenosos que transformaria a humanidade em cinzas³⁰. O episódio do Halley resultou na vendagem de muitos jornais e revistas e foi um tema providencial para também ilustrar efêmeros como os rótulos, como vemos na figura 37, onde o tema é utilizado como um recurso comercial, pensado pelo fabricante ou pelo litógrafo, com o intuito de chamado motivado pelo episódio da passagem do cometa pela Terra. Essa inspiração é também percebida em outros artefatos litografados no período em outros países, como o exemplo da figura 37, o rótulo do comerciante José António Lopes, de Lisboa, Portugal que registrou a marca Vinhos e Azeite Halley no ano de 1910³¹.

³⁰ Disponível em <<http://araduca.blogspot.com.br/2010/05/1910-o-cometa-halley-nao-visto-de.html>> Acesso em: 24 ago. 2011

³¹ Disponível em: <<http://garfadasonline.blogspot.com.br/2011/12/o-cometa-halley-e-alimentacao.html>> Acesso em: 06 out. 2012.



37. Rótulo de origem portuguesa que explorou a imagem e o nome do cometa Halley por ocasião de sua passagem pela Terra em 1910 .

Ainda em relação aos elementos pictóricos, observamos, no *Album 6* da Litografia de Pietro Biancovilli, temas que com maior frequência atuam nos rótulos de cervejas como imagem principal ou secundárias:

Aliança entre Nações: As relações internacionais também atuaram como elementos integrantes na composição dos efêmeros. Vê-se no rótulo da Cervejaria Aliança e no da cerveja Operária, a imagem de um aperto de mão na narrativa visual. No rótulo da cerveja Aliança, figura 38, observa-se que o aperto de mão sela a união das nações brasileira e portuguesa, representadas pelas respectivas bandeiras. Vale ressaltar que esse é o único exemplar de rótulo de cerveja feita na cidade de Juiz de Fora no qual os fabricantes são de origem portuguesa.



Ilustração que simboliza o pacto entre a república brasileira e a monarquia portuguesa.

38. Rótulo com os atributos da aliança entre Brasil e Portugal.

Pássaros: Dentre os pássaros empregados na representações visuais encontramos o colibri, o pavão e a águia. Dotados de significação simbólica, tais aves integram-se à composição visual dos rótulos. O colibri³² *quando paira sobre flores, enquanto bebe seu néctar, nos ensina que devemos saborear cada momento e apreciar as coisas que amamos.*³³ O que pode ser um ótimo atrativo para o nome de uma bebida, como podemos ver na figura a seguir, a cerveja Colibri da marca Beija-Flor revela tímida representação pictórica dessa ave, carregando a ênfase visual em sua tipografia do nome.



39. Detalhe da imagem da representação iconográfica do beija-flor no rótulo da cerveja Colibri.

O pavão que ilustra o rótulo da cerveja Branca de Augusto Shroeder, encontra-se com a cauda fechada e em pé em cima de um barril, sendo que a representação dessa ave apresenta atributos relacionados com a beleza, a perfeição e a realeza.



40. O pavão como elemento pictórico nos remete à qualidade do produto.

³² Segundo Dic. Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa 2002 : substantivo masculino. Rubrica: ornitologia. m.q. *beija-flor*

³³ Disponível em: < <http://mara-gamiel.blogspot.com/2009/09/hummingbird-symbolism.html> > Tradução livre. Acesso em: 29/ maio/ 2012.

A águia aparece no conjunto pictórico que serve como suporte da informação "marca de fábrica" nos rótulos das cerveja Carlos Gomes e da cerveja Adriática, figura 41. Vê-se a representação do animal que se porta com as asas abertas, extrapolando a moldura circular que a encerra e que, conseqüentemente, quase alcançam os ramos de trigo e lúpulo que as ladeiam. Deeprende-se a interpretação de que as asas da ave pudessem abrigar, sob sua proteção, tais cereais, possibilitando, assim, a guarda e permanência dos mesmos. Na heráldica, a águia com as asas elevadas aparece nas armas dos romanos como símbolo de poder e coragem.



41. Rótulo da Cerveja Adriática, onde o elemento pictórico principal é a águia de asas abertas.

Animais: O leão e o veado representam os poucos animais encontrados nos rótulos das cervejas. O veado surge como marca da cerveja Branca de A. José de Paiva e Cia, figura 42, da cidade de Lima Duarte. Saltitante, com as quatro patas sem tocar o solo, sua imagem aparece em um campo onde é registrada a informação "Marca Veado". A simbologia do animal o associa a caça e, também, à regeneração, pelo poder de seus chifres se renovarem a cada ano e, ainda, por sua forma lembrar a árvore da vida.



42. O rótulo da Cerveja Branca da Fábrica de Cerveja Nacional Mineira, onde a ilustração dialoga com o nome da marca.

A "Marca Veado", entretanto, pode não ser exclusividade do fabricante A. José de Paiva e Cia. no início do século XX. Os cigarros da marca Veado eram feitos no Rio de Janeiro pela Imperial Estabelecimento de Fumo, a primeira fábrica de cigarros do Brasil³⁴, estabelecida no Rio de Janeiro no século XIX. Registramos também a Cerveja Marca Veado da fábrica de Cerveja e Soda Eugenio Anselmi, do município de Ribeirão Bonito no estado de São Paulo³⁵



43. Publicidade dos cigarros da Marca Veado

O Leão, com forte representação mitológica, além de ser considerado o rei dos animais, traduz sabedoria, poder e justiça, mas também orgulho, domínio e segurança. Foi encontrado em quatro exemplares de rótulos, da Cervejaria Dois Leões de Juiz de Fora, da Fábrica de Cerveja Mineira Carlos Parizot da Estação de Lafayette, da Fábrica de Cerveja Passy de Palmyra e da cerveja John Bull, de Villa Nova de Lima, todas elas pertencentes ao Estado de Minas. Embora se utilizem do mesmo tema, o significado da ilustração em cada rótulo é bem distinta entre si, como veremos adiante.



44. A imagem dos leões que fazem alusão à realeza britânica e à maçonaria.

³⁴ Disponível em: <<http://guiadoscuriosos.com.br/blog/2011/03/28/nos-tempos-dos-cigarros-veado/>> Acesso em: 09 out. 2012.

³⁵ Disponível em: <<http://www.cervisiafilia.com.br/cervseminf.html>> Acesso em: 09 out. 2012.



45. Casal que ilustra o rótulo da Cerveja Operária

Figuras humanas: Nas representações relacionadas às figuras humanas, verifica-se o emprego de vultos históricos, figuras femininas e masculinas, além de alegorias. No rótulo da cerveja Operária, figura 45, aparece, como elemento central, um casal, onde a mulher loira, vestida como uma camponesa europeia, serve a um homem a bebida que verte de uma ânfora para os copos que este tem em suas mãos. Esse personagem se encontra sentado em um barril, completando a representação cênica dos atributos da bebida.

No rótulo mostrado na figura 46, da Cerveja Pilsen Clara da Cervejaria Universal, temos a imagem de uma mulher de cabelos negros e roupas que deixam transparecer parte de uma de suas pernas, que não lembra em nada uma trabalhadora rural. Emoldurada por uma faixa circular com o escrito "A melhor cerveja moderna", ela ostenta em uma das mãos um caneco espumante e a outra segura uma cártula onde se encontra escrita a informação da Marca Registrada.



46. A figura feminina, que oferece a bebida ao mesmo tempo que sustenta a informação de marca depositada, usada como atributo no rótulo da Cervejaria Universal.

A outra representação da figura feminina existente nesse conjunto de rótulos é um vulto histórico, figura 47, a Rainha Helena, que encontramos presente no rótulo da cervejaria dos imigrantes italianos Nicolau Peluso & Caruso, da cidade de Ubá, estado de Minas. A Rainha Helena ou Elena de Montenegro³⁶ tornou-se rainha da Itália em 1900, quando o seu

³⁶ Disponível em: < <http://monarquiasdeeuropa.blogspot.com.br/2009/07/princesa-elena-de-montenegro-reina.html>.> Acesso em: 4 out. 2012

marido, o rei Vítor Emanuel III, subiu ao trono. Durante o reinado de seu marido colaborou com a Cruz Vermelha italiana e participou de outras iniciativas caritativas. Popular entre os seus súditos por suas ações beneficentes e espírito filantropo, fez circular sua imagem para levantar fundos para organizações de caridade durante as primeiras décadas do século XX. Podemos interpretar, nesse contexto, o efetivo papel do rótulo na popularização de figuras nobres e ilustres.



47. A foto e a ilustração do retrato Rainha Helena e a foto³⁷ tirada em 1900, que possivelmente serviu de modelo para o litógrafo Pietro Biancovilli.



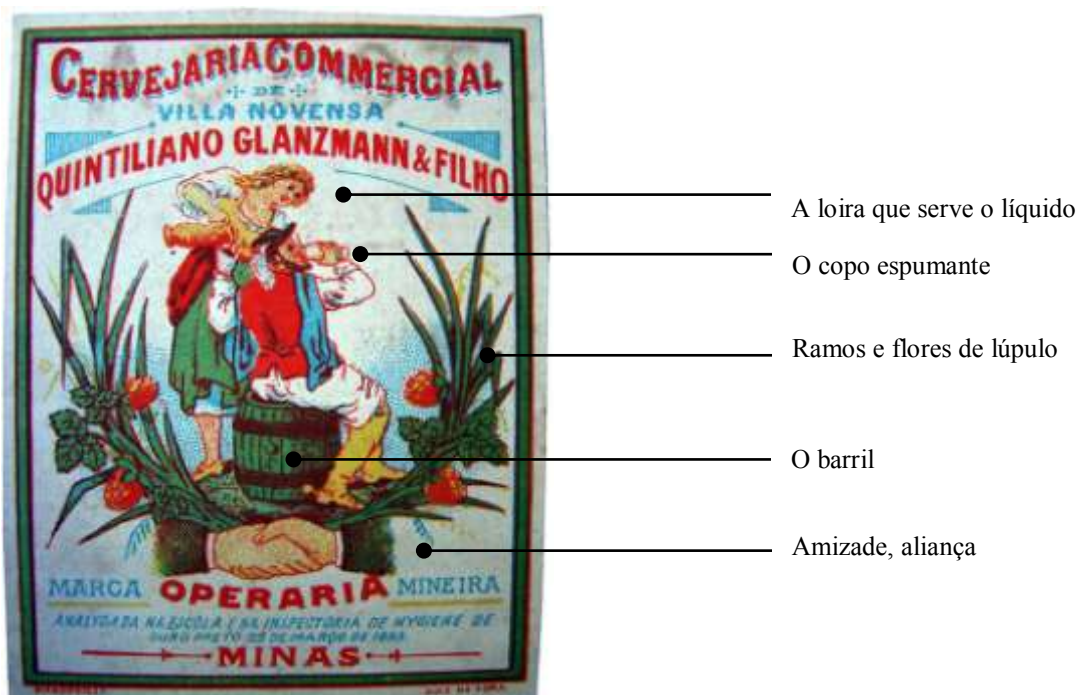
48. Rótulo da Cerveja D. Carlos de fabricação de Luiz Sebastião da Silva Maia.

Dentro da categoria vultos históricos, encontramos ainda o rótulo da cervejaria de Luiz Sebastião da Silva Maia do Município de Chapéu D' uvas, com uma homenagem a D. Carlos, o penúltimo rei de Portugal. Esse monarca subiu ao trono no final do século XIX, no ano de 1889, e seu assassinado na primeira década do século XX, em 1908, causando grande comoção popular. O fabricante da bebida exprime no

³⁷ Imagem pertencente ao site http://www.bild.bundesarchiv.de/archives/barchpic/search/_1349983797 > Acesso em: 12 jan. 2011

rótulo sua consideração por esse personagem através da mensagem: Uma homenagem do fabricante.

Atributos da cerveja: A estrela, os ramos de cevada e lúpulo, a caneca ou copos espumantes, o barril são encontrados na maioria dos rótulos de forma aleatória em sua maioria. Os ramos dos grãos são frequentes em quase todos. Encontramos na cerveja Operária a maior reunião desses elementos:



49. Os atributos presentes no rótulo da Cerveja Operária.

Medalhas: Desenhadas de modo a simbolizar superioridade e realeza, as medalhas ganhas em exposições nacionais e internacionais constituem-se como elemento pictórico muito utilizado nos impressos comerciais do final do século XIX e início do século XX. Nos rótulos atuam como indício de qualidade, atestam a sua participação e a uma possível premiação do produto nestes eventos da indústria, conferindo *status*, sendo que, muitas vezes, são utilizados como elementos pictóricos meramente decorativos.

Foram observados medalhas em de três exemplares de rótulos de cervejas pertencentes ao *Álbum 6*, como mostra a figura a seguir, a Cervejaria José Weiss, com as medalhas obtidas na Exposição de São Luiz, em 1904; no rótulo da cerveja Adriática, onde as medalhas parecem ser apenas decorativas e, no rótulo da cerveja Planeta, onde cinco medalhas estão desenhadas de frente e de verso, com dizeres ilegíveis.



50. Da esquerda para a direita, detalhes dos rótulos da cerveja José Weiss, da cerveja Adriática e da cerveja Planeta.

O perfil que aparece na medalha que ilustra o rótulo da Cerveja Planeta, figura 50, nos sugere ser uma adaptação da imagem de Dom Pedro II gravada na medalha da 1ª Exposição Nacional realizada no Rio de Janeiro em dezembro de 1861, figura 51 A. Uma medalha similar aparece desenhada por Rafael Bordallo Pinheiro³⁸, figura 51 B, para o rótulo litografado da Imperial Fabrica de Chocolate a Vapor, do Rio de Janeiro (CAVALCANTI, data, p.42).



51. A esquerda para a direita, a medalha comemorativa da 1ª Exposição Nacional realizada no Rio de Janeiro, detalhe do rótulo da Imperial Fabrica de Chocolate a Vapor e o desenho da medalha do rótulo da Cerveja Planeta, da Cervejaria Kremer & Cia.

As medalhas eram distribuídas, com certa largueza, nas exposições industriais e, segundo Pedro Cavalcanti, no livro *História da Embalagem no Brasil*, faziam parte de uma política promocional que utilizava os prêmios como qualidade do produto. Apresentavam-se, frequentemente, acompanhadas do desenho do prédio da fábrica ou do retrato do proprietário e a sua assinatura em *fac simile*.

³⁸ Caricaturista e ilustrador português (1846-1905) que esteve no durante o final da década de 1870 no Brasil onde colaborou com os jornais *O Mosquito*, *Psit!!!* e *O Besouro* entre outros.

No caso em questão, neste conjunto que se refere às cervejas do *Álbum 6*, encontramos somente no rótulo da Cervejaria Kremer, a representação do prédio da empresa, único com esse tipo de ilustração, em dupla com as medalhas. A reprodução de assinaturas, assim como o retrato do fabricante, não foi registrado em nenhum rótulo de cerveja dessa coleção.

Outros elementos pictóricos, figura 52, como listeis, colunas, áreas de cores, linhas e molduras podem ser encontrados como estrutura de apoio da composição gráfica junto aos elementos esquemáticos.



52. Elementos de apoio utilizados na composição gráfica do rótulo da Cerveja Estrela, fabricada por Guilherme Griese em Juiz de Fora.

Observa-se que todos os rótulos da Litografia Biancovilli pertencentes ao *Álbum 6* contem um elemento esquemático, todos possuem molduras, com exceção do rótulo da Cerveja Caratinga, geralmente, formadas por linhas espessas e duplas, algumas vezes decoradas e áreas chapadas em uma cor, formando fundo para textos vazados em branco. Esses elementos criam áreas de interesse para assimilação da informação verbal e pictórica.

4.3. A Cervejaria Kremer & Cia e a Cervejaria Germânica

No *Álbum 6*, foram encontrados dois exemplares dessa cervejaria que, ao ser instalada, trazia o nome de uma fábrica pioneira fundada por alemães no estado do Rio que, em Juiz de Fora, tornou-se umas das poucas fundadas no século XIX, que perduraram ativas até a primeira metade do século XX. Apesar das mudanças em sua razão social ao longo de sua existência – Cervejaria Kremer & Cia., Cervejaria Germânia e Cervejaria Americana – nos exemplares selecionados registramos um elemento pictórico em comum, o anão empurrando

um barril, que permaneceu ilustrando os rótulos das bebidas oriundas dessas cervejarias ao longo das décadas.

Em 1867, no morro da Gratidão, atual Avenida dos Andradas, foi fundada a filial da mais antiga fábrica de cerveja de Petrópolis, do estado do Rio de Janeiro (1858), a Cervejaria Augusto Kremer & Cia. Num amplo terreno nas imediações da Igreja da Glória, pertencentes outrora a Companhia União Indústria e à colônia de São Pedro. A fábrica Kremer era um lugar de lazer para os juizforanos, onde se realizavam festas, passeios e banquetes.

Em 31 de agosto de 1876, a cervejaria Kremer & Cia separa-se comercialmente da matriz, ficando com Frederico Guilherme Lindscheid a fábrica de Petrópolis, que passa a se chamar Imperial Fábrica de Cerveja Nacional. Já Augusto Kremer assume a fábrica de Juiz de Fora, agora denominada Imperial Fábrica de Cerveja e Águas Minerais de Augusto Kremer & Cia. Com a morte de Augusto Kremer, sua viúva passa a dirigir a fábrica e altera seu nome para Cervejaria Germânia na primeira década do século XX, sendo registrada com essa razão social em 1906 na Junta Comercial de Belo Horizonte (ESTEVEZ, 1915, p.281).

Os exemplares presentes no *Álbum 6* pertencem a dois momentos distintos da cervejaria e nos dão a leitura em seus projetos gráficos que evidenciam isso, seja através dos elementos gráficos utilizados em sua composição, assim como no conteúdo de suas informações verbais.

4.3.1 A Cervejaria Kremer & Cia e o rótulo da Cerveja Planeta



53. O rótulo da Cerveja Planeta da Cervejaria a Vapor Kremer & Cia.

Ao decifrar os elementos composicionais do rótulo da Cerveja Planeta, na figura 53, percebemos um sistema de informação estruturalmente organizado no qual se observa distintos elementos apresentados numa hierarquia de informações. Tal organização é detectada na maioria rótulos de cerveja da Litografia Biancovilli e, portanto, parece ser uma característica marcante nas representações imagéticas adotadas por esta indústria gráfica.

Conforme se observa na figura anterior, o nome do produto situa-se ao centro, disposto em diagonal sobre uma faixa, sendo que a tipografia é trabalhada nas serifas e apoiada em sombra obtida pela duplicação do nome do produto. Essa primeira informação, inserida na cor branca em faixa de área azul, dirige o olhar do leitor através do contraste negativo da letra com o fundo. A janela seccionada pela faixa acima do rótulo é o espaço destinado ao nome do fornecedor, amparado por elementos pictóricos que não dialogam diretamente com o nome da cerveja, mas sim, com os atributos que remetem à sua procedência e à qualidade do produto.



54. Detalhe do rótulo da cerveja Planeta

No espaço do rótulo compreendido por um triângulo retângulo, figura 54, observa-se que, nas informações encontradas à direita do rótulo, há uma curiosa hierarquia de valores onde o nome "Cervejaria" tem peso e destaque maior em relação ao nome do fabricante "Kremer & Cia". Nota-se, ainda, especial destaque dado à expressão "a vapor", imprimindo-lhe valoração informacional com maior força em relação ao produtor, embora encontre-se em restrito espaço entre a moldura do rótulo e a palavra cervejaria. Desse modo, compreende-se que a expressão "a vapor" foi, durante um período da litografia comercial, no século XIX, uma importante informação a ser impressa nos rótulos, visto que agregava qualidade ao produto e era bem vista nos primeiros períodos em que essa tecnologia passou a ser utilizada. Talvez por esse motivo, a palavra "a vapor" só aparece em três unidades dentre o conjunto de vinte e três rótulos de cervejas.

A descrição do produto e sua procedência são as últimas informações verbais percebidas e estão situadas na terceira área do rótulo, numa janela triangular inferior situada à esquerda. Uma janela retangular de cor laranja trespassa a faixa central em diagonal e informa o tipo de produto *Export Tafel-Bier*³⁹ em tipografia serifada que explora o branco do papel para o sombreamento e destaque dessas palavras. Abaixo do campo do tipo do produto, sobre

³⁹ Tafel Bier é uma cerveja de mesa tipo *Pilsen*, ideal para consumo em refeições por seu baixo teor alcoólico (1% a 2%).

o fundo branco do rótulo, é colocado nome da origem, a palavra Juiz de Fora feita na cor preta com tipografia serifada e duplicada para atribuir sombra.

Percebemos, ainda, na composição visual desse rótulo, o uso da cor como um dos elementos esquemáticos funcionais que separa, cria espaços e direciona a leitura. O branco sobre o azul escuro é o primeiro contraste a ser visto. A cor laranja também em informações e áreas de informações secundárias atua como cor quente, complementar, promovendo, em conjunto com a cor branca e a preta, áreas distintas de informações.

Dentre as imagens constantes no *Álbum 6*, esse rótulo é o único que na categoria "cerveja" apresenta como elemento visual uma imagem de edificação. Tal imagem, que ali estaria representando a fábrica, é emoldurada por um conjunto de medalhas e ramos de trigo. Esse conjunto de elementos de apoio valoriza a procedência do produto, bem como a imagem da fábrica e, subjetivamente, confere o reconhecimento do produto através das medalhas ganhas, que demonstram a sua aprovação perante o mercado, que repousam sobre os ramos de trigo, atributo que classifica a sua qualidade.

A utilização de imagens das indústrias nos rótulos de cervejas revela-se uma prática comum no final do século XIX, geralmente colocadas para informar ao consumidor o local da fábrica e suas instalações. Podemos verificar essa prática na figura 55⁴⁰ no rótulo da Cerveja Catharinense da Cervejaria Joinville. A ilustração dos prédios nesse caso, indica a sua localização, o número de prédios e o entorno, além de nos mostrar, através da representação de uma chaminé em funcionamento ao centro da edificação principal, a utilização de sua tecnologia proporcionada pela energia a vapor.



55. A imagem dos prédios das indústrias nos rótulos das cervejarias

⁴⁰ Disponível em: <<http://bardoceara.blogspot.com.br/2011/11/bebam-meus-amigos-bebam-todos-vontade.html>> Acesso em: 23 abr. 2012

Entretanto, não podemos afirmar que o prédio impresso no rótulo da cerveja Planeta seja, de fato, referente à imagem da indústria, como, por exemplo, a fotografia (ESTEVES, 1915, p. 312) que evidencia a sua fachada, feita à época em que a fábrica já havia mudado sua razão social para Cervejaria Germânia. Ao se estabelecer uma análise paralela entre ambas, verifica-se que único elemento coincidente, aparentemente, é a chaminé situada atrás do edifício. Sendo provável que se tratasse de uma representação da empresa numa fase anterior ao da Cervejaria Germânia, quando a fábrica ainda passaria por um processo de ampliação.



56. A imagem do prédio onde funcionou a fábrica de Augusto Kremer publicada no Álbum do Município de Juiz de Fora do ano de 1915 e sua representação no rótulo da Litografia Biancovilli

O prédio funcionou como fábrica de cerveja até a década de 1930, quando encerrou suas atividades e abrigou, então, a Cooperativa Central dos Produtores de Leite (CCPL). A sua fachada e a chaminé foram tombados em 2003, pelo Setor de Memória da Fundação Cultural Alfredo Ferreira Lage. Neste mesmo ano, a edificação foi adquirida pela Universidade Salgado de Oliveira – Universo, onde atualmente funcionam suas atividades acadêmicas.

O rótulo da Cerveja Planeta, pode ser considerado um dos mais antigos do *Álbum 6*, não somente pela data em que a Cervejaria Kremer & Cia foi trazida para Juiz de Fora (1867), mas também pelo repertório imagético nele encontrado, como a imagem da fábrica e a expressão "a vapor". Pode-se, também, conceber que a matriz desse efêmero tenha sido trazida da sede em Petrópolis, sofrendo modificações por Biancovilli, de acordo com as necessidades: mudança de razão social, inclusão da expressão "a vapor" ou, até mesmo, a inclusão da imagem do edifício.

4.3.2. A Cervejaria Germânia e o rótulo da Cerveja Triumpho

O rótulo da Cerveja *Triumpho* segue uma estrutura gráfica semelhante ao rótulo da Cerveja Planeta em sua estrutura de composição: o nome do produto em faixa diagonal, com tipografia trabalhada, dividindo o rótulo em três campos distintos de informações.



57. O rótulo da Cerveja *Triumpho* da Cervejaria Germânia

No que concerne à estrutura da composição do rótulo em análise, nota-se que os elementos verbais apresentam-se dispostos numa estrutura hierárquica de informação, determinando, portanto, um percurso da direção da leitura. O nome do produto aparece de forma impactante à primeira vista, por sua forma tipográfica manuscrita e também pela aplicação de graduação tonal da cor vermelha, além da escrita estar projetada por uma sombra sobre o fundo branco, aberto na faixa diagonal que atravessa o rótulo. O nome do produtor e sua procedência são vistos logo abaixo e à direita. O nome da cervejaria encontra-se em fonte serifada, com sombreado que sugere tridimensionalidade e que forma um conjunto com a palavra Cervejaria, escrita em formato de arco; o nome do produtor também recebe o tratamento de uma tipografia serifada e inclinada na cor vermelha, o uso diferenciado da cor e a inclinação da fonte mostra a intenção de distinguir e classificar essas informações. O contraste dessas áreas de cor e sombreadas com o branco do papel, consequentemente, valorizam e contrastam esses elementos verbais. Quanto ao desenho da letra caudal⁴¹ do logotipo, elemento principal de informação que ganha a nossa primeira atenção por sua

⁴¹ Segundo Robert Bringhurst, em seu livro *Elementos do Estilo Tipográfico*, caudal é a letra que se refestela em volteios de grande luxúria. Algumas letras caudais recebem floreios adicionais; outras simplesmente ocupam um espaço a mais. (BRINGHURST, 2005, p.355)

elasticidade, textura e tridimensionalidade, foi largamente utilizado no meio da litografia comercial. Curvas e caudas elaboradas (geralmente utilizadas na primeira ou última letra da palavra e o uso desses floreios, podem ser entendidas como herança de gravadores e calígrafos) estão presentes também no desenho de algumas fontes tipográficas como a *Garamond*, esse recurso foi muito utilizado para diferenciação de títulos (GARFIELD, 2012, p.101). Biancovilli usou esse recurso em diversos rótulos de bebidas e em alguns impressos comerciais, como cartões de visitas e folhetos comerciais, sendo que, em algumas vezes, essa extensão da letra aparece como suporte para informações secundárias:



58. Exemplos do uso de letras caudais nos rótulos da Litografia P. Biancovilli.

Entretanto, como foi analisado anteriormente, essa prática pode ser notada em outros efêmeros relacionados a bebidas no período de nosso recorte (final do século XIX e início do século XX), conforme se pode notar em rótulos de outras regiões do Brasil, como no rótulo da Cerveja Bavária de Otto Berner de Santa Catarina⁴² e no rótulo da Cerveja Excelsior da Companhia Cervejaria Brahma⁴³, produzidos em outras litografias contemporâneas como mostra a figura 59.

⁴² Disponível em: <<http://www.cervesia.com.br/historia-da-erveja/418-a-erveja-no-brasil-de-1901-a-1950.html>> Acesso em: 29 maio 2012

⁴³ Disponível em: <<http://br.geocities.com/cervisiafilia/cervbras2.htm>> Acesso em: 29 abr. 2012.



59. O uso da tipografia caudal para destacar o nome da bebida, recurso utilizado nos rótulos de cervejas.

Vale observar nesses rótulos que, mesmo sendo soluções gráficas similares, encontramos variações nas representações imagéticas dos símbolos atribuídos ao produto. Nos três rótulos a informação verbal principal é o nome da cerveja, que se apresenta como um elemento visual de peso por sua forma plástica. Em composição a esse letreamento, no canto superior esquerdo do rótulo, encontramos informações relacionadas à marca registrada, Indústria Brasileira e à qualidade do produto, acompanhadas por imagens que dialogam e reforçam a iconologia inspirada no imaginário cervejeiro europeu.

No rótulo da Cerveja *Triumpho*, a representação que figura no selo circular serve como elemento auxiliar de reforço à informação do registro de marca. O anão de longas barbas brancas empurrando um barril é um elemento que nos remete ao imaginário teutônico. Esse personagem é tradicional nas fábulas da Floresta Negra, região de cordilheiras ao sudoeste da Alemanha. A imagem impressa nesse rótulo foi repetida em vários rótulos da Cervejaria Americana durante o início do século XX e, aos poucos, foi se transformando no elemento pictórico principal da marca, estando presente mais tarde em suas tampas metálicas e foi também estampado em suas garrafas de refrigerantes.



60. O desenho do anão no rótulo do início do século XX, e a sua utilização em outros rótulos da Cervejaria Americana, como neste detalhe do rótulo da aguardente Coquita da década de 1930.

Vinculado, portanto, às suas raízes históricas, a representação desse duende é vista estampada em outros rótulos da fábrica, inclusive quando mudou sua razão social para Cervejaria Americana em 1914, persistindo como elemento de sua identidade visual até a década de 1980.

O desenho do anão que compõe o selo da Marca Registrada



61. A imagem do anão transportando um barril junto a informação de Marca Registrada é mantido em diferentes épocas e administrações, tornando-se um item de referência da sua identidade visual

A representação do anão é encontrada em outros rótulos do período estudado, fim do século XIX e início do século XX, como podemos verificar nos efêmeros de duas Cervejarias, figura 62, de diferentes estados do Brasil: a Fábrica de Cerveja de Otto Bachmann de Rio Negro, Rio Grande do Sul⁴⁴ e da Fábrica de Cerveja e Limonadas da Fábrica Norbert Van De Kamp⁴⁵ do Espírito Santo no final do século XIX, ambas fundadas por imigrantes alemães no final do século XIX.



62. A imagem dos duendes aplicada como atributo nos rótulos da cerveja.

⁴⁴ Disponível em: < <http://fexart.blogspot.com.br/2010/07/arte-de-apreciar-cerveja.html>> Acesso em: 15 jul. 2012.

⁴⁵ Disponível em: < <http://cervisiafilia.blogspot.com.br/2011/09/fabrica-de-cerveja-limonadas-e-gelo.html>> Acesso em: 16 jul. 2012

Ramos de cevada e flores de lúpulo [...] assim como mulheres vestidas com trajes típicos, com canecos, taças ou tulipas cheios com o líquido espumante [...] (LIMA, E. 2003. p.51) como nessa imagem da figura 63, do rótulo da Cerveja Bavária de Santa Catarina, a figura feminina sentada em um barril, cuja mão direita ergue uma taça da bebida espumante retirada da garrafa que segura em sua outra mão. Essa representação imagética atribui ao produto a qualidade de uma cerveja com tradição e pureza, reforçado pelos ramos de cevada e as flores de lúpulo.



63. Detalhe do rótulo da Cerveja Bavária de Otto Berner de Santa Catarina

Ainda podemos observar no *Álbum 6*, variações desses elementos com a figura feminina em cena, como nos rótulos da Cerveja Operária e da Cerveja Universal, ambos da Litografia Biancovilli, como nos mostra a figura 64.



64. Os tipos femininos encontrados nos exemplares de rótulos de cervejas do *Álbum 6*.

A produção de cerveja remonta ao período anterior à Idade Média e pode ser interpretada como uma atividade caseira, feminina, produzida junto ao preparo das refeições, devido ao seu valor nutritivo, sendo considerada como "pão líquido", capaz de complementar

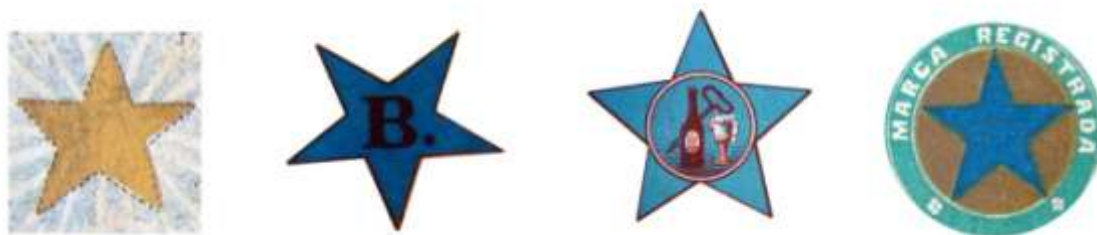
uma refeição em termos calóricos (LIMA, E. 2003, p.35). Com os avanços assinalados no campo da conservação de bebidas, indicou-se a possibilidade de transportá-la e, portanto, comercializá-la, sendo que sua produção passa a ser um ofício tipicamente masculino, enquanto que o papel da mulher o de servir o líquido como garçonete. Essa representação é bem exemplificada no rótulo da cerveja de marca Operária Mineira, no qual se verifica uma mulher em trajes típicos, com cabelos loiros, tal como uma alemã serviria ao homem, bem como a presença do cervejeiro, que sentado sobre o barril desse líquido, degusta sua taça de cerveja. A ideia da representação da mulher como garçonete, que oferece e serve o líquido como atributo da cerveja é também registrada no rótulo da Cervejaria Universal, portando-se sozinha e sem aparentar muitos traços europeus, ergue um caneco do líquido espumante em uma das mãos e sustenta, na outra, como reforço, uma cártula na qual está escrito "marca registrada". A figura feminina, com tais características de atributo, só foi vista nestes dois rótulos de cerveja do *Álbum 6* sendo que, a imagem da figura feminina ainda aparece em um terceiro rótulo, o da Cervejaria Rainha Helena, representando a personalidade que dá nome ao produto.

No rótulo da cerveja Excelsior, figura 65, encontramos uma janela circular com a informação sobre os ingredientes da cerveja: *Fabricada com lúpulo e cevada de melhor qualidade*. A estrela de seis pontas, colocada ao centro dessa moldura circular, apresenta a imagem de uma taça de cerveja espumante. A estrela que simbolizou durante a Idade Média a associação dos cervejeiros indica, ainda, os seis aspectos principais para obtenção de uma bebida pura e de qualidade: a água, o lúpulo, o malte, o levedo, o cereal e o cervejeiro. Cabe destacar que a estrela é usada como atributo imagético relacionado à cerveja até os dias atuais, seja como elemento gráfico principal do rótulo, seja como elemento gráfico auxiliar a uma informação.



65. Detalhe do rótulo da Cerveja Excelsior.

Conforme se pode analisar, o *Álbum 6* apresenta vários exemplos da utilização da estrela como elemento gráfico pertinente ao universo da cerveja, destacando-se, no entanto, o emprego da estrela de cinco pontas como nos mostra a figura 66.



66. As diferentes representações do elemento gráfico estrela nos rótulos de cerveja pertencentes ao conjunto de efêmeros encontrados no *Álbum 6* do Museu Mariano Procópio.

Muitas vezes usada de forma decorativa, as estrelas podem também ser vistas como um elemento de diálogo informativo, como marca registrada ou atuando como suporte de uma imagem secundária no conjunto da representação.

4.4. A Cervejaria José Weiss

O imigrante alemão Joseph Weiss, conhecido como José Weiss, chegou ao Brasil em 1858, segundo Jair Lessa (LESSA, 1985, p.138), e era um exigente cervejeiro, que fabricava artesanalmente sua própria cerveja, havendo informações que as fabricadas em Juiz de Fora causavam dor de cabeça. Weiss controlava os ingredientes que eram empregados na fabricação da bebida, fazia questão que a água fosse puríssima e, além disso, importava o malte, o cânhamo e lúpulo da Alemanha. Trabalhou, ainda, como cervejeiro na Imperial Fábrica de Cerveja Nacional de Augusto Kremer, tornando-se, em pouco tempo, sócio da firma. Deixou a firma e fundou, em 1878 (ESTEVES, 1915, p. 281), a Fábrica de Cerveja e Águas Minerais Weiss, instalando-se na antiga Chácara do Barão de Pintanguí, primo-irmão de Mariano Procópio. A respeito desse local, vale mencionar a narrativa de Jair Lessa categorizando-o como local amplo e pitoresco no qual *se faziam pic-nics animados à bandas de música, dançavam-se, embriagavam-se, atirava-se em pombos ou no alvo, apostava-se em corridas de cavalos, tomava-se a melhor soda da cidade [...]* (LESSA, Id.). Funcionou até o ano de 1977, quando foi declarada sua falência⁴⁶.

⁴⁶ Disponível: < <http://www.cervisiafilia.com.br/cervbras4.html#1977>> Acesso em: 11 out. 2012.

Encontramos no *Álbum 6*, quatro rótulos dessa fábrica, figura 67, um rótulo de Soda e os outros três, de cervejas



67. Os rótulos da Cervejaria José Weiss integrantes do *Álbum 6*.

Nos três rótulos de cerveja encontramos um elemento pictórico-verbal em comum: um monograma com as letras iniciais do nome José Weiss entrelaçadas. Embora esses artefatos se diferenciem em seu formato de recorte (dois são ovais e o outro retangular) e em composição gráfica, o monograma é encontrado nos três impressos, junto ao nome da cervejaria, variando somente na cor e em ornamentos adicionados à sua forma.

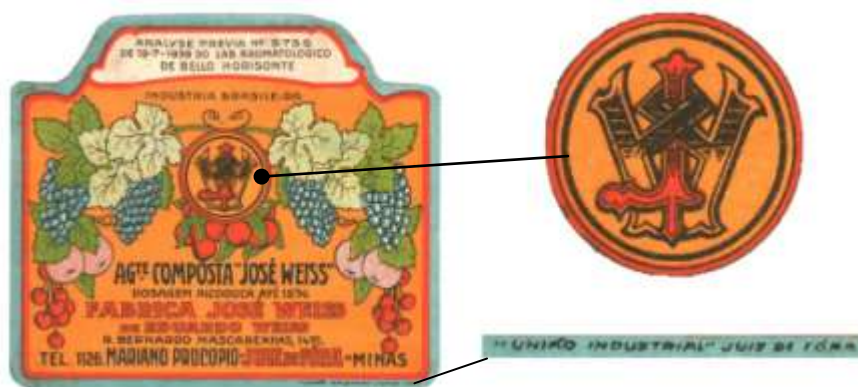


68. Os monogramas impressos nos rótulos das cervejas da Cervejaria José Weiss.

O monograma é também percebido em outros treze efêmeros do *Álbum 6*, sendo a maioria em rótulos de bebidas e nos impressos institucionais da Litografia P. Biancovilli. O uso de monogramas remetem à Antiguidade Clássica, na assinatura de esculturas, obras de

arte ou moedas, ou mesmo, em assinaturas de imperadores de Roma (MOLLERUP, 1998, p.279). Na Idade Média, os monogramas eram comumente usados como uma assinatura em documentos oficiais, como prova de propriedade, proporcionando uma rápida identificação e assimilação por pessoas alfabetizadas ou não. O monograma é uma importante informação verbal, associando-se ao nome do produtor, dado importante quando se pretende marcar um produto e fazê-lo se destacar no mercado consumidor. A utilização do monograma nos rótulos da Cervejaria Weiss nos remete à função atual de uma marca e, conforme destaca Norberto Chaves (*In* CASELLI, 2008, p.14), permite nos informar a origem daquilo que irá se diferenciar de uma massa, indicando propriedade e competência mercantil. No preâmbulo da comunicação visual, o uso do monograma nesses rótulos cumpre esta função, mesmo que não se denominasse como tal naquele momento, onde, muitas vezes, a única informação verbal encontrada em um rótulo poderia se limitar as iniciais do fabricante (REZENDE, 2003, p. 39).

Em nossa análise, encontramos vários monogramas que assinam rótulos de vinhos e vermute de produtores da região, como a firma Bertolleti & Irmãos de Juiz de Fora, que produzia o Vinho de Fruta Tosca typo Porto e o Amargo Felsina. No entanto, somente no rótulo do Vinho de Fruta Tosca aparece o monograma com as iniciais do seu nome. Assim como o produtor Francisco Gino da cidade de Belo Horizonte, que tem seu monograma impresso no rótulo de seu vermute, o mesmo não acontecendo com o rótulo da soda de seu estabelecimento. Essa singularidade nos leva a indagar sobre a intenção de seu uso no rótulo da Cervejaria José Weiss, que sugere almejar um reconhecimento imediato de sua origem. Ainda no decorrer de nossa pesquisa, encontramos em rótulos posteriores aos impressos na oficina de Biancovilli, a utilização desse monograma como marca, como mostra a figura 69.



69. Exemplar de rótulo da Fábrica José Weiss encontrado no catálogo da litografia União Industrial, da década de 1940.

Os dois rótulos em formato oval da Cervejaria José Weiss encontrados no *Álbum 6*, figura 70, apresentam uma construção gráfica semelhante, reforçando a ideia que a cervejaria

estaria optando por um padrão de identificação visual. Como sabemos, a função do rótulo, naquele momento, em que a publicidade e os meios de comunicação davam seus primeiros passos, era um meio importante de identificação do produto junto ao consumidor, que, muitas vezes, era iletrado. Como se verifica ainda hoje, a embalagem possui um discurso persuasivo e quando são desenhadas para apresentarem produtos que nos remetem a uma mesma empresa a similaridade pode ser considerada parte da construção de uma identidade corporativa.



70. Os dois rótulos ovais da Cervejaria José Weiss, similaridade nos elementos gráficos que nos remetem a uma Identidade Visual da fábrica possibilitando uma rápido reconhecimento do produto e da marca.

Observando os rótulos da figura 70, constatamos que, à primeira vista o elemento diferenciador se dá pela variação da cor, aplicada sempre em contraste com o preto e com o dourado. Entretanto, as informações verbais diferem: no primeiro rótulo não há nenhuma informação acerca do tipo de cerveja, somente a frase *Fabricação especial*. Essa frase ocupa a faixa de um listel em formato contorcido que, no rótulo similar, é utilizado para qualificar o tipo da cerveja: Preta Especial. Tal indicação é reforçada pela repetição, em negativo, no campo inferior do rótulo, abaixo da informação da procedência, indicando-nos o grau de importância na assimilação dessa informação, em relação à hierarquia das outras informações verbais. No rótulo da cerveja em que essa informação não aparece, esse campo é ocupado pelo nome da rua na qual se situa a fábrica. Na maioria dos vinte e sete rótulos de cervejas, a informação da procedência encerra-se na comunicação da cidade de origem e do estado (em onze dos vinte e sete rótulos), sendo que a indicação do endereço completo (rua, bairro, cidade, e estado) aparece apenas em três rótulos da coleção.

A identificação do tipo da cerveja, preta ou de fabricação especial, acontece no campo da variável gráfica, fazendo a cor, nesse caso, cumprir um papel diferenciador ao mesmo

tempo que identifica visualmente uma linha de produtos de um mesmo fabricante, ou seja, atua como parte de uma estratégia que hoje conhecemos como *branding*.

Por outro lado, as semelhanças entre os rótulos podem ser percebidos como uma prática comum entre as litografias comerciais, por meio de modelos copiados, muitas vezes, a pedido do próprio fabricante, ou mesmo, para gerar uma confusão proposital entre os consumidores. Apesar do registro de marcas possibilitar proteção contra esse propósito, o plágio e as falsificações ocorriam, frequentemente, entre os rótulos litografados, gerando ocorrências e manifestações em defesa da propriedade dessas marcas comerciais, qualificando como apropriação indébita a cópia. No episódio abaixo encontramos exemplificação:

Nada melhor do que o pensamento do Conde Affonso Celso, que no Senado defendeu a legislação de Marcas Comerciais e escreveu um livro de mesmo nome:

Define assim o delito, geralmente dominado contrafacção, que consiste na cópia ou traslado de symbollo quem outrem adoptou, observadas as formalidades legais, para assignalar derteminado produto ou mercadoria. (Celso, 1888: Apud LIMA, E. 1998. p.78)

Encontramos um exemplo de tal tipo de semelhança, quando se estabelece a comparação entre os exemplares do fabricante de origem italiana, José Rapallo, e aquele da Fábrica de Cerveja e Limonadas da Viúva Norbert Van De Kamp⁴⁷ do Espírito Santo.



71. A esquerda, rótulo impresso pela Litografia P. Biancovilli e a direita rótulo impresso por litografia cujo nome é ilegível no exemplar recolhido.

Trata-se de rótulos de produtos similares, a Cerveja Dupla, apresentando seus elementos verbais posicionados nos mesmos campos semelhantes. Vê-se o nome do produto escrito em diagonal, em tipografia caudal, separando os campos de informações em três

⁴⁷ Disponível em: <<http://cervisiafilia.blogspot.com.br/2011/09/fabrica-de-cerveja-limonadas-e-gelo.html>> Acesso em: 09 jun. 2012.

campos distintos. A composição simétrica apresenta, na parte superior, uma janela circular sustentada por ramos de trigo e lúpulo, e, no campo inferior, a informação da procedência e do fabricante. Concebe-se uma composição visual, no qual o sistema informacional é praticamente o mesmo. Não é possível detectar, neste presente estudo, a origem da cópia, tampouco se a cópia foi intencional, ou mesmo, se essa configuração imagética foi ou não utilizada por outras cervejarias em seus rótulos de cerveja do tipo “Dupla”. Tal constatação reforça a tese que Biancovilli reproduzia modelos a partir de referências demarcadas em outros centros comerciais.

4.5. Cervejaria Dois Leões

O rótulo da cervejaria Dois Leões é um exemplo de como um elemento pictórico pode, em alguns casos, substituir o elemento verbal principal, tornando-se a fonte principal de sua identidade. Entretanto, ao mudarmos o contexto temporal e cultural dessa significação, a informação pode perder a sua função primária de marca, deixando de ser interpretada.



72. O elemento pictórico substitui a informação verbal e identifica a Cervejaria Dois Leões

Ao classificarmos o rótulo dessa Cervejaria no primeiro momento de nossa pesquisa, não processamos a informação que se tratava da Cervejaria Dois Leões e sim, que se tratava de uma cerveja *Pilsen*, da Fábrica de Cerveja Nacional, cujo proprietário se chamava Carlos Stielber e que a origem do produto era a cidade de Juiz de Fora.

Em um segundo momento, ao pesquisarmos bibliografia relativa às primeiras fábricas de Cerveja da cidade de Juiz de Fora, detectamos então que a cervejaria de Carlos Stielber era também conhecida como Cervejaria Dois Leões, cuja especialidade era a fabricação de cerveja preta (GIROLETTI, 1980, p.81). Carlos Stielber, imigrante alemão, fundou também mais tarde, em 1907, com o seu irmão, uma fábrica de tecelagem em malhas, especializada em meias e camisas de meias.

No parque de sua cervejaria, o empresário, entusiasta que era das práticas de atividades físicas, instalou alguns aparelhos de ginástica (argolas, barras paralelas e um trapézio) que eram utilizados por jovens de origem alemã e que logo teve a adesão de jovens da sociedade juiz-forana, dando origem ao que viria a se tornar o Primeiro Clube Ginástico do Estado de Minas Gerais, em 1909⁴⁸.



73. A fábrica e o parque da Cervejaria Dois Leões, do empresário industrial Carlor Stielber, na Rua Botanagua, hoje Av. Sete de Setembro.

Seguindo a tradição do uso de temas do imaginário teutônico nos rótulos de cerveja de origem alemã, o exemplar da Cervejaria Dois Leões encontrado no álbum da Litografia a Vapor P. Biancovilli não foge à regra ao buscar uma imagem oriunda da heráldica como elemento pictórico principal. O leão que aparece no rótulo, em sua interpretação através da heráldica, é o *Leão guardante* ou *a lion rampant guardant*⁴⁹, e se encontra em pé, ereto em suas patas posteriores, com a cabeça voltada para frente encarando o espectador. Os dois leões estão espelhados, simetricamente, e suas patas dianteiras parecem proteger o caneco de cerveja que se encontra elevado por um pedestal ao centro. O caneco da cerveja que tem a tampa aberta de onde transborda uma espuma abundante, é um elemento pictórico que nos remete aos atributos do produto que o rótulo representa. Além do sentido metafórico existente

⁴⁸ Disponível em: <<http://www.franckalemao.com.br/?frnk=paginas.php&home=57>> Acesso em: 18 set. 2012.

⁴⁹ Disponível em: <<http://www.heraldsnet.org/saitou/parker/Jpglossl.htm>> Acesso em: 03 jun. 2012.

nessa representação, percebemos ainda que, nesse caso, a imagem substitui um importante elemento verbal, todavia, cumpre a mesma função informacional.

Mesmo que para nós essa informação não tenha sido transmitida de forma clara e direta – algumas representações imagéticas modificam seu significado em função da época, cultura e região, ainda mais quando tem um significado metafórico – ela faz parte do discurso de persuasão e reconhecimento de sua procedência. Em outros três rótulos da Litografia P. Biancovilli, nenhum pertencente a fábricas de Juiz de Fora, foi encontrada a imagem do leão como elemento pictórico principal. Apesar de uma estrutura gráfica informacional similar ao exemplar da Cervejaria de Carlos Stielber, podemos perceber algumas diferenças no conteúdo de seus discursos visuais.



74. A fábrica e o parque da Cervejaria Dois Leões, do empresário industrial Carlor Stielber, na Rua Botanagua, hoje Av. Sete de Setembro.

A diagramação dos rótulos segue as mesmas orientações, a maioria tem o formato oval e somente a cerveja John Bull é retangular com o posicionamento vertical. Ao centro da composição aparece a informação de maior importância verbal, inserida em cártulas ou listeis, que se destaca pelo formato e acabamento e separa o rótulo em dois campos distintos. O campo superior, onde aparece a ilustração, é circundado com a frase: Fabrica de Cerveja ou Fábrica de Cerveja Mineira. A parte inferior dos rótulos é destinada a informações secundárias, como o nome fabricante e sua origem.

Porém, como podemos perceber, as diferentes representações desse animal mitológico podem abarcar em seu conteúdo metafórico diferentes intenções. Num primeiro momento percebemos esse elemento próximo a informação do nome da fábrica agregando ao produto um significado de qualidade e de uma possível origem nobre.



75. Detalhe do rótulo da Cerveja Branca da Fábrica de Cerveja Mineira

No rótulo da Cerveja Branca da Fábrica de Cerveja Mineira, do empresário Carlos Parizot da Estação de Lafayette, encontramos a imagem de um leão com três patas no chão e a quarta pata ligeiramente levantada, como se caminhasse. Na interpretação da imagem na heráldica, esse leão é chamado de *Leão Passant*, aparentemente não havendo nenhuma ligação direta com o nome do produto ou com o da fábrica. Pode ter tido sua escolha pelo sentido metafórico que a imagem do leão

imprime, ou mesmo por motivos particulares de seu fabricante.

A cerveja *Passy* nos apresenta uma cena peculiar na ilustração de seu rótulo, que parece extrapolar as significações da heráldica. A fusão do desenho do leão com alguns atributos da cerveja nos dá uma noção de como funcionava a fusão de culturas e de como o discurso persuasivo desses rótulos era empregado. A imagem do Leão Guardante, que figura também o rótulo da Cerveja Dois Irmãos, aqui é colocado de uma forma mais mundana, mais



76. Detalhe do rótulo da cerveja Passy

próximo ao imaginário do mundo do cervejeiro do que das armas e significados heráldicos. O leão erguido, em pé, parece se equilibrar em somente uma pata inferior, pois na outra, segura um saca rolhas, instrumento necessário para se abrir as garrafas de cerveja que eram fechadas por rolhas. O animal tem sua cabeça virada para frente e repousa as suas patas dianteiras na garrafa em atitude de guarda. Ainda como parte da cena, o caneco de cerveja com sua tampa aberta de onde escorre a espuma da cerveja, participa do conjunto que se encerra emoldurada por ramos de trigo e lúpulo e a frase *Fabrica de Cerveja*.

No rótulo da Cerveja John Bull, figura 77, encontramos símbolos referentes à maçonaria e à realeza, formando um conjunto no qual faz parte a informação verbal de Marca da Fábrica. A procedência do fabricante da cerveja pode nos dizer algo acerca da origem do nome estampado em seu rótulo, como também, da escolha do elemento pictórico impresso no rótulo.



77. Acima, detalhe do rótulo da Cerveja John Bull. Abaixo, detalhe do brasão do Reino Unido.

Os motivos escolhidos para essa composição imagética, onde dois leões guardam os símbolos da maçonaria encimado por uma coroa, nos dão a ler o universo de origem do imigrante inglês. Além da coroa representar a realeza, o leão, elemento que reforça essa ideia, é encontrado no brasão de armas do Reino Unido. O triângulo, o compasso e o olho, junto aos símbolos da monarquia inglesa, nos indicam a possível associação desse fabricante com a maçonaria.

Villa Nova de Lima, hoje Nova Lima, foi uma região povoada no século XVIII devido em grande parte, a suas riquezas minerais. No século XIX, no ano de 1834, suas minas passaram a ser

administradas pela empresa inglesa *Saint John del Rey Minning Company Limited*⁵⁰. O imaginário do imigrante inglês aqui é visto na escolha do nome da cerveja, John Bull, que é a personificação da nação Britânica.

Criado por John Arbuthnot por volta de 1712, o personagem ficou popular como símbolo britânico; nos *cartoons* políticos publicados no *Harper's Weekly* (1857-1916)⁵¹ aparece algumas vezes como um leão⁵². Como podemos analisar na figura 78, o leão parece representar metaforicamente a realeza, uma vez que está ornado com atributos desta, ou seja, o cetro e a coroa.



78. Cartoon veiculado no semanário nova-iorquino *Harper's Weekly*

⁵⁰ Disponível em: < http://descubraminas.com.br/Turismo/DestinoApresentacao.aspx?cod_destino=13 > Acesso em: 24 ago. 2012.

⁵¹ *Weekly Harper* (A Revista da Civilização) era uma revista política americana baseada em Nova York. Publicado por Harper & Brothers a partir de 1857 até 1916, apresentava notícias domésticas e internacionais, ficção, ensaios sobre muitos assuntos e humor, ao lado de ilustrações. Disponível em: < <http://harpers.org/subjects/WeeklyReview> > Acesso em: 29 set. 2012.

⁵² Disponível em: < <http://www.sonofthesouth.net/uncle-sam/john-bull-history.htm> > Acesso em 13 jun. 2011.

Entretanto, em nenhum dos rótulos acima citados – o da Cerveja Branca da Fábrica Mineira, da cerveja *Passy* e o da Cerveja *John Bull* – a imagem do leão como elemento pictórico substituiu um dos elementos principais de informação verbal: o nome do produto.

Durante o século XIX, invenções impulsionaram o desenvolvimento industrial em vários campos e a indústria gráfica participou e se desenvolveu para acompanhar o crescimento industrial e comercial das cidades, que no Brasil cresciam junto à urbanização. Descobertas como a energia a vapor, a pasteurização e a refrigeração artificial possibilitaram a circulação e a popularização da cerveja que, como outros produtos industrializados, deviam ser valorizados através de seus rótulos e identidades, já que muitas vezes seu consumo se dava além dos parques das cervejarias. Produto trazido por estrangeiros para a cidade de Juiz de Fora, ao ser consumida atestava a civilidade e a cultura do cidadão cosmopolita. Identificada por rótulos com representações do imaginário europeu, impressos em cores vivas e dourados, com nomes em letras desenhadas e decoradas, esses artefatos produzidos pela Litografia de Pietro Biancovilli são acessórios pertinentes ao *status* e ao reconhecimento de certas marcas.

Os impressos referentes à produção da Litografia a vapor de Pietro Biancovilli, alocados no acervo documental do Museu Mariano Procópio, exemplificam e nos dão a ler um significativo repertório cultural, bem como evidenciam características da sociedade e do desenvolvimento industrial em Juiz de Fora e região, especialmente no período no final do século XIX e início do século XX. O exercício de análise da documentação gráfica relativa ao *Álbum 6*, possibilitou o entendimento, do ponto de vista do *design* gráfico, que Biancovilli se utilizava dos elementos de natureza visual no processo de construção de uma linguagem gráfica comercial recorrente no período inscrito. Desse modo, percebemos que a tipografia, o letramento, os elementos decorativos e as imagens empregadas colocam-se a serviço de uma representação estética, assim como o sistema comunicacional nos mostra o entendimento e a representação do mundo expresso num rótulo de um determinado produto, espelhando, portanto, o contexto regional e cultural da cidade.

5. CONCLUSÃO

Esta dissertação encaminhou-se no sentido de analisar as narrativas visuais litográficas no contexto dos fins dos oitocentos e nas décadas iniciais do século XX, tomando-se como referência a produção forjada na cidade de Juiz de Fora por meio da atuação da Litografia a vapor de Pietro Biancovilli, tendo em vista a compreensão dos modos como os padrões de visualidade contribuem no processo de construção das identidades estéticas, culturais e sociais de uma determinada temporalidade histórica.

Concebe-se a interpretação de que a cidade de Juiz de Fora demarcou, efetivamente, sua participação no processo de industrialização e de modernização em consonância, portanto, com os progressos assinalados no cenário nacional. Desse modo, as análises efetuadas ao longo desta pesquisa identificaram a presença de uma indústria gráfica que não deixa a desejar em aspectos técnicos tais como: existência de litografias, tipografias, tipógrafos e impressores, e demais profissionais especializados no campo da impressão gráfica.

Ao se estudar a trajetória de Biancovilli, salienta-se que este sujeito social já contava, à época, com significativo repertório cultural, calcado em matrizes europeias, quando inicia seus trabalhos litográficos profissionais em Juiz de Fora. Isso fica patente quando se observa seu domínio no campo das artes gráficas, ou seja, no planejamento da composição visual, na performance do traço caligráfico, bem como nas técnicas de impressão litográfica examinadas nesse estudo. Cabe ressaltar, nesse contexto, que Biancovilli manejava, com evidente desembaraço, os códigos dessa linguagem comercial – originária da litografia – e os coloca ao serviço da visualidade na nascente indústria local, que viveu, naquele momento, um significativo avanço industrial. Em relação às referências internacionais, observou-se que Biancovilli – num processo de atualização temporal e local – comunga com a linguagem de outras litografias comerciais contemporâneas da Europa, América do Norte, México e América Latina. Ademais, o que se percebe é que essa linguagem, quer por influência de sua formação europeia, quer por uma clientela também predominantemente de raízes estrangeiras, enfatizavam a importância e, ao mesmo tempo, reivindicavam a reprodução do imaginário simbólico de seu país de origem junto ao nome de seu produto.

Quando se examina as práticas sociais e os elementos pictóricos e verbais presentes nas narrativas visuais, percebe-se que, num momento em que a cultura e o consumo se espelham em modelos e produtos importados, a apropriação das referências visuais estrangeiras passa a atuar na valoração do produto comercializado. É neste processo ritual que acontece o consumo, lugar preferencial para um exercício classificatório que, ao estilo de um

sistema totêmico, fornece os valores e as categorias dos quais concebemos diferenças e semelhanças entre objetos e seres humanos.

Em relação aos enunciados contidos nas narrativas imagéticas analisadas, observou-se um repertório cultural bastante diversificado. Sob forte influência do modelo europeu, verificou-se a temática calcada em elementos composicionais de natureza fitomorfa (flores, folhagens e frutos), zoomorfa (como pássaros e outros animais), bem como alegorias femininas e expressivo número de elementos do mundo mitológico. No que se refere ao mundo social, temas como as alianças entre os países, acontecimentos cotidianos mundiais, elementos da heráldica, a presença de vultos históricos, além da presença de temas nacionais é vista geralmente atrelada à integração do imigrante ao país que o acolheu, por meio de símbolos de aliança e amizade. No que diz respeito às personalidades nacionais, foram identificados o nome do compositor de óperas brasileiro que seguiu carreira internacional, Carlos Gomes, e também, a imagem do busto de D. Pedro II que nos aparece sugerido nas medalhas comemorativas de exposições nacionais. Esse repertório, é importante salientar, pertence a uma categoria de produtos, bebidas, que em sua maioria eram produzidas por estrangeiros que foram pioneiros na instalação desse tipo de indústria na cidade de Juiz de Fora. Podemos concluir então que, o uso desses elementos pictóricos conhecidos e aceitos da cultura europeia criam uma relação com o novo, dando um fundo de continuidade no que poderia ser sentido como a invenção de uma tradição. Por intermédio do consumo de produtos que comunicam esses valores, compreende-se que as identidades são construídas e definidos mapas sociais e o consumidor passa a atuar como o mediador das relações sociais. Assim, como vemos, o produto concebido no âmbito do município de Juiz de Fora reveste-se de uma aura e de uma conotação estrangeira, importante, portanto, para a sociedade juizforana que então vivia sua *belle époque* e industrialização tardia.

De modo singular, as fontes documentais examinadas indicaram a significativa prevalência da cerveja como bebida retratada nos rótulos litográficos. Compreendeu-se que a cerveja configura-se como elemento que confere *status*, ao entrar na composição cenográfica de fotografias posadas, onde os personagens, cronistas da imprensa local, ou seja, formadores de opiniões, brindam seus copos acima de duas garrafas da bebida com seus rótulos voltados para o espectador, denotando o papel de fruição das narrativas visuais entre os indivíduos. Além disso, a cerveja é concebida como produto estrangeiro que ao ser consumido atesta a civilidade e a cultura do cidadão cosmopolita. Embalada em rótulos com representações do imaginário estrangeiro e valorizada por sua impressão colorida e com elementos dourados, letreiramentos e imagens pertencentes ao repertório comum a linguagem comercial

"possibilitada pela técnica litográfica, qual o propósito dessas mensagens que veiculavam em produtos "novos" que começavam a circular a partir da industrialização de bens de consumo. O cuidado visual na composição desses artefatos gráficos, ou rótulos, que merecem uma especial atenção e planejamento, nos sugere que Biancovilli se preocupava em utilizar elementos gráficos recorrentes à indústria da cerveja. Fazendo assim como é hoje o papel do *designer*, que opera entre aqueles que tem a mensagem a transmitir e aqueles para quem a mensagem deve ser transmitida. Ele cumpriu a função de agregar valores aos produtos que começavam a circular em escala comercial, organizou de forma satisfatória a mensagem, criou significações para a venda ao transmitir esses valores para a sociedade.

Quanto ao papel da litografia como instrumento de comunicação visual, as análises efetuadas indicam que a litografia correspondia à dinâmica de um novo tempo no qual a publicidade e a comunicação em massa se pronunciavam, tendo em vista que a técnica litográfica proporcionava maior eficiência visual às ilustrações, bem como às ideias contidas nas mensagens – seja no campo pictórico, seja no campo verbal – em razão da liberdade empregada na execução do projeto gráfico.

Resta, por fim, afirmar que a análise das narrativas visuais presentes do *Álbum 6* da Litografia a vapor de Pietro Biancovilli permitiu descortinar e compreender as variadas formas de apropriação de valores, propagação dos sistemas simbólicos, uso de temáticas sociais, afirmações culturais, produção técnica e industrial litográfica. Ressalta-se, portanto, o importante contributo do ator social Pietro Biaconvilli na conformação do campo da indústria gráfica juiz-forana, bem como o entendimento da litografia – e dos padrões de visualidade dela decorrentes – como estruturadoras de uma série de práticas sociais.

BIBLIOGRAFIA:

1. ARTES GRÁFICAS

- ACCIOLY, Anna; ANDRADE, Joaquim Marçal F. de; VIEIRA, Lula; CARDOSO DENIS, Rafael. **Marcas de valor no mercado brasileiro**. Rio de Janeiro: Ed. Senac, 2000.
- BLACKWELL, Lewis. **La tipografia Del siglo XX**. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1993.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. (Versão 3.0). São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARDOSO, Rafael (org.). **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARDOSO, Rafael (org.). **Impresso no Brasil 1808-1930: Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional**. Rio de Janeiro: Verso Brasil Editora Ltda, 2009.
- CASELLI, Pedro Álvarez. **Chile Marca Registrada**. Santiago: Ocho Libros Editores, 2008.
- CHEVALIER, Jean, GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de Símbolos**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1997.
- CAMPELLO, Silvio Barreto e CHAGAS, Isabella Aragão (org.). **Imagens comerciais de Pernambuco: Ensaio sobre os efêmeros de Guaianases**. Recife: Néctar, 2011.
- CAVALCANTI, Pedro e CHAGAS, Carmo. **A história da embalagem no Brasil**. São Paulo: Grifo Projetos Históricos e Editoriais, 2006.
- COUTINHO, Margarida Cintra et al. **Gráfica: arte e indústria no Brasil. 180 anos de História**. São Paulo: Bandeirante S.A. Gráfica e Editora, 1991.
- FERREIRA, Orlando da Costa. **Imagem e Letra**. 2 ed. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1994.
- FREITAS, Maria do Carmo de. **Maria do Carmo de Freitas - Depoimento**. Belo Horizonte: C/Arte [Coord. Marília Andrés Ribeiro e Fernando Pedro da Silva, Org. Marília Andrés Ribeiro]. 2004.
- GARFIELD, Simon. **Esse é meu tipo: um livro sobre fontes**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.
- GARROFÉ, Josep M^a. **Antique packaging**. Barcelona: Index Book, 2008.
- HEYNEMANN, Cláudia; RAINHO, Maria do Carmo Teixeira; CARDOSO, Rafael. **Marcas do progresso: consumo e design no Brasil do século XIX**. Rio de Janeiro: Mauad X: Arquivo Nacional, 2009.
- LIMA, Edna Lúcia Cunha. **Cinco décadas de litografia comercial no Recife: Por uma história das marcas de cigarros registradas em Pernambuco, 1875-1924**. Rio de

- Janeiro: Dissertação apresentada ao Departamento de Artes da PUC-RJ para obtenção do título de mestrado. 1998.
- LIMA, Edna Lúcia Cunha. F.H. Carls, M.Dreschler, L.Krauss e C. Frese, alemães a serviço da litografia comercial em Recife. **ANAIS P&D Design 2000**, FEEVALE, Novo Hamburgo, RS. 29 out. a 01 nov. 2000.
- LIMA, Edna Lúcia Cunha. **Da Loura Alemã à Morena Brasileira**. Anúncios de Cerveja, Consumo e Identidade Nacional. Rio de Janeiro: Tese de Doutorado apresentada ao Programa de Pós Graduação em Comunicação. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. 2003.
- LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador**. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.
- LIMA, Ricardo Cunha. **Análise da Infografia Jornalística**. Rio de Janeiro: Dissertação de Mestrado apresentada a ESDI/UERJ. 2009.
- LOBO, Lotus. **Lotus Lobo - Depoimento**. Belo Horizonte: C/Arte [Coord. Marília Andrés Ribeiro e Fernando Pedro da Silva, Org. Janaina Melo], vol 16, 2001.
- MARCONDES, Luiz Fernando. **Dicionário de termos artísticos**: com equivalências em inglês, espanhol e francês. Rio de Janeiro: Edições Pinakothek, 1998.
- MEGGS, Philip B. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac e Naif. 2009.
- MELO, Chico Homem; RAMOS, Elaine (Org.). **Linha do tempo do design no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.
- MOLLERUP, Per. **Marks of Excellence: The history and taxonomy of trademarks**. London: Phaidon Press Limited, 1998.
- RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. Brasília: Editora Linha Gráfica. 1987
- PORTA, Frederico. **Dicionário de artes gráficas**, Porto Alegre: Editora Globo S.A., 1958.
- PORZIO, Domenico (general editor). **Lithography: 200 years of art, history & technique**. Milan: Arnoldo Mondadori Editore, 1948.
- REAL, Regina M. **Dicionário de Belas Artes**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura. 1962.
- REZENDE, Livia Lazzaro. **Do projeto gráfico ao ideológico**: a impressão da nacionalidade em rótulos oitocentistas brasileiros. Dissertação de mestrado apresentada ao Departamento de Artes e Design da PUC-RJ para obtenção do título de mestrado. 2003. Disponível em < <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/contendo.php?nrseqoco=9082>>. Acesso em 2 abr. 2009
- TWYMAN, Michael. **Processing of Visible Language**. Nova Iorque: Plenum Press, v.1., 1979. Tradução de Edna Lucia Cunha Lima/ 1993. pp. 117-150.
- SMITH, Ray. **Manual prático do artista**. São Paulo: Ambientes e Costumes Editora. 2008.

VENEROSO, Maria do Carmo de Freitas (Org.). **Antigas marcas, novas mídias: a arte humanizando as tecnologias.** Projeto desenvolvido com o apoio da FAPEMIG pela Escola de Belas Artes Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte. 2004.

2. GERAL

CHARTIER, Roger. **A história cultural: entre práticas e representações.** Rio de Janeiro: DIFEL, 1990.

CHARTIER, Roger. **Por uma sociologia histórica das práticas culturais.** In: *a História Cultural –entre práticas e representações.* Lisboa: DIFEL, 1990.

COLI, Jorge. **Primeira missa e invenção da descoberta.** In: NOVAES, Adauto (Org.) *A descoberta do homem e do mundo.* São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

DOUGLAS, Mary. ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens.** Para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2006.

PADILHA, Solange. **O imaginário da nação nas alegorias e indianismo romântico no Brasil do século XIX.** Texto apresentado no II Congresso Internacional do Patrimônio, na Universidade de Córdoba (Argentina) e na Universidade Cândido Mendes do Rio de Janeiro no programa de pós-graduação do Departamento de Ciências Humanas.

GINZBURG, Carlo. **Mitos, emblemas e sinais.** São Paulo: Companhia das Letras. 1989.

PAIVA, Eduardo França. **História e imagem.** 2.ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2004.

SCWARCZ, Lilia Moritz. **As barbas do Imperador: D. Pedro II, um monarca dos trópicos.** São Paulo: Companhia das letras. 1998.

SILVA, Rosângela de Jesus. **Pintura, um projeto político-cultural?** A representação do índio no trabalho de Angelo Agostini. In: *II Colóquio nacional de estudos sobre arte brasileira do século XIX,* Fundação Casa de Rui Barbosa/RJ, 22 a 26 de fevereiro de 2010.

3. JUIZ DE FORA

BARROS, Cleyton Souza. **Eletricidade em Juiz de Fora: Modernização por fios e trilhos.** (Dissertação de Mestrado). Juiz de Fora: UFJF, 2008.

BORGES, Célia Maia (Org.). **Solidariedade e conflitos:** Histórias de vida e trajetórias de grupos em Juiz de Fora. Juiz de Fora: Editora UFJF, 2000.

- CHRISTO, Maraliz de Castro Vieira. "A fotografia através dos anúncios dos jornais". Juiz de Fora (1877-1910). **Locus**: Revista de História. Juiz de Fora: EdUFJF, vol.6, n.1, p. 127-146, 2000.
- CHRISTO, Maraliz de Castro Vieira. **Europa dos pobres a belle-époque mineira**. Juiz de Fora: EDUFJF, 1994.
- CLEMENTE, Vicente de Paulo. **Os alemães e a Borboleta**. Juiz de Fora: Funalfa Edições, 2008.
- ESTEVES, Albino e LAGE, Oscar Vidal Barbosa (Org.). **Álbum do município de Juiz de Fora**. Juiz de Fora: Funalfa Edições, 2006.
- GIROLETTI, Domingos. **O processo de industrialização de Juiz de Fora: 1850 a 1930**. Belo Horizonte: Fundação João Pinheiro, 1980.
- HOWYAN, G. **Assainissement ET agrandissement de La Ville de Juiz de Fora: eaux et egouts; rectification de rivières, dessèchement**. Juiz de Fora: Autographie P. Biancovilli, 1893. Edição Fac-Similar. Juiz de Fora: Fundação Cultural Alfredo Ferreira Laje, 2004.
- LESSA, Jair. **Juiz de Fora e seus pioneiros: do caminho novo à proclamação**. Juiz de Fora: Universidade Federal de Juiz de Fora e Fundação Cultural Alfredo Ferreira Laje. 1985.
- O Museu Mariano Procópio (Juiz de Fora, MG)**. São Paulo: Banco Safra, 2006.
- OLIVEIRA, Luís Eduardo de. **Os trabalhadores e a cidade**. A formação do proletariado de Juiz de Fora e suas lutas por direitos (1877-1920). Rio de Janeiro: Editora FVG, 2010.
- PIRES, Anderson. **Café, finanças e bancos: Uma Análise do Sistema Financeiro da Zona da Mata de Minas Gerais: 1889/1930**. Juiz de Fora: Fundação Cultural Alfredo Ferreira Laje, 2009.
- RODRIGUES, Afonso (Org.). **A fotografia no Museu Mariano Procópio**. Juiz de Fora: Fundação Cultural Alfredo Ferreira Laje, 2001.
- SOUZA, Ana L. F. **Metáfora de modernidade: as imagens da cidade na imprensa de Juiz de Fora (c.1891 –c. 1922)**. (Dissertação de Mestrado). Rio de Janeiro: UFRJ/ IFCS, 2005.

IMPRESSOS

- Catálogo da exposição sob a curadoria de Lótus Lobo: **Memória da litografia em Minas Gerais**. Museu Mineiro. Belo Horizonte. 1988.
- Jornal **O Pharol**. 21/10/1890; 01/01/1901; 24/08/1908; 11/09/1909; 11/09/1911.
- TIPÓGRAFOS E LITÓGRAFOS. **A indústria gráfica em Minas no início do século 20**. São Paulo: Revista Cícero, 2000.
- Revista **O Lince**. Fevereiro 1964.

FONTES:

Arquivo Histórico da Universidade Federal

Arquivo Vanderlei Thomaz

Centro de Memória da Biblioteca Municipal de Juiz de Fora

Hemeroteca Nacional Brasileira

Fundação Museu Mariano Procópio

<http://cervisiafilia.blogspot.com.br/2011/07/cevejaria-kremer-germania-americana.html>

www.sociedadecerveja.com.br/site/portal/pt/o-mundo-ervejeiro/tipos/larger/larger_detalle_1358.aspx

<http://www.heraldsnet.org/saitou/parker/Jpglosse.htm>

Dic. Eletrônico Houaiss da Língua Portuguesa 2002