

Anúncios comerciais no *Almanak de Piracicaba para 1900*: repertório de tipos e composição tipográfica

Commercial advertisements in the Almanak de Piracicaba para 1900: typeface repertoire and typographic composition

Beatriz Pniewski, Jade Samara Piaia

tipografia,
anúncios comerciais,
memória gráfica,
cultura da impressão

Este artigo busca compreender como eram elaborados os anúncios comerciais na virada do século XIX para o século XX a partir da análise do *Almanak de Piracicaba para 1900*, impresso em 1899 pela Tipografia Hennies Irmãos. A coleta e a catalogação das famílias tipográficas utilizadas na composição desses anúncios auxiliaram na investigação de seus estilos visuais e na comparação desses anúncios entre si, além de contribuir para o estudo da Tipografia Hennies Irmãos e da memória gráfica paulistana.

*typography,
advertisements,
graphic memory,
printing culture*

Through the analysis of the Almanak de Piracicaba para 1900, printed by the Hennies Brothers Letterpress Printing Shop, this article seeks to understand how commercial advertisements were made at the turn of the nineteenth to the twentieth century. The collection and cataloging of typefaces used in the composition of these ads has assisted in investigating their visual styles and comparing these ads with each other, as well as contributed to the study of the Hennies Brothers Letterpress Printing Shop and São Paulo graphic memory as a whole.

1 Introdução

O presente artigo tem como objeto de estudo o *Almanak de Piracicaba para 1900* (Camargo, 1899) (Figura 1), impresso em 1899 pela Tipografia Hennies Irmãos, com foco nos anúncios comerciais.

A Tipografia Hennies Irmãos foi uma oficina tipográfica iniciada em 1891 pelo imigrante alemão Heinrich Hennies e seu irmão Theodor Hennies. A empresa passou por três gerações familiares, encerrando suas atividades em 1992 (Piaia, 2019). Há registros de mais de 430 impressos assinados pela oficina, compreendendo livros e periódicos em sete idiomas (Piaia & Farias, 2021). Dentre eles, destaca-se o *Almanak de Piracicaba para 1900*, consultado na biblioteca do Museu Republicano “Convenção de Itu” – uma extensão do Museu Paulista da Universidade de São Paulo no interior do estado –, e posteriormente digitalizado.

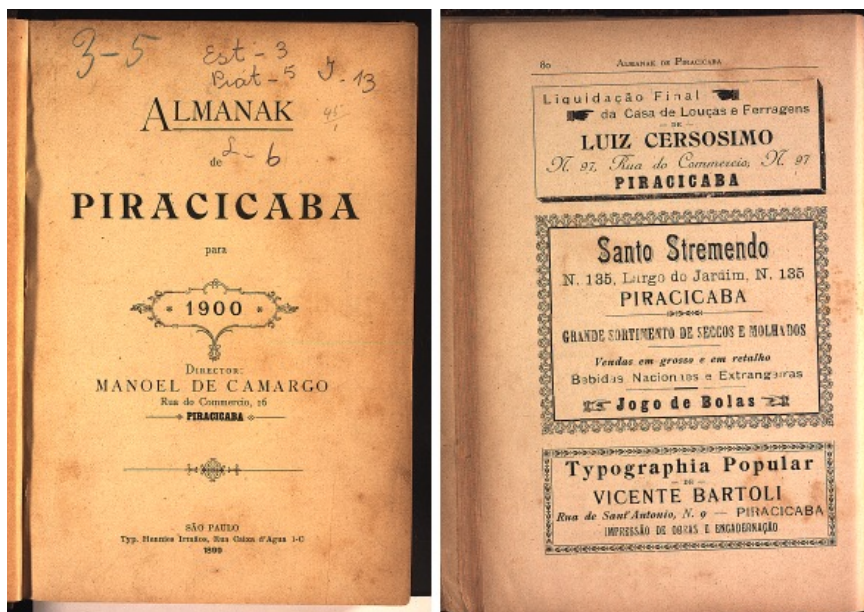


Figura 1 Folha de rosto e página contendo anúncios no *Almanak de Piracicaba para 1900*. Fonte: Centro de Estudos do Museu Republicano Convenção de Itu.

O almanaque foi selecionado como objeto de estudo devido à riqueza de seus anúncios comerciais e à grande variedade de fontes tipográficas empregadas na composição deles. Diversos estilos tipográficos eram utilizados na diagramação do conteúdo de mensagens e na diferenciação entre anúncios comerciais, contribuindo para a eficiência da comunicação em impressos no início do século xx. Dessa forma, o estudo desse objeto se insere no campo do design da informação ao resgatar e analisar as tipografias empregadas e analisar sua relação com o conteúdo transmitido. Além disso, segundo Farias, Aragão e Cunha Lima (2012), os almanaques são uma rica fonte de informação acerca da circulação de tipos das oficinas do século xix, o que reforça a importância da pesquisa de objetos como esse para a memória gráfica paulistana.

Essa pesquisa teve como objetivo a coleta e a classificação de caracteres tipográficos presentes nos anúncios do almanaque, bem como a análise da composição tipográfica desses anúncios, seguindo procedimentos metodológicos adotados por outros pesquisadores, como Farias e Onoda (2015) e Oliveira e Farias (2018), que também trabalharam com almanaques.

Foram consideradas 107 páginas do almanaque que continham anúncios. As páginas foram tratadas e os caracteres tipográficos foram coletados, nomeados e analisados quanto ao seu estilo tipográfico. As famílias tipográficas identificadas no almanaque foram inseridas na plataforma Tipografia Paulistana.¹ Após a coleta de caracteres tipográficos, foi realizada uma análise dos anúncios quanto à composição tipográfica e hierarquia de informações. Buscou-se verificar como as diversas famílias e estilos tipográficos eram utilizados para comunicar informações ao leitor.

¹ Tipografia Paulistana é um acervo digital reunindo imagens dos tipos utilizados nas oficinas tipográficas instaladas na cidade de São Paulo entre 1827 e 1927. O acervo pode ser acessado em <https://www.fau.usp.br/tipografiapaulistana/>. Acesso em 18 de maio, 2023.

2 Métodos e procedimentos

Para a coleta de caracteres tipográficos, realizaram-se os seguintes procedimentos:

1. tratamento das imagens das páginas do almanaque que continham anúncios;
2. extração de linhas de texto relevantes;
3. coleta de caracteres;
4. nomeação dos caracteres;
5. exportação de arquivos dos caracteres e *upload* na plataforma Tipografia Paulista.

2 O arquivo digitalizado foi fornecido pelo Museu Republicano.

A partir do arquivo digitalizado² do almanaque foram selecionadas as páginas que continham anúncios. Em seguida, essas páginas foram tratadas no software *Adobe Photoshop* segundo os métodos descritos por Farias (2022), visando obter imagens de alta resolução, com alto contraste entre os caracteres impressos e o plano de fundo (Figura 2). As imagens foram convertidas para o modo escala de cinza, tiveram seus níveis ajustados de forma a aumentar o contraste e a ferramenta *straighten* foi utilizada para certificar-se de que as linhas da página estavam retas.

Cada linha de texto do almanaque contendo caracteres a serem coletados foi, então, copiada e colada em um novo arquivo, com linhas guia referentes às métricas do tamanho de corpo da fonte tipográfica, de modo a padronizar o tamanho das imagens de caracteres de uma mesma fonte, mantendo o alinhamento pela linha de base. Os caracteres coletados foram nomeados segundo os procedimentos metodológicos

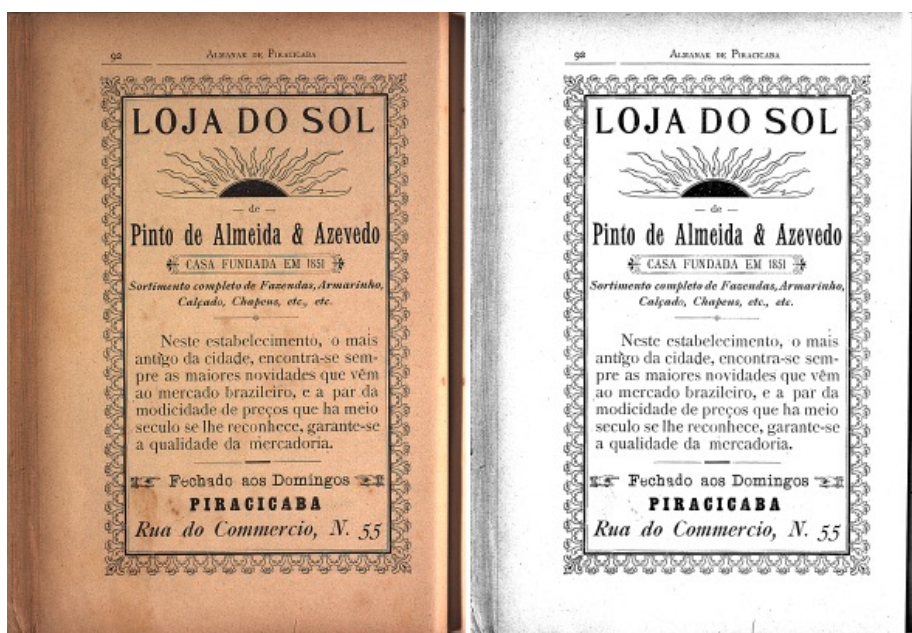


Figura 2 Página do *Almanak de Piracicaba para 1900* antes e depois do tratamento. Fonte: Centro de Estudos do Museu Republicano Convenção de Itu.

propostos por Farias (2022), que resumidamente consistem em: abreviatura do impressor e da publicação; ano da publicação; números da página, da linha e da coluna; posição da palavra na frase; posição da letra na palavra; e caractere entre colchetes. Uma planilha foi criada para o registro dos caracteres coletados, sistematizando os dados da pesquisa.

Em seguida, as famílias tipográficas foram identificadas e nomeadas. Para isso, foi preciso determinar a qual estilo essas famílias pertenciam, segundo classificações descritas por Silva e Farias (2005). As famílias tipográficas encontradas foram classificadas em: serifadas, grotescas, fantasias e escriturais.

Os nomes de cada família tipográfica foram investigados. Para isso, utilizou-se como guia a plataforma Tipografia Paulistana, verificando se os caracteres encontrados pertenciam a alguma família de tipos previamente catalogada; caso positivo, utilizou-se a mesma nomenclatura. Caso a plataforma não possuísse nenhuma família tipográfica correspondente aos caracteres encontrados, pesquisou-se em dois catálogos que continham outras famílias tipográficas muito utilizadas pelos Hennies: o *Specimen de tipos, vinhetas, etc.*, dos próprios impressores Hennies & Cia (s.d.), e o espécime *Schriften und Ornamente*, da fundidora alemã H. Berthold (s.d.), comparando os caracteres encontrados com os caracteres de famílias tipográficas similares nesses catálogos.

A comparação dos caracteres encontrados com aqueles presentes em catálogos de tipos seguiu procedimentos aplicados por Piaia e Farias (2021): primeiramente, pesquisou-se no catálogo famílias tipográficas com desenho parecido com aquele dos caracteres encontrados. Ao encontrar uma possível correspondência visual, a página do catálogo contendo o espécime da família tipográfica foi importada no Adobe Photoshop, com a opacidade da camada reduzida, e os caracteres encontrados foram sobrepostos aos possíveis caracteres correspondentes no espécime, em outra camada, também com a opacidade reduzida. Em caso de correspondência perfeita entre os caracteres sobrepostos, atribuíam-se o nome presente no catálogo à família tipográfica encontrada.

Em alguns casos, não foi possível encontrar correspondência entre os caracteres pesquisados e as famílias presentes na plataforma Tipografia Paulistana ou nos catálogos analisados; como alternativa foi atribuído um apelido à família, consistindo de uma palavra presente em uma das linhas de caracteres (Figura 3).

Na etapa seguinte os anúncios foram selecionados para análise. Os dados foram sistematizados em um banco de dados na plataforma Notion³ para organização e visualização dos anúncios, atribuindo propriedades para facilitar a comparação e análise de seus elementos. Essas propriedades referem-se às características físicas e de composição

3 Os dados podem ser consultados em <https://faeriarum.notion.site/9088426a754f45f9a2d22cbd581b652f?v=2d9d68492dc94aa5a88bc7eea6eabf65>. Acesso em 18 de maio, 2023.

Externato Tristão Mariano

Figura 3 Família apelidada de “externato”.

tipográfica: tamanho, quantidade de famílias tipográficas utilizadas, estilo aplicado ao nome do anunciante, estilo aplicado ao nome do produto ou estabelecimento anunciado, uso de molduras, uso de vinhetas e inclinação do texto. O modo de visualização em galeria do banco de dados possibilitou a comparação rápida dos elementos visuais de cada anúncio (Figura 4).

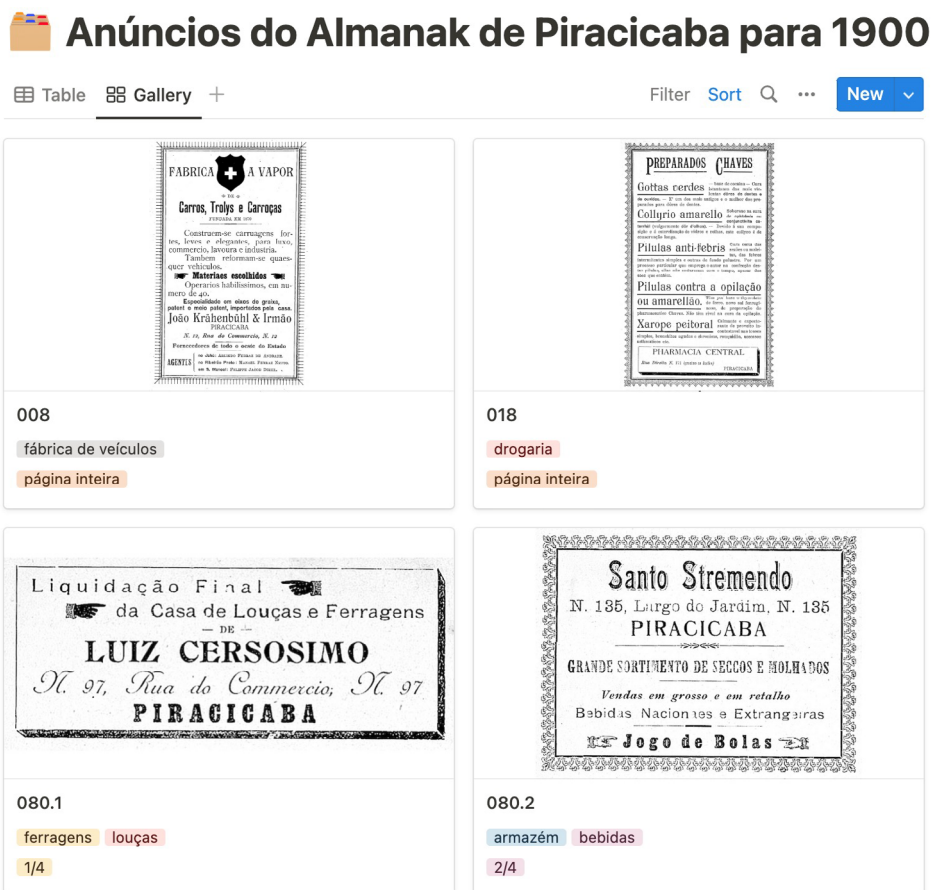






Figura 4 Detalhe dos anúncios organizados em banco de dados.

3 Resultados

Foram selecionadas 107 páginas do almanaque que continham anúncios, totalizando 155 anúncios. A partir desses anúncios foram coletadas 353 linhas de texto, das quais foram extraídos 1465 caracteres, organizados em 41 famílias tipográficas, em diversos tamanhos de corpo. Essas famílias de tipos foram disponibilizadas na plataforma Tipografia Paulistana, na página do repertório da Tipografia Hennies.⁴ Das 41 famílias tipográficas encontradas, 20 pertenciam ao estilo serifado, 9 ao estilo escritural, 8 ao estilo fantasia e 4 ao estilo grotesco. O Quadro 1 exemplifica os estilos tipográficos encontrados. As amostras das famílias tipográficas estão representadas no Quadro 2.

4 As famílias tipográficas da Tipografia Hennies podem ser consultadas na página referente da plataforma Tipografia Paulistana: <https://www.fau.usp.br/tipografiapaulistana/empresa/93>. Acesso em 18 de maio, 2023.

Quadro 1 Exemplos dos estilos tipográficos encontrados.

Serifado	Escritural	Fantasia	Grotesco
			

Quadro 2 Famílias tipográficas encontradas no almanaque, com as respectivas nomenclaturas ou apelidos atribuídos.

(continua)

Alexandra EGYDIO INFANTINI	Angelus Mediäeval Engelberg Irmãos
Antique Schreibrchrift Romana <i>Rua do Commercio N. 12</i>	Aquatinta Pacheco & Silva
Asträa Santo Stremendo	Aurora CASA GAGLIARDI
Barnum Alberto Bühler & Filho	Compress-Schriften CARPINTARIA E MARCENARIA
extensão Extensão dos maiores tuneis	externato Externato Tristão Mariano
fabrica de gelo FABRICA DE GELO	Fette Extended Antiqua MILTON BRADLEY Co.
Gratulanta <i>Dr. João Xavier da Silveira</i>	Halbbreite Grotesk João A. Niel
Hansa Grypho <i>Francisco Behmer</i>	Halbfette Mediaeval Cursiv <i>João Stipp & Comp.</i>
Hudson Xarope peitoral	Iniciaes Circular Italienne <i>Amiga e Snt.</i>
loja do sol LOJA DO SOL	Loreley José Manoel de Camargo
Magere Egyptienne PIRACICABA A RIO CLARO	Mediaeval Garnitur PHARMACIA CENTRAL

Quadro 2 Famílias tipográficas encontradas no almanaque, com as respectivas nomenclaturas ou apelidos atribuídos. (conclusão)

Mediaeval Grotesque Abaixo a ladroeira!	Mediaeval-Schreibschrift <i>Luiz Brasílico Ferraz</i>
Monopol Livraria Rodrigues	Neue Rundschriften <i>Compra e vende generos do Baiz</i>
Neue Zierschriften BAIRRO ALTO	noções de hygiene NOÇÕES DE HYGIENE INFANTIL
Preciosa <i>Empresa Electrica</i>	Propaganda Luiz Scatena
publicações Ladrilhos Hydraulicos	Regina Cursiv <i>Orlando Rangel</i>
Renaissance Estreito Grande Hotel Central	Renaissance Gotisch <i>Henrique Wohlgemuth</i>
saques PIRACIGABA	Schattirte Mediaeval CAMPINAS + TAUBATÉ
Schmale mediaeval Carlos Coll & João Iglesias	Schmale Runde Grotesk João Camargo & Comp.
Triumph-Schreibschrift <i>George Gooda</i>	Verzierte Grotesk PIRACIGABA
Zierschrift Siècle Franciseo L. de Castro Neves	

O estilo tipográfico predominante na composição de anúncios era o serifado, utilizado tanto em títulos quanto em blocos de texto e presente em 106 dos 107 anúncios analisados. O segundo estilo mais comum era o grotesco, presente em 50 anúncios. As famílias tipográficas de estilo escritural e fantasia eram usadas pontualmente em informações de destaque, como em nomes de estabelecimentos, produtos e assinaturas de anunciantes. O estilo fantasia foi verificado em 47 anúncios, e o estilo escritural, em 45 anúncios.

Quanto aos anúncios comerciais, observou-se que as páginas do almanaque eram divididas em quartos, e os anúncios majoritariamente possuíam os tamanhos de ¼ de página, meia página ou página inteira

(Figura 5). Dos anúncios analisados, 43 ocupavam até ¼ da página; estes comportavam poucas linhas de texto, empregando número reduzido de famílias tipográficas para diferenciar as informações – 36 deles usavam até 5 famílias, o que corresponde a 83% do total de anúncios desse tamanho. Os anúncios de página inteira, por sua vez, podiam conter mais texto, e por isso utilizavam um número maior de famílias tipográficas em sua composição, que chegava a 14 tipos diferentes. Dos 57 anúncios desse tamanho, somente 3 (ou 5%) utilizavam até 5 famílias.



Figura 5 Páginas do almanaque contendo anúncios de página inteira, ¼ e meia página.

4 Discussão

Analisando os anúncios do almanaque quanto à hierarquia de informações, verificou-se que os nomes do produto anunciado ou do estabelecimento tendem a ser o foco da composição, sendo destacados por fontes maiores ou mais ornamentadas. É comum que haja uma pequena frase de destaque, um bloco de texto descrevendo o produto anunciado e um endereço fechando o anúncio.

Foi possível verificar a existência de anúncios que empregavam uma grande quantidade de famílias tipográficas em sua composição. Estes eram referentes, em sua maioria, a lojas e estabelecimentos como armazéns, armarinhos e drogarias. Notou-se a tendência desses estabelecimentos a listar seus principais produtos, valendo-se de uma grande variedade de famílias tipográficas para este fim. Em um deles, o número de famílias tipográficas diferentes chegava a 14 (Figura 6).

C. F. HAMMETT & C.^{IA}

★ **CASA AMERICANA** ★

Departement Store
RUA DA QUITANDA, 15 — **CAIXA DO CORREIO, 2**
SÃO PAULO

Lieber's Code Used.

Endereço Telegraphico: HAMMETT—São Paulo

AGENTES PARA:
MILTON BRADLEY Co.
*Fabricantes de Materiaes para Jardins de Infancia e Escolas Primarias
 como tambem de Jogos e Brinquedos*

E. H. STAFFORD C.
 Fábricas de Mobilia Escolar

American Book C.	Wm. Wood & C.	A. Flanagan
Ginn & C.	Livros de doctores	Educational Pub. C.
D. C. Heath & C.	E. L. Kellog & C.	Houghton Mifflin C.
Silver, Burdett & C.	A. Lovell & C.	The Morse Co.
D. Appleton & C.		

Editores de Livros Collegiaes e Universitarios e tambem livros especiais para professores

<p>RAND, MC. NALLY & C. Fabricantes de Mappas Geographicos e Globos</p> <p>Western Publishing House Fabricantes de Manequins</p> <p>Dixon Crucible C. Fabricantes de lapis, lubrificadores e cadinhos</p> <p>ROCHESTER OPTICAL C. Photographic Apparatus Self-Toning Photographic Paper</p> <p>KYSTONE DRY PLATE & FILM WORKS Carbutt Photographic Plates</p> <p>PARKER FOUNTAIN PEN C. Celluloid Starch C.</p> <p>Helvetia Milk Cond. C. leite puro e condensado "SEM ASSUCAR"</p> <p>JOHN LEWIS CHILDS Sementes e Plantas Americanas</p> <p>OAKLAND CHEMICAL C. Hydrogen Dioxide</p> <p>SNELL BCYCLE C.</p> <p>SYBOLD MACHINE C. Machinas de Impressão e de cortar papel</p>	<p>ELASTIC TIP. C. Rubber Chair Tips</p> <p>H. J. HEINZ C. Pickles & Food Products</p> <p>Libbi, Mc. Neill & Libby Canned Meats</p> <p>BURDET ORGAN C. Parlor and Church Organs</p> <p>Chicago Writing Machine Munson Typewriters</p> <p>THEODORE METCALF C. Water White Vanilla Extract</p> <p>Allen-Tompson-Whitney C. Cadeiras Americanas</p> <p>MAGEE FURNACE & C. Fogão Americano</p> <p>LEONARD & C. Pomada para limpar prata, cobre e latão</p> <p>MORGAN ENVELOPE C. Fabricantes de Enveloppes e Papel Toilet</p> <p>TUTTLE & HINES. Extracts para refrescoes</p> <p>BUTTRICK PATTERN C. Moldes para vestidas e jornaes de moda</p> <p style="text-align: center;"><i>Tambem todos os livros publicados pela ESCOLA AMERICANA</i></p>
--	---

Figura 6 Anúncio contendo 14 famílias tipográficas diferentes em sua composição.

Observou-se a abundância de um estilo de composição em particular, que se assemelhava a um cartão de visitas, apresentando o nome do anunciante em destaque, seguido do descritivo da profissão e o endereço (Figura 7). Nesse estilo de composição, muito utilizado em anúncios de advogados, médicos e dentistas, o nome do anunciante frequentemente utilizava o estilo tipográfico escritural, remetendo a uma assinatura pessoal. Dos 23 anúncios com essa composição, apenas 1 deles não utilizava o estilo escritural no nome do anunciante.

Verificou-se que dois anúncios de um mesmo anunciante poderiam utilizar elementos tipográficos muito diferentes um do outro, e podiam, inclusive, se assemelhar a anúncios de outras empresas. Foi possível observar, entretanto, que em uma mesma página contendo mais de um anúncio, utilizava-se elementos tipográficos muito distintos para cada anúncio, como molduras, vinhetas e ornamentos, de modo a diferenciar os anunciantes um dos outros (Figura 8).

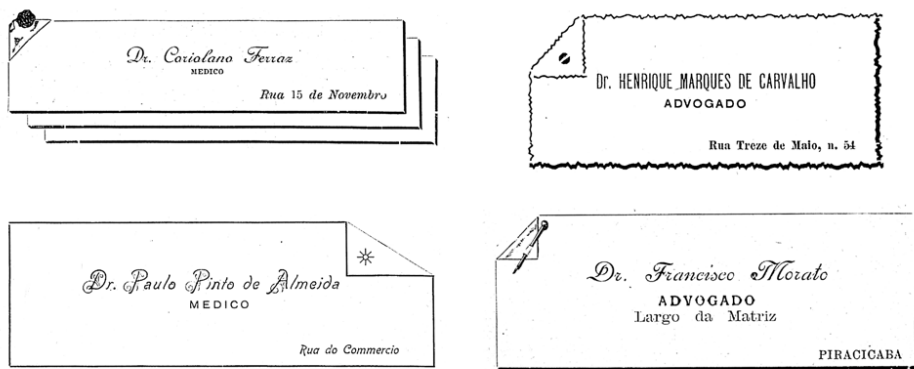


Figura 7 Anúncios compostos como cartões de visitas.



Figura 8 Anúncios utilizando elementos tipográficos para reforçar a diferenciação visual.

5 Conclusão

A análise dos anúncios revelou a variedade de estilos de famílias tipográficas empregadas nas composições. O estilo serifado era predominante devido à versatilidade, possibilitando seu uso tanto na composição de títulos quanto em blocos de texto. Um anúncio poderia conter até 14 famílias tipográficas, mesclando diversos estilos e tamanhos, de modo a capturar a atenção do leitor.

Os anúncios eram compostos a fim de se diferenciar uns dos outros a partir do uso de elementos tipográficos empregados nas informações de cada anunciante, e em alguns casos foi possível notar correlações entre o conteúdo das mensagens e as famílias tipográficas utilizadas. A análise dos elementos tipográficos e suas relações com as informações transmitidas contribuem para o estudo do que hoje se entende como design da informação.

Com a coleta e tratamento das famílias tipográficas foi possível contribuir para o estudo da memória gráfica paulistana a partir da expansão do repertório da Tipografia Hennies Irmãos e da plataforma Tipografia Paulistana, revelando famílias tipográficas inéditas neste acervo digital. A pesquisa também ampliou a compreensão do modo como os tipógrafos diferenciavam empresas e produtos através de critérios de composição visual em anúncios comerciais.

Agradecimento

A pesquisa foi realizada com apoio das bolsas PIBIC do CNPq e de Pós-doutorado da Fapesp, processo nº 2019/07566-6.

Referências

- Camargo, M. (1899). *Almanak de Piracicaba para 1900*. São Paulo: Typographia Hennies & Irmãos. 480 p.
- Farias, P. L. (2022). Tipografia Paulistana: Um protocolo de pesquisa. In G. F. Curcio, J. S. Piaia, & A. Rezende (Orgs.), *Anais da 4ª Jornada de Pesquisa LabVisual: Procedimentos metodológicos* (pp. 48–54). São Paulo: FAUUSP.
- Farias, P. L., Aragão, I. R., & Cunha Lima, E. L. (2012). Unraveling aspects of Brazilian design history through the study of 19th century almanacs and type specimens. In *Conference Proceedings: DRS 2012*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Farias, P. L., & Onoda, M. A. (2015). Letras toscanas no repertório tipográfico de Jorge Seckler (1883–1895). In *Anais do 7º CIDI*, Recife. São Paulo: Blucher.
- H. Berthold, Messinglinienfabrik und Schriftgiesserei A. G. (sem data). *Schriften und Ornamente: Messing-Universalblatt und Vignetten*. Spezial-Kataloge: Über messing-erzeugnisse, sowie russische, griechische und orientalische schriften stehen interessenten zu diensten. Berlin SW. Acervo: Família Hennies.
- Hennies & Cia. (sem data). *Specimen de tipos, vinhetas, etc.* São Paulo: Tipografia, Encadernação, Pautação, Hennies & Cia. Acervo: Família Hennies.
- Oliveira, H B., & Farias, P. L. (2018). Memória Gráfica Paulistana: O repertório de tipos da oficina tipográfica de Jorge Seckler entre 1878 e 1884. In *Anais do 8º CIDI*, Natal. São Paulo: Blucher.
- Piaia, J. S. (2019). *O repertório tipográfico da Tipografia Hennies: Contribuições para a memória gráfica paulistana*. Projeto de pós-doutorado (manuscrito não publicado) apoiado pela FAPESP, processo nº 2019/07566-6, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo.

Resumo disponível em <https://bv.fapesp.br/pt/pesquisador/705449/jade-samara-piaia/>

Piaia, J. S., & Farias, P. L. (2021). Identificando a origem de fontes tipográficas a partir de um catálogo de tipos: O repertório do Specimen de Tipos da Tipografia Hennies Irmãos. *Estudos em Design*, 29(2), 6–26.

Silva, F. L. C. M., & Farias, P. L. (2005). Um panorama das classificações tipográficas. *Estudos em Design*, 11(2), 67–81.

Sobre as autoras

Beatriz Pniewski

pniewski@usp.br
Universidade de São Paulo
São Paulo, SP

Jade Samara Piaia

jade.piaia@unesp.br
Universidade Estadual Paulista
Bauru, SP

Artigo recebido em/*Submission date*: 25/5/2023

Artigo aprovado em/*Approval date*: 31/7/2023