

Isabella Aragão

## O plural e o singular nas composições visuais dos rótulos de bebida

Toda composição visual de um artefato gráfico indica que certas escolhas foram feitas enquanto inúmeras possibilidades foram descartadas. Desse modo, um artefato do design gráfico de um mesmo produto — rótulos de aguardente, por exemplo — pode ter infinitas composições visuais. As variações poderiam ser tantas a ponto de termos rótulos bem diferentes entre si. Entretanto, as estratégias utilizadas nas composições visuais seguem, por diversos fatores, exatamente o caminho oposto: a semelhança. O mais comum é termos rótulos de um mesmo produto com composições visuais similares e facilmente identificadas pelos seus consumidores.

Este ensaio aborda, portanto, a composição visual de um recorte do acervo litográfico das *Imagens Comerciais de Pernambuco* (ICP), os rótulos de bebidas de aguardente de cana, hidromel, vinho, genipapo, entre outros. Exploraremos duas visões antagônicas dessas composições: o plural e o singular. Com o plural veremos os padrões quase herméticos da prática gráfica da época, e com o singular poderemos desfrutar de particularidades que transformam certas imagens comerciais fascinantes.

Ao longo de dois anos, uma análise gráfica quantitativa e qualitativa desses artefatos foi realizada com o intuito de desvendar certos arquétipos gráficos observados em qualquer vista rápida dada nos catálogos impressos na pesquisa. Os três grupos de elementos da linguagem gráfica, pictóricos, verbais e esquemáticos (TWYMAN, 1979), foram observados nas composições dessas imagens.

Os dois primeiros grupos não precisam de maiores explicações, somente a inclusão dos numerais e outros caracteres convencionais, como os sinais de pontuação nos elementos verbais. Twyman (1979) explica os elementos esquemáticos através da exclusão, pois são todos aqueles que não podem ser considerados nem verbais nem pictóricos, no contexto de uso. Isso significa que esquemático não é sinônimo de círculo, quadrado, ponto, linha, entre





MARREGAS  
 SÃO PAULO  
 BARRA 3  
 MUCURI  
 TARZAN  
 COROA  
 TUPAN  
 MANDA —  
 BRASA  
 SUZANA  
 SÃO JOÃO  
 S. FRANCISCO  
 CIRINÓ

f55 Logotipos serifados dos rótulos de bebidas.

outros. Essas formas abstratas somente podem ser consideradas como elementos esquemáticos se não tiverem relação “mesmo que distante, com a aparência ou estrutura de coisas reais ou imaginadas” (TWYMAN, 1985) (pictórico) ou com caracteres alfanuméricos (verbal).

Com a análise, pudemos ter uma visão geral desses elementos separadamente e da composição como um todo, pois eles juntos compõem as imagens. Funcionou mais ou menos como a engenharia reversa: desmontamos as imagens para posteriormente descobrir como elas são compostas. O ensaio também seguirá esse mesmo caminho, mostrando esses elementos desmontados para no final montá-los em rótulos padronizados, repetidos e copiados.

**Elementos verbais** Os rótulos apresentam três elementos verbais principais: a descrição do produto, o título ou logotipo e as informações do “engarrafador” ou fabricante. Aguardente de cana, refrigerante de caju, fermentado de genipapo e aperitivo de jurubeba, entre outros, são os textos considerados descrição do produto, pois nos informam a essência das bebidas. Aparecem em geral numa tipografia com peso regular sem serifa escrita em caixa-alta no canto superior dos rótulos, sem muita ênfase, já que o destaque é reservado para os logotipos. Um aspecto também plural na descrição do produto é a redução do tamanho de letras em composições como aguardente de cana, em que o DE normalmente é escrito em tamanho inferior ao das outras palavras.

É possível perceber que o conteúdo dessas descrições é sempre formado pelo tipo de bebida (aguardente, refrigerante, fermentado, etc.) e pelo ingrediente principal (cana, caju, genipapo, jurubeba, etc.). Alguns rótulos escrevem adjetivos antes do tipo da bebida (finíssima, especial, superior), provavelmente com intuito de qualificação e diferenciação. Em contrapartida à discríção gráfica nas descrições, existem rótulos singulares cujo ingrediente principal é o próprio logotipo [especial vinho de *Jurubeba*, f57p96], assim como rótulos com descrições tão destacadas quanto os logotipos. Os produtos, nesses casos, sempre são de genipapo ou jurubeba e deveriam ser apreciados pelo sabor, além de serem produzidos em menor variedade e quantidade do que as aguardentes, por exemplo.

O título é o elemento verbal que tem mais destaque nos rótulos, em relação às suas dimensões e às suas características visuais. Eles podem ser divididos em dois grandes grupos, tipografias serifadas [f55p94] e tipografias

GATINHO  
 GABÃO  
 ARATU  
 BACANO  
 ALVORAA  
 MOENDA  
 Genipapo  
 JURUBEBA  
 BAIANINHA  
 XAXADO  
 FAVELA

f56 Logotipos não serifados dos rótulos de bebidas.

não serifadas [f56p95], afora quando aparecem incidências singulares de tipografias góticas e escritas cursivas.

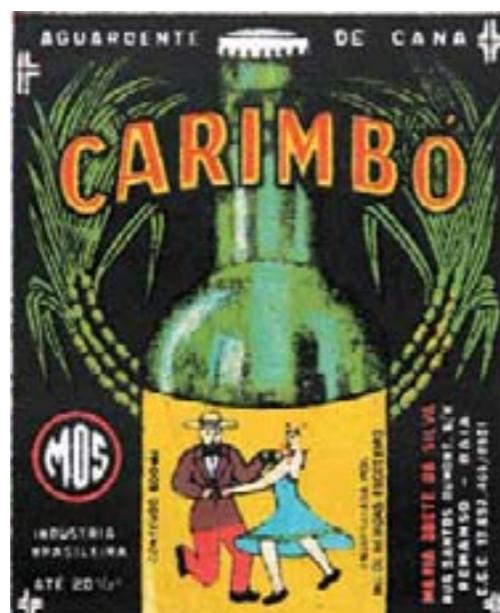
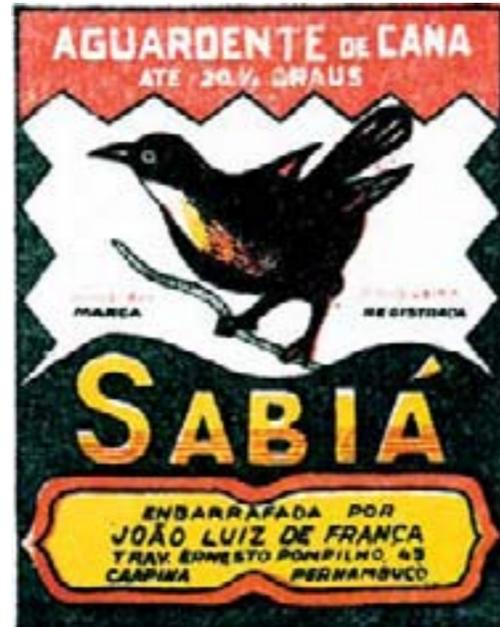
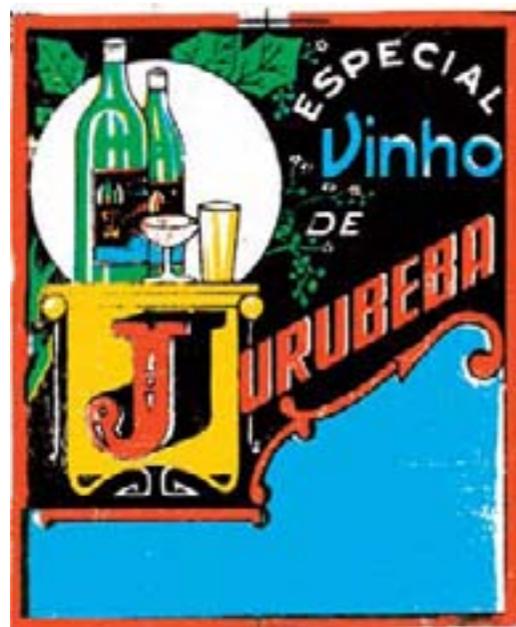
Normalmente os logotipos são formados apenas por uma palavra (*Rochedo*, *Jangadinha*, *Biturí*); entretanto, há casos de rótulos com logotipos em palavras compostas (*Cintura fina*, *Cosme e Damião*, *Cavalo pampo*, etc.) escritas com as mesmas tipografias e consequentemente com as mesmas características visuais. Poucos rótulos se destacam no meio dessa consistência na constituição dos caracteres, como *Rainha pernambucana* [f26p46], *Moça branca de Pernambuco* [f44p68] e *Moça pernambucana* [f45p68], que são compostos em tipografia cursiva nas palavras “rainha”, “moça branca” e “moça” — e com raras amostras de caracteres em caixa-baixa dos logotipos nesse recorte do acervo —, e tipografias não serifadas ou levemente serifadas nas palavras “Pernambuco” ou “pernambucana”.

Os subgrupos dos logotipos com tipografias serifadas e não serifadas voltam a se reunir num grupo onde a maioria dos logotipos são escritos em caixa-alta, e a singularidade aparece quando a primeira e/ou última letra da palavra são alteradas em tamanho e/ou desenho, como em especial vinho de *Jurubeba* [f57p96].

Grande parte dos rótulos apresenta os logotipos coloridos com peso entre o normal e o negrito, e alguns utilizam estilos condensados para dimensionar a palavra quase na mesma largura do rótulo, já que esta é uma característica marcante desse elemento. Esse encorpamento dos logotipos permite que os mais diversos ornamentos em cores diferentes do preenchimento embelezem a composição, numa pluralidade de escritos com contorno, sombra e/ou volume. Texturas são particularidades de pouquíssimos rótulos [*Sabiá*, f58p96].

Outro aspecto a ser observado como singular nos logotipos dos rótulos de bebida é a variedade na disposição das letras na composição das palavras, reservando a característica plural de horizontalidade, os logotipos também são diagramados de modo linear [*Sabiá*, f58p96], curvilíneo [*Jatahy*, f59p96] e diagonal [especial vinho de *Jurubeba*, f57p96], quase sempre acompanhando as formas de elementos pictóricos ou esquemáticos, e gerando composições visuais mais dinâmicas.

Os logotipos dos rótulos de bebidas são posicionados geralmente na porção central ou superior da composição num alinhamento centralizado. Singularmente, determinados rótulos quebram esse posicionamento horizontal, colocando logotipo ao lado de imagem, como em *Perú* [f33p50].



Raros são os rótulos com logotipos na parte inferior; o *Indio Feliciano* [f51p87] faz uma inversão no posicionamento, colocando o logotipo abaixo das informações do fabricante, formando uma das composições mais diferenciadas.

No tocante à significação dos títulos das bebidas, percebemos temas recorrentes, como santos religiosos, animais e índios. Um certo número de rótulos que incluem alguns desses temas anteriores carrega uma brasilidade representativa da cultura do País, quando nomeiam suas bebidas com o título de *Favela*, *Xaxado*, *Baianinha*, *Pagé* e *Coquinho*. Poucos são os temas que fazem referência a culturas externas, como os rótulos *China* e *Vinho cigano*. Os logotipos escritos de forma errada, por exemplo, *Bezouro*, *Garopa*, *Coringa*, provavelmente demonstram uma carência de esclarecimento de seus gravadores, impressores e até dos fabricantes.

O último elemento verbal a ser descrito são as informações relacionadas ao engarrafador das bebidas, conteúdo importante para pesquisas relacionadas aos estabelecimentos da época. As informações compostas de nome do estabelecimento, endereço e inscrições comerciais aparecem quase que em sua totalidade em caixa-alta na cor preta na parte inferior dos rótulos. O nome do engarrafador ou fabricante é geralmente enfatizado com cor, tamanho ou tipografia [*Sabiá*, f58p96]. A porção destinada a esse tipo de informação é de mais ou menos 1/5 da altura do rótulo, compreendido na maioria das vezes por retângulos, faixas retas ou curvilíneas, que fazem com que o texto siga suas curvas. Os rótulos que não utilizam elementos esquemáticos para isolar as informações dos engarrafadores o fazem com o logotipo [*Jatahy*, f59p96].

Outros textos que compõem a parcela verbal dos rótulos de bebidas são informações relacionadas à porcentagem alcoólica; sabores, como *adoçada*; indicações de beber, *sirva gelado*; e slogans como *a melhor de Pernambuco*, *especifico do bom paladar*, *entre todas a melhor*.

**Elementos pictóricos** Todos os rótulos de bebida têm pelo menos um elemento pictórico, característica do acervo e provavelmente da região, que imprimia esses artefatos efêmeros com prioridade do processo de impressão litográfico, diferentemente de São Paulo, onde são encontrados rótulos impressos em tipografia, como os da coleção Almirante, da Fundação Joaquim Nabuco, compostos apenas com os caracteres alfanuméricos dos tipos móveis e seus ornamentos.

f57 Especial vinho de Jurubeba tem logotipo composto com a primeira letra destacada e disposição da palavra na diagonal horizontal. f58 Sabiá apresenta o logotipo de modo linear horizontal com textura. f59 Jatahy é composto com o título curvilíneo com volume. f60 Carimbó apresenta o título também curvilíneo e elemento pictórico com relação metonímica.



Em sua maioria, os rótulos apresentam apenas um elemento pictórico principal, que semanticamente dialoga com o título numa relação de literalidade — por exemplo, o rótulo da aguardente de cana *Sabiá* [f58p96] é composto visualmente com desenho de um sabiá. Por outro lado, também são encontradas relações metonímicas, como em *Carimbó* [f60p96], em que o ritmo carimbó é representado por um casal dançando; e relações metafóricas, quando o rótulo da aguardente *Tentação* [f39p59] apresenta a figura de uma mulher exuberante. Quando há incidências de mais de um elemento pictórico nos rótulos, acontece uma relação de proximidade, em que esses elementos secundários, normalmente relacionados aos ingredientes das bebidas, como galhos de cana-de-açúcar [*Carimbó*, f60p96] e outros alimentos, circundam o elemento principal, muitas vezes funcionando como uma moldura.

Assim como o logotipo, a pluralidade dos rótulos apresenta os elementos pictóricos principais centralizados na porção central superior da diagramação. Esses elementos raramente aparecem na parte inferior dos rótulos, como na *Pinga pernambucana* [f61p99]. Um caso em particular apresenta seus elementos pictóricos singularmente em relação ao posicionamento; a aguardente de cana *Marca sol* [f62p99] é composta de um desenho de um camponês carregando uma vara em direção ao engenho junto com seu carro de boi, ocupando toda a parte inferior do rótulo, separado, pelo logotipo, de um sol posicionado à esquerda da parte superior, numa diagramação lúdica tanto pelo grau de infidelidade do sol quanto pela semelhança de desenhos infantis.

Os elementos pictóricos relacionados à fauna e aos alimentos são comumente desenhados por inteiro nas composições, logo, o besouro [*Bezouro*, f35p51], a garoupa, o genipapo, o galo, o aratu, o maracujá, o caju estão lá com todas as suas partes impressas. Os rótulos que apresentam paisagens enquadram seus motivos de maneira mais aberta, enquanto os rótulos com pessoas geralmente são compostos num enquadramento mais fechado, como um close de cabeça em *Môça pernambucana* [f45p68]; porém há incidências de enquadramentos da cintura para cima e até de corpo inteiro.

A técnica/instrumento utilizada(o) para desenhar os elementos pictóricos nas pedras influenciava diretamente no nível de detalhamento de sua apresentação, com um grau que podia variar da forma quase chapada dos galos em uma única cor até as gradações de tons e texturas dos engenhos.

f61 *Pinga pernambucana* é composto com elemento pictórico na parte inferior. f62 *Marca sol* posiciona elementos pictóricos e verbais de maneira inusitada.





Esse estilo imagético algumas vezes deve ter sido determinado pela destreza do gravador dos rótulos, já que para fazer um pontilhismo era preciso um domínio que poucos devem ter alcançado, sem mencionar noções mais aprofundadas da arte de desenhar, que alguns gravadores dessas imagens comerciais definitivamente não possuíam, vide capítulo 1.

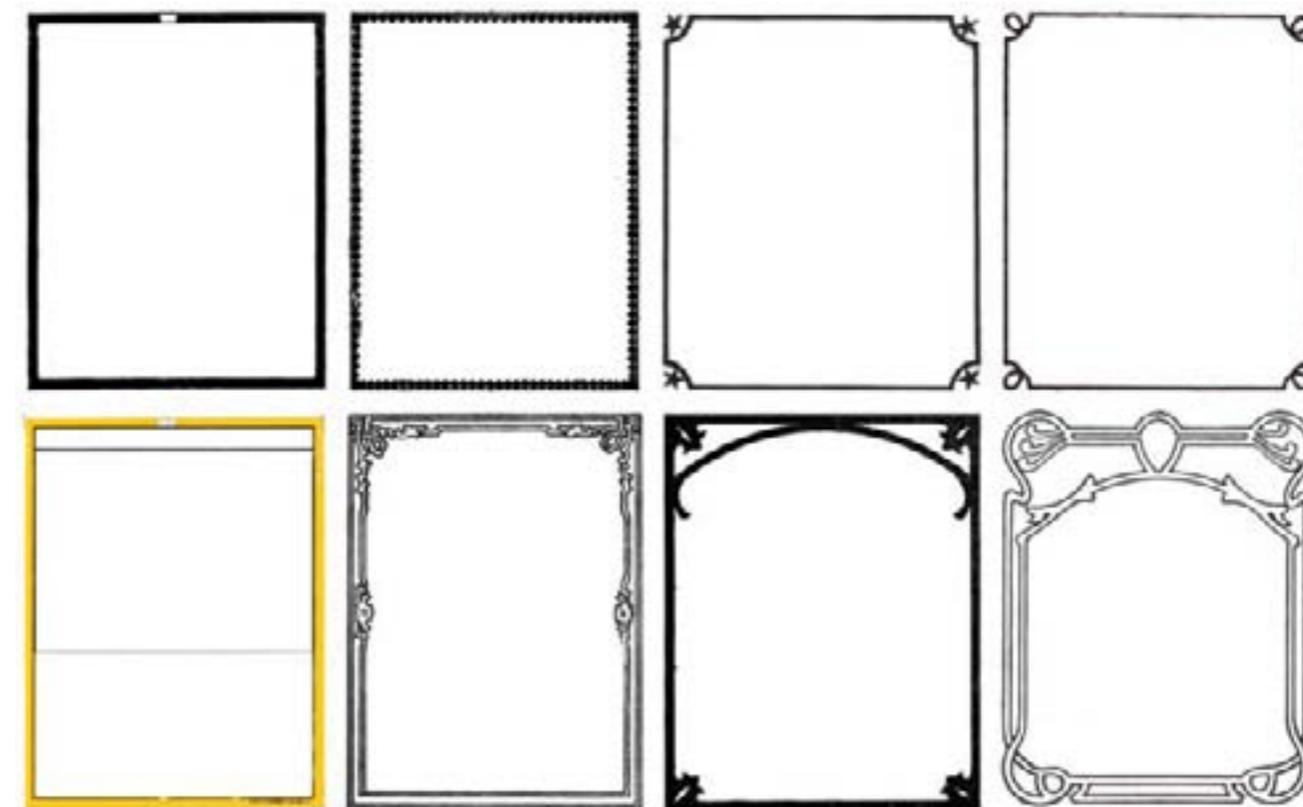
Outro aspecto interessante a ser observado nesses elementos pictóricos é o grau de fidelidade de representação aos objetos e acontecimentos do mundo real. Poucos são os rótulos que deturpam as regras impostas pela idealização da cópia imagética. Então, observamos sabiás e aratus como estamos acostumados a vê-los. Por outro lado, ao utilizar configurações com leão segurando uma garrafa do seu tamanho [finíssimo vinho de *Jurubeba*, f48p80], peixe segurando uma taça e mulher com o corpo do lado de fora do avião [*Voadôra*, f43p66], os rótulos ganham um humor algumas vezes encontrado nos títulos das bebidas, vide *Chora na rampa* [f30p48].

**Elementos esquemáticos** É certo que nem todos os rótulos de bebidas do acervo apresentam elementos esquemáticos; porém, grande parte das composições visuais é composta com pelo menos uma faixa, retângulo ou até mesmo listéis para envolver os elementos verbais. O elemento esquemático plural do acervo é a moldura, com todas as suas possíveis singularidades.

A moldura mais comum é um retângulo no formato do rótulo com linha espessa, fina ou linhas duplas (uma fina e outra espessa). Variações nesse que podemos chamar de formato básico de moldura estão relacionadas com cantos arredondados, descontinuidades nas linhas, moldura formada pelo vazado das formas dos outros elementos do rótulo [*Indio Feliciano*, f51p87], e belas molduras ornamentadas [f63p101].

As molduras ornamentadas, que podem ser consideradas singulares, já que têm pouca incidência nas *Imagens Comerciais de Pernambuco*, também variam de uma simples inserção de retângulos, voltas ou estrelas nos cantos internos, losangos por toda sua extensão, até apresentações de rótulos com molduras formadas com curvas e retas mais rebuscadas.

Grande parte dos rótulos que não apresentam o elemento pictórico principal por inteiro o envolve com molduras em forma de círculo ou outros elementos pictóricos, como os ramos já mencionados acima. Essa moldura configura o meio da composição visual, assim como os outros elementos esquemáticos, verbais ou pictóricos.



**f63 Exemplos** de diferentes tipos de molduras dos rótulos de bebida da coleção ICP.

Os rótulos utilizam faixas em formato retangular [*Conselho*, f52p87], com bordas arredondadas ou formas curvas para envolver as informações dos fabricantes. Algumas dessas faixas, sempre coloridas, diferentemente em relação à cor do fundo, servem como subdivisões na composição visual dos rótulos, separando as informações dos fabricantes do restante dos elementos gráficos. Singularmente, alguns listéis, os mesmos encontrados em brasões, são usados como segundo plano da descrição do produto ou título. Raras linhas, círculos ou qualquer outro elemento esquemático solto ornamentam os rótulos.

Algumas composições assinam os rótulos com as iniciais dos fabricantes ou engarrafadores, criando uma espécie de selo [*Pinga pernambucana*, f61p99], que aparece compreendido em círculos ou formatos de brasões, afirmando a característica de envolvimento dos elementos esquemáticos.



Certas medalhas [São João, p120] também desenhadas em formatos circulares são utilizadas para simbolizar superioridade ou realeza.

**Composições visuais** Então, os rótulos foram decompostos e descritos de acordo com as características dos elementos gráficos de sua composição visual, revelando, quando possível, a forma plural de suas configurações e aqueles casos particulares. Após essa observação, é o momento de olharmos as composições como um todo. Faremos o inverso: comporemos os rótulos mais comuns. Contudo, um dos primeiros passos na construção de um artefato gráfico é a definição de seu conteúdo informacional. O rótulo de um hidromel, por exemplo, necessita indicar que a bebida é feita com hidromel, qual o seu título, quem fabricou, etc., como aponta Solange Coutinho no capítulo 2. Desse modo, uma outra perspectiva de composição dos rótulos é escolher os elementos descritos anteriormente através de sua parcela semântica na comunicação visual. Qual desses elementos realmente estão informando dados importantes relacionados às bebidas? O que é decorativo?

Engelhardt (2002) define três funções para os elementos gráficos em composições visuais: informacional, auxiliar ou decorativa. Logo, elementos verbais, pictóricos e esquemáticos podem assumir qualquer uma dessas funções. A função informacional é a principal no processo de significação dos rótulos, ou seja, os elementos gráficos com função informacional comunicam o conteúdo do rótulo, qual o título, o produto, o engarrafador, a porcentagem de álcool... Os elementos com função auxiliar são aqueles que assistem a composição dos rótulos e, conseqüentemente, sua interpretação. Não necessariamente precisam ser ajustados para rótulos diferentes, como listéis, faixas, molduras, ramos, entre outros.

Os elementos com função decorativa, como o próprio nome indica, servem para embelezar a composição. Elementos puramente decorativos são raros de se encontrar na coleção ICP; no entanto, alguns elementos gráficos com função auxiliar ou informacional também podem ser considerados decorativos, principalmente quando são projetados com mais requinte e complexidade, como algumas molduras, cuja função decorativa sobressai da função auxiliar.

Também é importante compreender que esses elementos são desenhados em matrizes de cores nas pedras. As cores mais comuns são preto, vermelho, amarelo e azul; qualquer outra tonalidade é impressa através de uma outra matriz ou combinação de cores. No entanto, nem todos os rótulos utilizam

técnicas que misturam cores, portanto, os rótulos também apresentam padrões de cores — normalmente essas cores mencionadas acima.

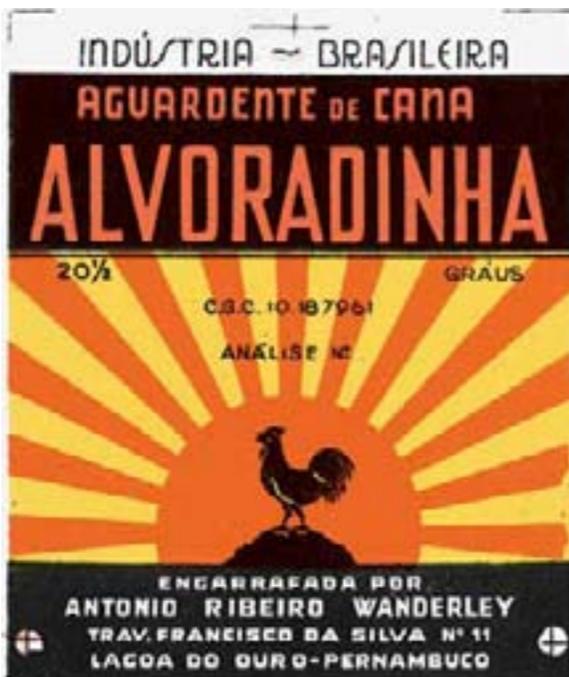
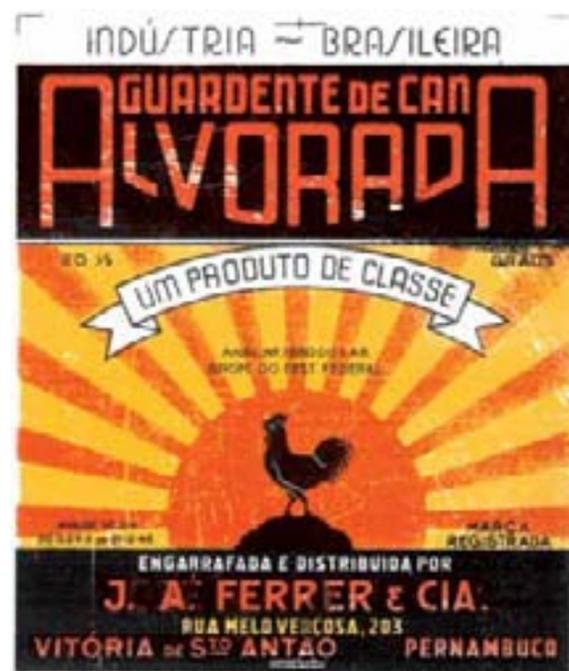
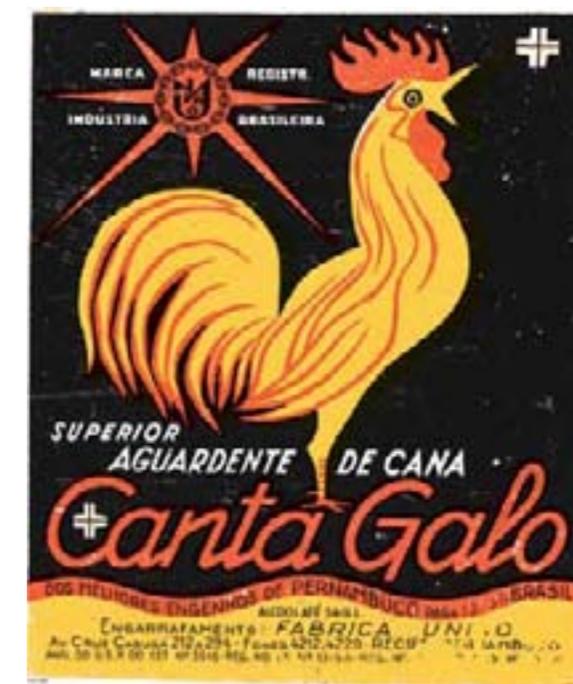
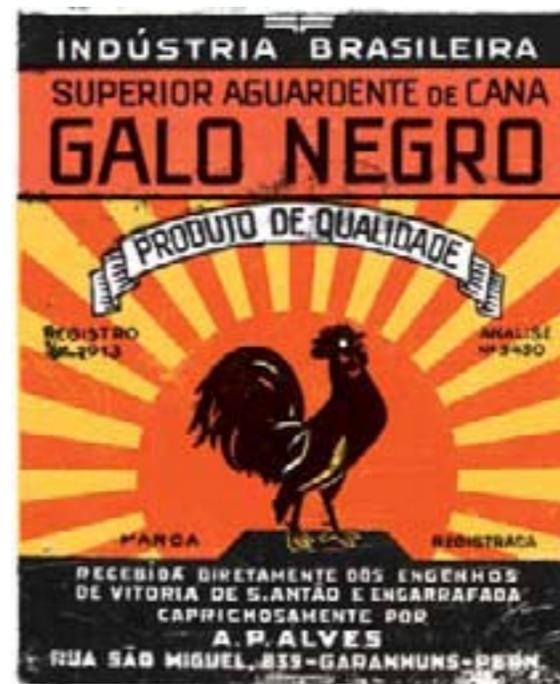
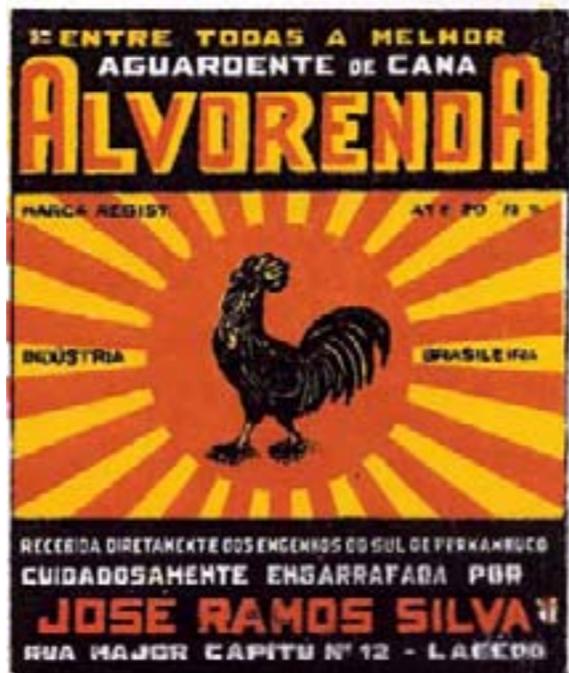
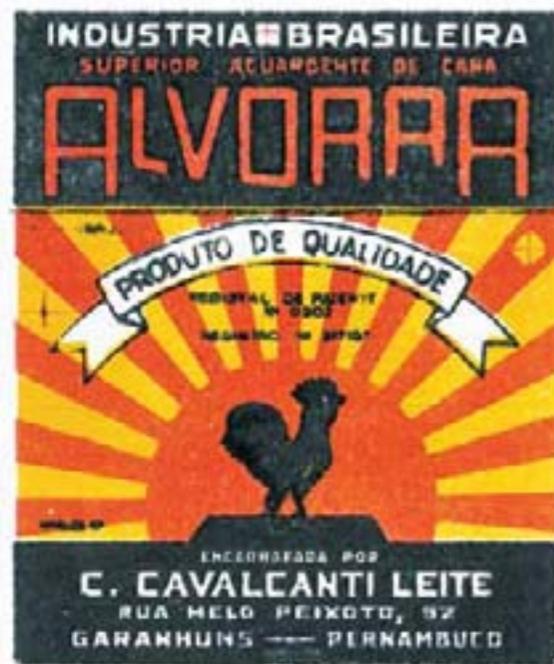
O formato padrão dos rótulos de bebidas do acervo da *Guaianases* é retangular, com altura maior que a largura. Alguns rótulos invertem essas dimensões, e apenas três fogem dessa padronização, com formas irregulares baseadas no círculo. Destarte, um dos rótulos comuns do acervo tem seus elementos compostos num formato retangular em pé.

Sabemos, portanto, que todos os rótulos precisam ser compostos de elementos com função informacional; por conseguinte, um rótulo de bebida desse acervo tem o título em tipografia sem serifa escrita em caixa-alta com contorno, a descrição do produto também em caixa-alta, as informações do engarrafador em tipografia sem serifa e caixa-alta, um elemento pictórico principal. O posicionamento desses elementos é centralizado na composição, seguindo a ordem da descrição no topo, título na parte central superior, elementos pictóricos no centro e dados do engarrafador na parte inferior. O artefato ainda é composto com uma moldura e uma faixa, com função auxiliar, que envolve, respectivamente, o rótulo e as informações do engarrafador; e nenhum elemento decorativo.

Se os artefatos podem ter os elementos com funções auxiliares sem ajustes nas composições e os elementos com função informacional com as mesmas características, nas mesmas cores, posicionados no mesmo local, então a “informação” é o que diferencia um rótulo do outro. No entanto, o acervo da ICP apresenta uma prática repleta de rótulos quase idênticos, em todos esses aspectos, inclusive no conteúdo informacional.

Os motivos dessa semelhança não são difíceis de se imaginar, quando a intenção é se parecer com o concorrente ou quando o mesmo fabricante tem dois produtos de uma mesma linha. A discussão mais interessante nessas semelhanças, aos olhos de designers gráficos, é entender as pequenas mudanças realizadas nos aspectos vistos anteriormente na decomposição dos elementos gráficos para que os rótulos se diferenciasssem, assim como a disseminação de características que acabaram se tornando comuns.

Os rótulos de aguardente *Alvorar* [f64p104], *Alvorenda* [f65p104], *Alvorada* [f66p104], *Alvoradinha* [f67p104] e *Galo negro* [f68p105] apresentam composições visuais que se encaixam no padrão descrito acima, com pequenas alterações. Pelo título dos artefatos, podemos imaginar que as semelhanças semânticas são intencionadas para que os produtos sejam tão parecidos que até possam ser confundidos, já que, através da identificação



f64 Alvorar, f65 Alvorenda, f66 Alvorada, f67 Alvoradinha e f68 Galo negro Arguadentes de cana com composições visuais semelhantes. f69 Canta galo é colorido com um dos padrões de cores das aguardentes de cana do acervo.

do engarrafador, temos a certeza de que esses rótulos são de diferentes fabricantes.

Apesar de não podermos precisar que rótulo foi projetado primeiro, é possível suscitar o original, através de um dos mais importantes elementos gráficos com função informacional do rótulo, o logotipo. Quatro rótulos, *Alvorar* [f64p104], *Alvorenda* [f65p104], *Alvorada* [f66p104] e *Alvoradinha* [f67p104] fazem relação metonímica entre o título (variações da palavra “alvorada”) e os elementos pictóricos, um galo preto cantando com o sol raiando em segundo plano. *Galo negro* [f68p105] é o único rótulo cujo título faz uma representação literal do elemento pictórico principal, o galo negro. Provavelmente, o logotipo surgiu depois de tantas combinações semânticas da palavra “alvorada”.

A composição visual do rótulo *Alvorada* [f66p104] deve ser a mais antiga, pela etimologia da palavra, já que alvoradinha é diminutivo, e alvorenda e alvorar são palavras inventadas; e também por características gráficas, como o detalhamento no desenho do galo.



*Alvorada* [f66p104] e *Alvorar* [f64p104] são os rótulos que mais se assemelham, e tais semelhanças não se restringem apenas ao conteúdo dos logotipos. As palavras *ALVORADA* e *ALVORAR* estão escritas em letras finas, em caixa-alta, sem serifa, na cor vermelha e com as singularidades de variar a inclinação das bases das letras, para formar uma linha curva imaginária; e as dimensões aumentadas da primeira e última letra, já mencionado anteriormente. Porém, *Alvorada* [f66p104] alinha os caracteres para baixo e aproveita os As para escrever também *AGUARDENTE DE CANA*, enquanto *Alvorar* [f64p104] alinha as letras para cima e escreve a descrição do produto, *AGUARDENTE DE CANA*, mais discretamente. Podemos até classificar os dois desenhos como uma mesma tipografia.

Essa singularidade no desenho tipográfico do logotipo pode ser considerada como uma das características visuais mais marcantes dos rótulos. Esse fato também deve ter sido observado pelo gravador de *Alvorenda* [f65p104], que, numa tentativa de diferenciação, mudou o posicionamento do galo e do sol, retirou o listel e escolheu outra tipografia em negrito com sombra para o título da aguardente. Apesar da palavra *ALVORENDA* ter ficado visivelmente diferente dos demais títulos, a primeira e última letras ainda permaneceram com dimensão maior.

Esses cinco rótulos também seguem um dos padrões de cores (preto, amarelo e vermelho) dos rótulos de aguardente de cana do acervo, principalmente quando a temática é bicho, como *Canta galo* [f69p105], *Tatu* [f31p50], *Perú* [f33p50], *Mocó* [f34p50], *Bezouro* [f35p51], *Pititinga* [f36p51], *Mocozinho*, entre outros. Tais cores também são utilizadas numa das aguardentes de cana mais famosas da época, a *Pitú*, ainda comercializada.

*Alvorar* [f64p104], *Alvorenda* [f65p104], *Alvorada* [f66p104], *Alvoradinha* [f67p104] e *Galo negro* [f68p105] são quase idênticos, difícil de não ter havido uma referência ou algo que podemos considerar como uma cópia quase fiel, declarada por esses pequenos detalhes.

Os aperitivos de jurubeba *Coringa* [f70p108], *Moringa* [f71p108], *Jurubebas* dos produtos Tupã [f72p108] e produtos Pitéu [f73p108] e *Gabão* [f76p109] também apresentam composições visuais interessantes. Diferentemente dos rótulos anteriores, esses aperitivos apresentam dois elementos verbais fortes, com dimensões similares, dificultando o entendimento do título do produto. O logotipo dos rótulos dos produtos Tupã e Pitéu, pelos parâmetros formais, é o ingrediente do aperitivo,

jurubeba, enquanto os outros artefatos nomeiam suas bebidas com títulos fantasias, *Moringa*, *Coringa* e *Gabão*.

A composição do terceiro e quarto rótulos é bastante similar, com todos os elementos com funções informacionais, auxiliares e decorativas quase idênticos, como moldura, face de índio, ramos e a palavra “jurubeba”. A descrição do produto *APERITIVO COM* do produtos Pitéu aparece no produtos Tupã com a palavra *DE NO MEIO* — *APERITIVO DE COM*, frase curiosa que provavelmente indica um rótulo estoque mal aproveitado.

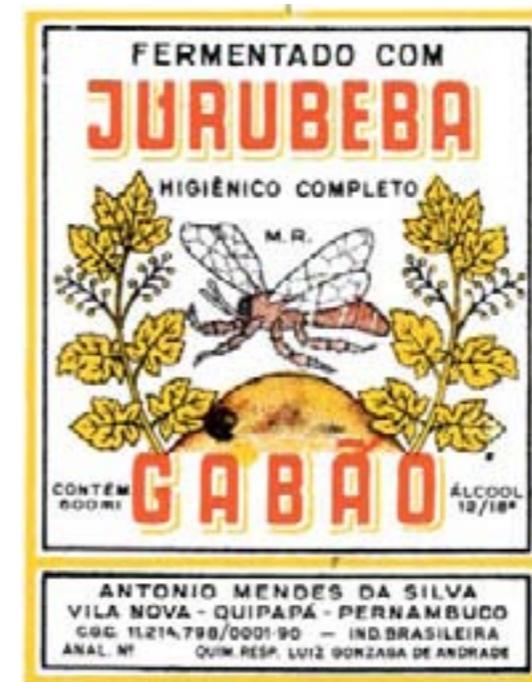
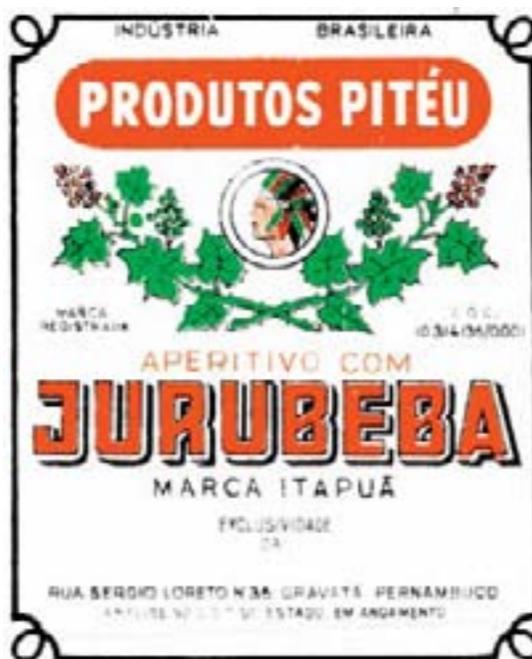
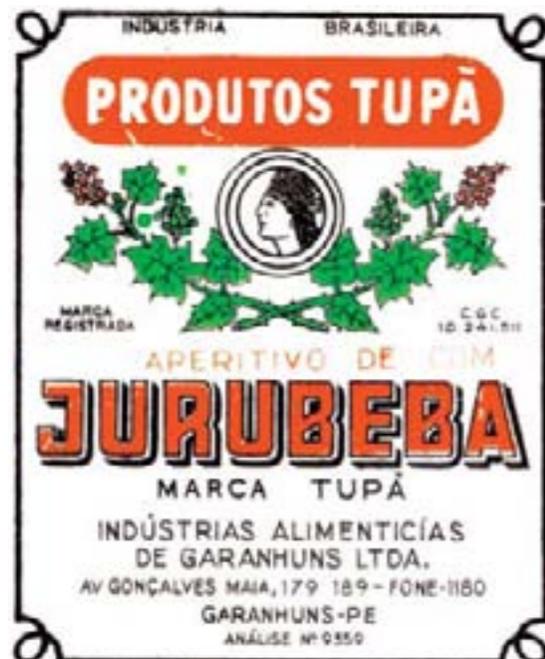
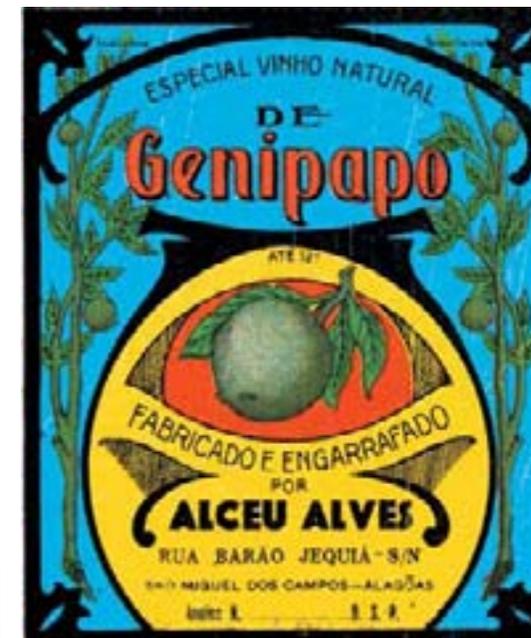
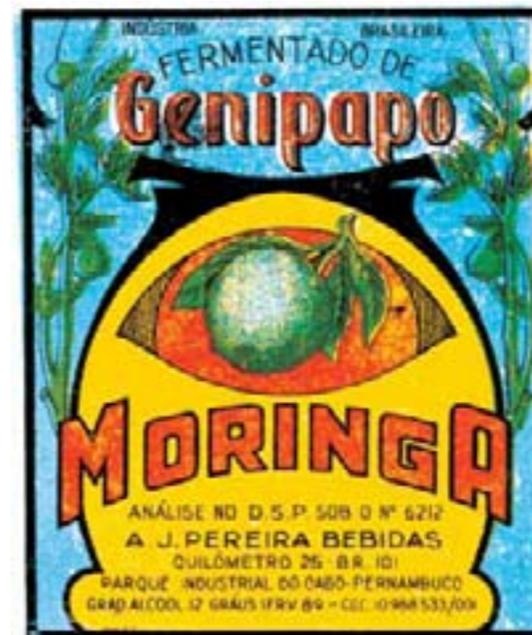
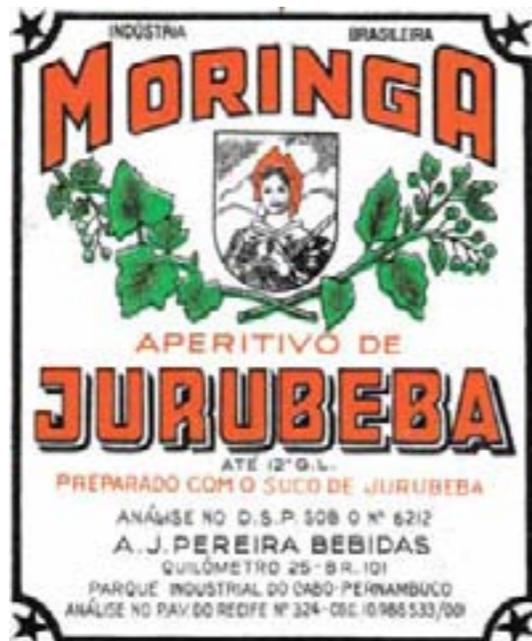
*Coringa* [f70p108] e *Moringa* [f71p108] se assemelham aos dois primeiros rótulos desse grupo, modificando os ornamentos das bordas das molduras para estrelas e com os elementos pictóricos principais, mulher e curinga, compondo o lugar de índios. No entanto, a maior distinção está nos títulos *moringa* e *coringa*, que são escritos em disposição curvilínea com a primeira e última letra novamente em tamanho maior e tipografia sem serifa em caixa-alta e com contorno.

Da mesma forma que a cor das alvoradas fazem parte de um padrão gráfico da época, esses rótulos de jurubeba também apresentam uma característica marcante: o desenho tipográfico da palavra “jurubeba”. Independentemente da composição visual do rótulo, essa tipografia sem serifa foi sendo utilizada, com pequenos ajustes, em quase todos os rótulos feitos com essa fruta.

O logotipo do aperitivo de jurubeba *Moringa* [f71p108] é transposto para uma outra composição, de genipapo, que também possui um grupo de rótulos com características semelhantes: um fermentado de *Genipapo* [f74p109] e um especial vinho natural de *Genipapo* [f75p109].

Os dois produtos *Moringa* (aperitivo de jurubeba e fermentado de genipapo) foram engarrafados pela mesma empresa, do Cabo. Interessante perceber que o engarrafador A.J. Pereira tinha duas bebidas de ingredientes diferentes com composições visuais de seus rótulos similares a outros rótulos de outros engarrafadores, porém com o mesmo logotipo, *Moringa*. Provavelmente, o logotipo nem foi desenhado outra vez, apenas transportado da matriz de jurubeba para a matriz do genipapo. Ainda podemos observar que o *Moringa* aperitivo de jurubeba [f71p108] deve ter sido fabricado antes do fermentado de genipapo [f74p109], pois o título se encaixa mais harmonicamente na composição visual.

Esse último grupo de rótulos pode ser considerado bem peculiar em relação às outras composições visuais, já que apresenta elementos



f70 Coringa, f71 Moringa aperitivo de jurubeba, f72 Jurubeba (produtos Tupã), f73 Jurubeba (produtos Pitêu), f74 Moringa fermentado de genipapo, f75 especial vinho natural de Genipapo e f76 Gabão Rótulos de aperitivos de jurubeba e genipapo que compartilham composições visuais semelhantes.



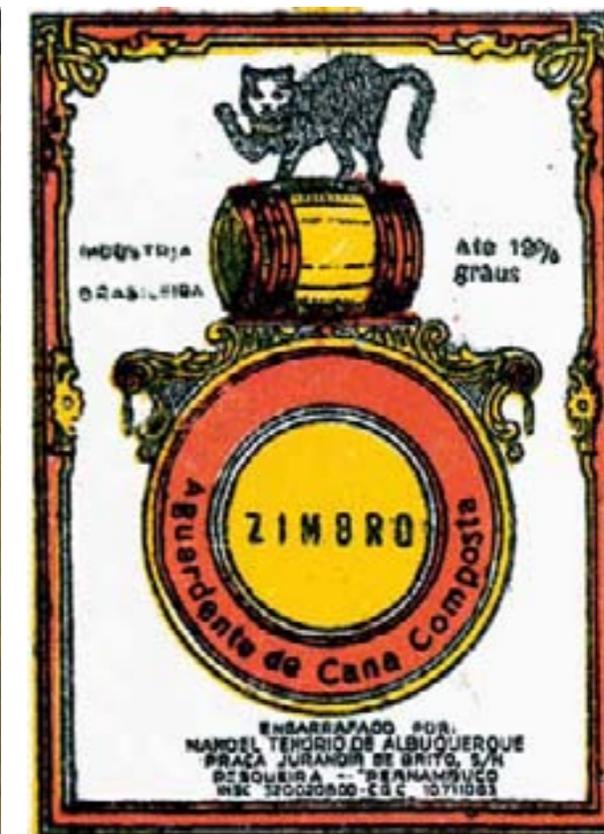
esquemáticos cumprindo tanto função auxiliar, pois servem de moldura para outros elementos gráficos do conjunto, quanto função decorativa, pois suas bonitas formas orgânicas ornamentam os artefatos. De outro modo, *Coringa* [f70p108], *Moringa* [f71p108], *Jurubebas* dos produtos Tupã [f72p108] e produtos Pitéu [f73p108] e *Gabão* [f76p109] são igualmente compostos com galhos (de jurubeba) que cumprem função informacional, mas que também podem ser considerados elementos com função auxiliar, por definição, pela recorrência nesse recorte do acervo.

As aguardentes de cana *Gatinho* [f77p111] e *Zimbro* [f78p111] não carregam semelhanças semânticas no título, como *Moringa* e *Coringa*. Todavia, os rótulos de aguardente apresentam mais similitudes que os rótulos de jurubeba e genipapo, já que os elementos pictóricos e esquemáticos são idênticos e parecem ter saído da mesma matriz, da mesma pedra, o que costumamos chamar de rótulo estoque de uma gráfica, isto é, rótulos com estrutura padronizada pronta para acomodar produtos diferentes e suas informações particulares, normalmente verbais. Isso implica também dizer que esses artefatos devem ter sido impressos pela mesma empresa.

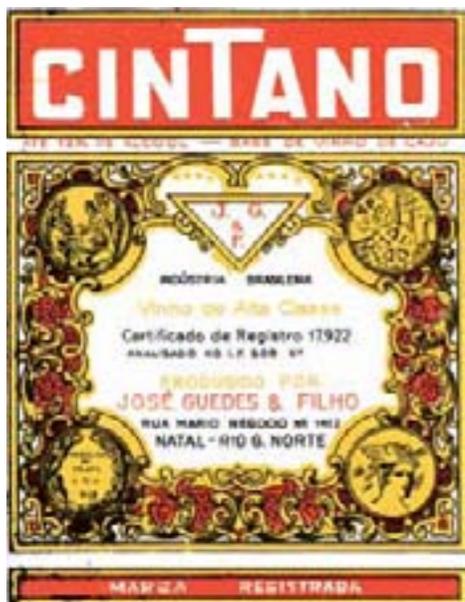
Essas duas aguardentes de cana têm composições visuais diferenciadas do restante do acervo pela ênfase dada aos elementos esquemáticos e pictóricos. Elementos informacionais, a descrição do produto e o título, com muito menos destaque do que o comum, aparecem perfeitamente encaixados na estrutura compositiva de *Zimbro* [f78p111], possivelmente o primeiro a ser impresso. A distinta composição visual é formada pelos elementos esquemáticos decorativos com formas geométricas e orgânicas, e a graciosidade do elemento pictórico, um gatinho acenando em cima de um barril.

*Gatinho* [f77p111] e *Zimbro* [f78p111] são aguardentes de cana de Pesqueira e Lagoa do Ouro que diferenciam seus rótulos apenas pelos elementos verbais. Em *Gatinho* [f77p111], a letra N está desenhada invertida nas palavras AGUARDENTE, CANA e GATINHO, provavelmente um equívoco do gravador, que deve ter se atrapalhado na hora de desenhar a arte na matriz invertida.

O acervo de bebidas ainda apresenta outras composições visuais muito parecidas, algumas até mencionadas anteriormente, como os rótulos de aguardente *Rainha pernambucana* [f26p46], *Moça branca de Pernambuco* [f44p68] e *Moça pernambucana* [f45p68]. Essa prática não é exclusividade



f77 Gatinho e f78 Zimbro apresentam composições visuais idênticas com diferenciação nos elementos verbais.



**f79 Tarzan** Rótulo composto apenas com elementos gráficos com funções informacionais. **f80 Cintano** Composição rebuscada inspirada em rum cubano.

desse recorte do acervo; também encontramos padrões nos rótulos de vinagre e de álcool e até nas caixas de sapato.

Por outro lado, as *Imagens Comerciais de Pernambuco* não são formadas apenas por rótulos copiados, também encontramos artefatos únicos. Quando colocados lado a lado, alguns se destacam tanto que até parecem produzidos por outro parque gráfico, seja pela simplicidade exacerbada da composição visual, seja pela complexidade dos elementos gráficos.

*Tarzan* [f79p112], por exemplo, é um rótulo composto apenas de elementos gráficos com funções informacionais, excluindo inclusive os elementos auxiliares como faixas e molduras. Já *Cintano* [f80p112] tem uma composição rebuscada repleta de medalhas e formas orgânicas em tons de dourado, numa inspiração do rótulo do rum cubano *Cinzano*.

Observar esses rótulos de bebida, de um mesmo período, produzidos e impressos numa região, revelou uma cultura visual coerente e coesa, com elementos gráficos utilizados normalmente de forma majoritária nas composições, também elas igualmente estruturadas. As gráficas que produziam esses impressos efêmeros foram determinantes para a disseminação dos elementos em rótulos díspares, já que permitiam a prática de rótulos estoques e cópia dos gravadores.

Encontramos, então, cópias declaradas, tanto em relação à nomenclatura quanto em relação à composição, assim como rótulos servindo de referência, com elementos gráficos sendo utilizados em outras composições. Dessa forma, essas composições gráficas se transformam em fios narrativos visuais, em que podemos seguir características e observar elementos recorrentes, imaginando o começo e o fim dessas histórias, já que nem sempre temos os dados que revelem qual dos rótulos foi composto primeiro.

#### Referências Bibliográficas

- ENGELHARDT, Yuri. *The language of graphics: a framework for the analysis of syntax and meaning in maps, charts and diagrams*. Amsterdam: ILLC, 2002.
- TWYMAN, Michael. A schema for the study of graphic language. In: KOLERS, Paul; WROLSTAD, Merald & BOUMA, Herman (Eds.). *Processing of visible language*. New York: Plenum Press, v.1, p. 117–150, 1979.
- TWYMAN, Michael. Using pictorial language: a discussion of the dimensions. In: DUFTY, Thomas & WALLER, Robert (Eds.). *Designing usable text*. Orlando, Florida: Academic Press, pp.245-312, 1985.