

**Universidade de Brasília**

**Instituto de Ciências Humanas**

**Departamento de História**

**Programa de Pós-Graduação em História - P.P.G.HIS**

**Área de concentração - História Cultural**

**Linha de pesquisa - Identidades, Tradições, Processos**

FINA(S) ESTAMPA(S)

O suporte representacional das Estampas Eucalol na encenação cotidiana brasileira e na memória publicitária nacional. (Iª Metade do Século XIX – Tempo Presente)

Wagner Antonio Rizzo

Brasília

2009

R627 Rizzo, Wagner Antonio.

Fina(s) estampa(s) : o suporte representacional das Estampas Eucalol na encenação cotidiana brasileira e na memória publicitária nacional : 1ª metade do século XIX – tempo presente / Wagner Antonio Rizzo – 2009.

247 f. : il.; 30 cm.

Orientadora: Maria T. Negrão de Mello.

Tese (doutorado) – Universidade de Brasília, Departamento de História, 2009.

1. Estampas Eucalol. 2. Artes gráficas - Memória. 3. Identidade. 4. Representações. 5. Publicidade I. Mello, Maria T. Negrão de (orient.). II. Programa de Pós-Graduação em História. III. Título.

CDU 76(09)

FINA(S) ESTAMPA(S)

O suporte representacional das Estampas Eucalol na encenação cotidiana brasileira e na memória publicitária nacional. (Iª Metade do Século XIX – Tempo Presente)

Tese defendida no Programa de Pós-Graduação em História da Universidade de Brasília, para obtenção do título de doutor, em 09/02/2009.

Banca Examinadora

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Maria T. Ferraz Negrão de Mello - PPGHIS//UnB  
Presidente

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Eliana Egpy Ganem - UFF/RJ  
Membro Externo

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Selma Regina Nunes Oliveira -FAC/DAP/UnB  
Membro Externo

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Nancy Aléssio Magalhães - Necoim/ PPGHIS//UnB  
Membro Externo

---

Professora Dr<sup>a</sup>. Eleonora Zicari Costa de Brito- UnB - PPGHIS/HIS  
Membro Externo

---

Professor Dr. David Rodney Lionel Pennington - FAC/DAP/UnB  
Membro Externo

*Dedido esta tese à memória de  
Nelson Faccini Rizzo, meu pai.*

O olho vê,  
a lembrança revê,  
e a imaginação transvê.  
É preciso transver o mundo.

**Manoel de Barros**

## **Agradecimentos**

Muitos, de algum modo ou de outro, participaram e se solidarizaram desde o começo desta minha viagem. Impossível nomear a todos nesta vasta coleção, mas há algumas “figurinhs carimbadas”. Um grande gratidão por minha família, mãe, irmão, irmãs, cunhados, minha esposa, meu filho e filha, que não mediram empenho e faticidades, inclusive financeira, para que meu percurso chegasse a termo. Amigos, muitos, que não deixaram minhas esperanças se esmorecerem. Aos amigos Rogério, Geison Chico, serei sempre grato pelo apoio, quando tudo parecia muito difícil. Aos meus alunos que fizeram marcação cerrada para a conclusão desta tese. À FAC pelo constante incentivo, aos colegas técnicos-administrativos, sempre prontos a cooperar nos apertos de prazos. Agradeço a acolhida deferência que obtive nestes quatro anos do PPGHIS; ao valioso corpo docente, de quem tive a honra de ser aluno: um agradecimento especial aos integrantes da minha Banca de Qualificação por suas sinceras e bem-vindas contribuições sugeridas e à Banca designada para a avaliação da tese, pelo empenho e pela generosa acolhida a este trabalho, inclusive no prazo. Um terno agradecimento a minha orientadora e amiga, Professora Thereza Negrão, dileta e atenciosa provedora de finais felizes para enredos de longa duração, assim como esta tese, serei sempre grato. Aos narradores, parceiros nesta viagem, meus sinceros agradecimentos. Devo um agradecimento especial a Felipa e a Damiana, sempre prestativas e carinhosamente lúpidas em preparar os cafezinhos, lanchinhos, almoços. Vocês são todos “figurinhas carimbadas”, homens e mulheres de “Fina Estampa”.

## RESUMO

A cenografia é o Brasil urbano e, de modo mais pontual a cidade do Rio de Janeiro, aqui enfocada, em momentos de reconfigurações fisionômicas que, informadas por uma incipiente Indústria Cultural, pelo menos a partir dos anos 20 do século passado, conferiram à Publicidade um lugar de destaque, ancorado em suportes midiáticos, como o rádio, as revistas, o cinema e o mercado fonográfico. E é em um dos pontos de inflexão deste processo, sublinhadamente marcado por inovações tecnológicas e matrizes da modernidade, que aflora o objeto desta tese - As Estampas Eucalol, artefato cultural então disponível aos consumidores de produtos da Empresa Myrta-sabonete e creme dental. O que aqui se problematiza é, justamente, esse percurso das Estampas Eucalol e sua permanência, não obstante o declínio e fechamento da Empresa. Antes pensadas como excelente estratégia de mercado, cujas condições a tese busca sondar, as Estampas Eucalol, deslizaram do produto, de modo a assegurar, com vida própria, seu lugar na memória de muitos, posto que acionadoras de Imaginários, fonte de inspiração poética, catálogo, referência de qualidade gráfica, motivadoras de colecionismo, enfim, de variadas maneiras inscrevendo-se na fisionomia da cena brasileira em temporalidades múltiplas e propondo perguntas. Este, aliás, um argumento da tese e a justificativa para o vaivém de temporalidades, cujos breves, porém necessários sobrevôos, cobraram flexibilizações no balizamento inicial e desterritorializações. Pensar o objeto, significou inscrevê-lo no âmbito da imprensa e das Artes Gráficas no Brasil, no universo da Publicidade e seus nexos indissociáveis com a nossa História Cultural, buscando contornos de fisionomias esculpidas em quadras históricas e condições que as informaram. Com tal propósito, buscou-se o diálogo com áreas solidárias, enquanto, na construção da base empírica, a natureza do objeto e o desenho pretendido, ditaram o espaço conferido às fontes imagéticas e orais. Nestas articulações e no representacional que indiciam, construiu-se a narrativa, estruturada em cinco capítulos, incluídos nas três grandes Partes que a compõem, além da Introdução e Conclusão. São espaços de mostra de um cotidiano brasileiro, cujas nuances identitárias a tese tematiza, no viés de um artefato cultural e de algumas das reverberações por ele sugeridas, pistas para respostas e horizonte que se abre para tantas outras inquietações.

Palavras-chave: Estampas Eucalol-Identidade-Publicidade-Artes Gráficas-Memória- Cotidiano, Representações.

## ABSTRACT

The scenery is urban Brazil and, particularly, the city of Rio de Janeiro, focused hereto at times of physiognomic reconfigurations that, fed by an incipient Cultural Industry since, at least, the 1920's, gave an outstanding position to Advertisement based on medias such as radio, magazines, cinema and the records industry. Moreover, it is one of inflexion points of this process underlined by technologic innovations and matrices of modernity, the subject of this thesis – The Eucalol label, a cultural artifact available, then, to consumers of soap and toothpaste produced by Myrta Enterprise. What one argues here is, primarily, the Eucalol label path and its permanence despite the downturn and closure of the firm. The Eucalol label, thought at the time as an excellent market strategy, whose conditions the thesis tries to evaluate, has detached itself from the product, gaining a life of its own and ensuring its place in the memory of so many. In as much as, by triggering the Imaginary, being source of poetic inspiration, of catalogs, as reference of graphic quality that generates collectors, inserting itself in so many ways in the physiognomy of the Brazilian scenery at multiple temporalities while proposing questionings. This is, by the way, the topic of this thesis and justification for the back and forth of temporalities, whose brief but needed over flights, have demanded flexibility in the initial baseline in addition to broadening their borderlines. Thinking about the object meant its insertion in the press and Graphic Arts in Brazil, within the universe of Advertising and its non-dissociated nexuses with our Cultural History, looking for physiognomic contours carved in historical instances and in the conditions that fed them. With such purpose, dialogue with solidarity areas was searched while, during set up of the empirical basis, the nature of the object and intended design have dictated the space granted to oral and imagery sources. The narrative, rising from these articulations and in the representational they suggest, goes through five chapters included in the three larger Parts that compose it, plus Introduction and Conclusion. They are showroom spaces of a Brazilian daily life, whose nuances of identity the thesis discusses, in the bias of a cultural artifact and of some reverberations suggested by it, they are clues to answers and a horizon that opens to somany other uneasiness.

Key-words: Eucalol labels -Identity-Advertising-Graphic Arts-Memory- Daily life, Representations.

## SUMÁRIO

Prólogo.....	13
Introdução.....	15

### **PARTE A**

#### **Para contar uma história**

#### **Capítulo I**

##### **O objeto e seu lugar: trocando figurinhas**

1.1 Estampas Eucalol: um artefato cultural em perspectiva interdisciplinar.....	20
1.2. <i>Trocando figurinhas</i> : diálogos teóricos.....	21
1.3. A cotidianidade do movimento da pesquisa: da “invenção” do objeto à lida com as fontes.....	38

#### **Capítulo II**

##### **O gesto de imprimir: da reflexão desterritorializada ao Rio de Janeiro no alvorecer da República**

2.1. Da palavra falada à palavra impressa: suportes preliminares para uma reflexão.....	45
2.2. Tipografia e cultura urbana.....	46
2.3. “O rei chegou, viva a imprensa”! A instalação da Corte no Brasil como um ponto de inflexão.....	50
2.4. Mundo urbano e ambiências na cenografia brasileira: ocaso do Império e primórdios da República.....	52
2.5 Rio de Janeiro: capital artística da América do Sul.....	53
2.6 “Coleção Século XIX”. “Escrever uma história significa atribuir aos anos a sua fisionomia”.....	63

### **PARTE B**

#### **Ambiências e reconfigurações: modos de ver o mundo**

#### **CAPÍTULO III**

##### ***A vida como ela foi* e *A vida como ela era*: da efervescente *Belle Époque* à fisionomia do período 30-50**

##### **3.1 *A vida como ela foi***

3.1.1. Uma cenografia e muitos discursos: o Rio de Janeiro <i>civiliza-se</i> .....	67
3.1.2. Cotidiano, emprego do tempo, estilo de vida e manifestações culturais .....	74
3.1.3. “As crises nunca foram apenas econômicas”.....	81
3.1.4 Sobre a empresa Myrta e as Estampas Eucalol e sua fundação na cidade do Rio de Janeiro.....	82

3.1.3 Estampas cariocas: Coleção <i>Belle Époque</i> .....	84
3.2 <i>A vida como ela era</i>	
3.2.1 Alô, Alô Rio Janeiro! Alô, Alô Brasil.....	90
3.2.2 <i>Cheia de encantos mil</i> : suportes da paisagem sonora do Rio de Janeiro, entre 30 e 50: interações entre Rádio, Teatro de Revista e Cinema.....	97
3.2.2.1 <i>Sassaricando</i> : Rádio, Música e Teatro de Revista.....	100
3.2.2.2 <i>O cinema falado é o grande culpado da transformação?</i> : O cinema norte-americano e a chanchada brasileira.....	101
3.2.2.3 O pós-guerra: trabalhismo e reconfiguração da figura do malandro. Carmen Miranda: “a pequena notável”.....	103
3.2.2.4 Anos finais do período: a <i>Bossa Nova</i> e uma <i>Nova Bossa</i> - a <i>Tevê</i> .....	104
3.2.2.5 <i>Passe muito bem</i> : talento e ironia a serviço do humor daquele tempo - O Barão de Itararé e o Amigo da Onça.....	105
3.2 Estampas cariocas: Coleção <i>Rio de Janeiro anos 30 e 50</i> .....	109

## **PARTE C**

### **Experiências, memórias e reativações: narradores do Tempo Presente**

#### **Capítulo IV**

##### **Lembranças: contadores de uma história**

###### **4.1 *O incrível mundo dos tipógrafos***

4.1.1 Zózimo Barbosa.....	116
4.1.2. Mário César Camargo.....	118
4.1.3 Adão Alegre, Franklin Moreira e Sebastião Machado.....	124
4.1.4 Jurandir Farias.....	127
4.1.5 Luis Vasone.....	130
4.1.6 Reginaldo Bertolla.....	133
4.1.7 Bruno Campos.....	135
4.1.8 José Martins.....	137

###### **4.2 *A montra dos publicitários***

4.2.1 Lula Vieira.....	140
4.2.2 Altino de Barros.....	143
4.2.3 Luis Cama.....	146
4.2.4 Roberto Duailibi.....	150
4.2.5 Alex Periscinoto e Carlos Pougy.....	152
4.2.6 Júlio Cosi Jr.....	153
4.2.7 Márcia Lacerda.....	158
4.2.8 Néelson Verón Cadena.....	159

###### **4.3 *Eles se dedicam às Artes Gráficas***

4.3.1 José Luis Benício.....	160
4.3.2 Elifas Andreato.....	164

4.3.3 Zélio Alves Pinto.....	168
4.3.4 Álvaro de Moya.....	171
4.3.5 Lorenzo Baer.....	174
4.3.6 Diamantino da Silva.....	176

#### **4.4 Colecionadores de memórias**

4.4.1 José Roberto.....	179
4.4.2 Celso Lopes .....	181
4.4.3 Coleção Iluminuras I: Dialogando.....	186

### **CAPÍTULO V**

#### **De volta ao passado na esteira do colecionismo: brincando, colecionando e sempre aprendendo.**

5.1 “Cada coleção é um teatro da memória” .....	190
5.2 E ainda puxando prosa com outros narradores	
5.2.1 Professora Margarida Thereza Nunes da Cunha Menezes.....	192
5.2.2 Samuel Gorberg, um colecionador-pesquisador.....	196
5.2.3 José Gomes de Sá Dezinho.....	199
5.2.4 Athos Eichler Cardoso.....	202
5.3 O suporte pedagógico das Estampas Eucalol: nacionalismo, representações, cultura geral e imaginário.....	205
5.3.1 Hélio Contreiras: a memória como suporte de inspiração poética.....	208
5.3.2 “Montado no meu cavalo libertava Prometeu” .....	211
5.3.3 Coleção Iluminuras II: Dialogando .....	215
5.3.4 Coleção Iluminuras III: Galeria.....	219

<b>FIM</b> .....	223
------------------	-----

<b>Corpus documental</b> .....	230
--------------------------------	-----

<b>Bibliografia Referenciada</b> .....	233
--	-----

<b>Anexos</b> .....	243
---------------------	-----

Anexo I – Estampa Eucalol

Anexo II – Tabela Resumo das Estampas Eucalol

Anexo III – CDRom

Estampa<sup>1</sup>. Figura, imagem impressa em papel, pergaminho, seda, couro ou outra substância, por meio de chapa de metal, madeira ou pedra litográfica previamente preparadas. 2. De modo particular, folha de gravura fora do texto. 3. Arte da impressão. Dar à estampa. Imprimir, publicar. Ver a estampa, vir à estampa. Ser publicado, publicar-se. (Do ital. stampa, impressão). Estampar. Tirar, reproduzir uma gravura por meio do tórculo ou do prelo. 2. Imprimir, publicar: ESTAMPAR livros, jornais. 3. Reproduzir desenhos e letreiros em tecidos ou folhas metálicas, pelo processo da impressão: ESTAMPAR seda, folha-de-flandres. 4. Imprimir, marcar com ornatos e dizeres a superfície do couro ou pano valendo-se de cunhos ou ferros de dourar. 5. Cortar o papel com o auxílio de formas especiais, na prensa de estampar, para dar-lhe o feitio ovalado, circular, ou outro qualquer impossível de obter na guilhotina

Estampa<sup>2</sup>. [Do fran. estampe < it. stampa.] S.f. Figura impressa. [Dim. irreg.: estampilha.] 2. Figura, ilustração: A menina folheava um livro de estampas. 3. Impressão, vestígio: estampa do pé; estampa do sinete. 4. Fig. Coisa perfeita, formosa. 5. Bras. Fig. Aparência, aspecto. 6. Martelo próprio para ferreiro. Grav. Cada um dos exemplares tirados de uma placa ou prancha gravada. Bibliogr. Ilustração fora do texto, em folha de papel especial, em geral impressa de um lado só, não incluída na paginação e freqüentemente com numeração própria. 9. Bibliogr. A arte de imprimir: dar um livro à estampa. Dar à estampa. V. publicar.

Figurinha<sup>3</sup>. [Dim. de figura.] S. f. Bras. Pequena estampa, para coleções.

---

1. Frederico Porta. *Dicionário de Artes Gráficas*. Porto Alegre: Editora Globo S.A., 1958. p.143.  
2. Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, sd. p.576-577.  
3. Idem, p.626.

## PRÓLOGO

### *Coleção.*

*Conjunto ou reunião de objetos da mesma natureza ou que têm qualquer relação entre si: coleção de quadros; coleção de antiguidades. Compilação, coletânea: coleção de adágios. Ajuntamento, quantidade.*

**Aurélio Buarque de Holanda Ferreira.**

Ano de 2008 e eu às voltas com a minha tese. Coincidentemente, 2008 trazia em seu bojo bons caminhos para reflexão em sentido histórico, no tocante ao tema deste estudo. Os 200 anos da chegada da Família Real ao Brasil, contemplando com isto toda uma cultura gráfica que se instala com este acontecimento, não obstante já tivessem ocorrido insipientes tentativas de instalação de gráficas no Brasil.

O Carnaval de 2008, também trouxe à tona uma questão de particular interesse para meu trabalho. Uma das Escolas de Samba do Rio de Janeiro – Unidos da Tijuca - trouxe o tema Colecionismo e desfilou na avenida todo o arrebatamento, a magia, a poesia e, sobretudo, a importância do se fazer colecionar e preservar bens e patrimônios culturais e históricos representados em objetos do nosso cotidiano.

Dada a importância econômica que a publicidade brasileira exerce em nossa sociedade inscrita na lógica do capitalismo, a materialidade que ela representa no nosso dia-a-dia e culminando numa expressiva troca simbólica, cabe aqui destacar as condições históricas onde ela se fez presente e acumulou resquícios do passado, para nos apresentar hoje um trabalho que se sobrepuja em toda a América Latina e é respeitado e premiado no mundo inteiro.

Tudo convida a pensar sobre o acerto quanto à escolha da pesquisa ora apresentada. Reconheço que o universo da publicidade, no alvorecer do século XX, soube se apropriar da cotidianidade e a evolução das técnicas de Artes Gráficas aprimorando, em seus ofícios, as potencialidades e expressividades das linguagens escritas e visuais.

E o trabalho, mais prazeroso que custoso, não se resumiu a documentar ou encontrar fontes para análises. Foi uma oportunidade de me perceber como se colecionador fosse, e buscar e encontrar os objetos deste anseio, em constantes pesquisas em vários suportes,

garimpando em acervos de livros particulares, bibliotecas, colecionadores, contatos pessoais, selecionando referenciais, consultando a *web* e imagem, muita imagem.

Por certo os ares ficaram mais alegres com as recordações e as reativações sobre sentidos possíveis que afloraram aqueles pedacinhos de papel colorido, Estampas<sup>1</sup>, com temas de uma quantidade e variedade que circularam durante décadas nestes, também, coloridos trópicos.

Para antecipar um *locus* mais adequado e iniciando minhas caras e moventes noções uma referência desde logo já vou chamando e conforme ensina Braga<sup>1</sup> para a noção de *lugar de fala*

Não se trata de compreender este como o lugar de inserção socioeconômico do locutor. Trata-se antes de um espaço socialmente construído de modo polêmico – através das respostas (de ordem material, afetiva ou simbólica) que os participantes de uma determinada circunstância na sociedade tentam construir para enfrentar e elaborar o seu mundo. Assim, os discursos elaborados – tanto nas relações interpessoais como na dimensão da reprodutibilidade técnica – não são apenas emanção ou reflexo do “estar na sociedade”. Mas, antes, instrumento material da construção desse estar. Ou seja: a resposta que dou a um problema é que me situa perante esse problema.

Com as quase certezas fui me colocando como espectador e expectador de uma coleção de cenários, fatos, poesias, querências, dores, cores, lembranças, muitos, muitos esquecimentos, tristezas e alegrias de tempos passados, de “agoras” e, quem sabe, o que virá depois.

... espectador, expectador, colecionador, escrevinhador, de repente, historiador, aspiração acalentada desde o para mim histórico ano de 2003, tempos da seleção ao Doutorado, ponto de inflexão na minha vida pessoal e acadêmica.

---

1. José Luiz Braga, “Comunicação e Sociabilidade: lugar de fala”. In *GERAES - Revista de Comunicação Social*, Minas Gerais, n. 2, 1º semestre/1995, p.2-10.

## INTRODUÇÃO

*Seria uma tremenda contradição pensar a inventividade por meio de uma fôrma acadêmica meramente convencional....Por isso preferi o **free jazz**, que é uma forma, e não uma fôrma.*

**Victor Leonardi**

Abro estas anotações introdutórias lembrando a maneira pela qual o objeto ora apresentado foi selecionado. Eram tempos de cumprimento dos seminários e bancas, muitas bancas, prática comum no cotidiano acadêmico. Foi em uma dessas situações, em que minha orientadora, incansavelmente, participava como membro de uma banca, que pude perceber o quanto lhe agradavam as idéias do historiador inglês Lawrence Stone sobre o *renascimento da narrativa* e os elementos que presidem a elaboração de um bom trabalho de História. Na verdade, este *mantra*, como ela mesma identifica, era sempre repetido pela professora, por ocasião de suas aulas. Dentre os textos por ela recomendados estava o de Benatti<sup>1</sup>, um atento admirador de Stone.

Em um dos nossos colóquios, o mútuo reconhecimento de que o objeto aprovado na seleção nos parecia muito amplo, fez aflorar a idéia de recortar da tematização disponibilizada pelo universo das Artes Gráficas um artefato cultural veiculado no Brasil, no qual a representação gráfica tivesse uma importância fundante. E foram horas de conversação. Aqui, um *corpus* constituído de cédulas, brasões, ali, talvez bandeiras, ou quem sabe, as sempre lembradas Artes Gráficas a serviço do mundo do futebol, com suas figurinhas. Sem dúvida, boas alternativas abrigadas pelo tema proposto por ocasião da seleção, mas logo descartadas por mil razões. Estimulados pela memória afetiva elegemos, enfim, o incrível mundo das *Estampas EucaloP*, até porque há alguns anos, eu

---

1. Antonio Paulo Benatti, “História, ciência, escritura e política”. In Margareth Rago & Renato Aluizio de Oliveira Gimenes (orgs.). *Narrar o passado, repensar a história*. Campinas, SP.: UNICAMP, 2000. p.63-103.

2. Segundo Gorberg: “As Estampas EucaloI eram feitas de cartão, no tamanho de 6x9cm, apresentando na frente desenho com temas variados, e no verso texto explicativo. Seu sucesso foi estrondoso, crianças e adultos as colecionavam, impulsionando as vendas da MYRTA, que crescia

havia adquirido um livro com este nome, *Estampas Eucalol*, de Samuel Gorberg<sup>3</sup>. Por sua vez, em uma de suas publicações, minha orientadora<sup>4</sup> selecionou para análise a letra de uma música de autoria do jornalista Hélio Contreiras – *Estampas Eucalol*. Diante de tais providenciais coincidências, acabamos nos definindo:– as Estampas seriam o meu objeto de pesquisa.

Nosso entusiasmo acenou para a perspectiva de um bom trabalho, e eu entendia mais claramente as afinidades da professora e seu apreço pelas idéias de Stone. Para este historiador, diferentemente dos cânones tradicionais pautados no relato factual e presos aos rigores cronológicos, a narrativa consiste em **“um modo de escrever a história(...) dirigido por algum princípio gerador e que possui um tema e um argumento”**<sup>5</sup>.

E eu, a partir dali, contava com um objeto recortado de um grande tema alojado nas interfaces entre a História Cultural, as Artes Gráficas e a Publicidade – as *Estampas Eucalol*, um *princípio gerador* que aflorava de uma escolha pontual, com ressonâncias motivadas pela minha história pessoal e acadêmica<sup>6</sup> e, finalmente, desenhava-se também o embrião de um argumento, aspecto fundamental, cuja importância demandou posteriores compatibilizações e escolhas, justamente por conta do sem número de perguntas ensejado pela exuberância do objeto. Bem por isso, cuidei logo da montagem de um sumário, tal como sugere, pertinentemente, Umberto Eco<sup>7</sup>.

Cuidei também, de dotá-lo de uma organicidade coerente com o meu objetivo principal, tal seja, rastrear a trajetória das *Estampas Eucalol* em temporalidades distintas uma vez que, meu privilegiado eixo de problematização assenta-se no argumento norteador, de inspiração benjaminiana, para quem: **“Escrever uma história significa atribuir aos anos a sua fisionomia”**<sup>8</sup>. Deste argumento norteador, outros se desdobraram,

---

vertiginosamente.” Samuel Gorberg. *Estampas Eucalol*. Rio de Janeiro: Samuel Gorberg, 2000, p.12.

3. Samuel Gorberg. Idem..

4. Maria T. Negrão de Mello. “Qué quitutem, canário – Cultura e Representação no Repertório de Xangai”. In: Cléria Botelho da Costa; Maria Salete Kern Machado (orgs.). *Imaginário e História*. Brasília: Paralelo 15, 1999. p.151-170.

5. Laurence Stone, apud Benatti. op.cit. p.83

6. Professor da Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Faculdade de Comunicação desde 1988.

7. Umberto Eco. *Como se faz uma tese*. São Paulo: Perspectiva, 1977.

ensejando a construção da narrativa, cujo balizamento temporal (1ª metade do Século XIX – Tempo Presente), passou, como se verá, por necessárias flexibilizações, o mesmo ocorrendo com o plano de observação, focado na cidade do Rio de Janeiro, aberto, porém, à desterritorializações ditadas pelo modo de construção do objeto.

A intenção foi a de cenarizar fisionomias que marcaram o cotidiano da Nação, com base em um conjunto de convicções que nortearam o desenvolvimento da pesquisa e desenharam os capítulos, distribuídos em três partes.

**Na parte A: Para contar uma História,** o capítulo I: **O objeto e seu lugar: trocando figurinhas** é espaço dedicado a alguns encaminhamentos teórico-metodológicos, diálogos resultantes da interlocução com os principais autores, selecionados de um quadro conceitual interdisciplinar. Neste mesmo bloco inscrevo o capítulo II: **O gesto de imprimir: da reflexão desterritorializada, do Rio de Janeiro até o alvorecer da República.** Construído também com subitens, ele se desdobra em duas vertentes: um enfoque desterritorializado sobre o gesto de imprimir e sua importância. Na segunda vertente, a cidade do Rio de Janeiro, plano de observação da pesquisa é enfocada a partir da *chegada do rei*, ponto de inflexão que avança até o ocaso do Império. Na verdade, este segundo capítulo constitui uma espécie de ante-porta para os que a ele se seguem.

**Na parte B: Ambiências e reconfigurações: modos de ver o mundo,** (dois tempos históricos são considerados), abrigados pelo título mais amplo: **A vida como ela foi e a vida como ela era: da efervescente Belle Époque à fisionomia dos 30 aos 50.** Trata-se de narrativa organizada a partir de modalizações do cotidiano, cujas múltiplas esferas dialogam, sublinhadamente nesta quadra, com o universo da Publicidade, característica que sugeriu a ênfase conferida às fontes imagéticas.

**Na parte C: Experiências, memórias e reativações: narradores do Tempo Presente.** Os dois capítulos que a compõem privilegiam as fontes orais como base empírica, sendo que, o quinto e último capítulo inclui também um conjunto de imagens. É nesta parte C que o vaievém de temporalidades enseja o deslocamento das *fisionomias* anteriormente sondadas para pô-las em diálogo com os narradores, *arquivos vivos de memórias.*

---

8. Willi Bolle. *Fisiognomia da metrópole moderna: representação da História em Walter Benjamin.* São Paulo: Editora a Universidade de São Paulo, 1994, p.40.

Se, nas partes A e B construí a narrativa inscrevendo-me também como um narrador preocupado em alinhar discursos e representações quase como um *escrevinhador*<sup>9</sup>, na parte C, inspirando-me em Ecléa Bosi<sup>10</sup> privilegiei as falas dos narradores, buscando ser, antes de tudo, um atento *escutador*.

Tal iniciativa cobrou-me ainda um empenho dedicado à conclusão, nomeada *Fim*, em que as aspas pretendem traduzir um final não mais que pontualmente situado no suporte tese. Trata-se de um *Fim* que ensejou a retomada dos eixos de problematização desenvolvidos no corpo da tese, em seus contornos mais gerais. Ao longo dos capítulos as problematizações que ensejam o desenvolvimento da narrativa são as seguintes:

- Entre fisionomias, tempos e representações, que sentidos indicará a trajetória de produtos de higiene que, em ousada estratégia mercadológica, disponibilizaram Estampas cujas séries, ainda hoje, são disputadas por colecionadores incansáveis?

- A base empírica selecionada para o rastreamento de “fisionomias” (fontes secundárias, obras especializadas e fontes iconográficas) fornecerá elementos que permitam desenhar a encenação cotidiana da cidade do Rio de Janeiro nos períodos trabalhados?

- Garimpar obras especializadas significará encontrar espaços dedicados às *Estampas Eucalol* e à empresa Myrta que as veiculou?

- A lida com as Estampas permitirá pensá-las no viés de um suporte pedagógico e cultural e mais, percebê-las como importante vetor identitário, lugar de veiculação do nacionalismo, lugar de memória afetiva e fonte de inspiração poética?

- Em que condições socioculturais e em que momento histórico a cidade do Rio de Janeiro pode ser tomada como *metonímia do Brasil* e centro reitor do qual emanam itens configuradores de inovações tecnológicas e práticas cotidianas replicadas na encenação urbana brasileira como um todo?

- A pesquisa evidenciará o papel dos Meios de Comunicação de Massa e do deslanche da publicidade nas reconfigurações fisionômicas da cidade do Rio de Janeiro, nos períodos trabalhados?

---

9. Mário Vargas Lhosa. *Tia Júlia e o escrevinhador*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.

10. Ecléa Bosi. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1988.

- Reativada, a memória dos narradores, indicará a partir de seus relatos, convergências parafrásticas entre as respectivas falas veiculadas?

- A memória dos narradores, a partir dos seus relatos, fará aflorar o diálogo com as outras fontes que integram o *corpus* da pesquisa, desvelando representações análogas?

São estas questões e desdobramentos por elas sugeridos que subsidiaram o desenvolvimento das reflexões com as quais me ocupo ao longo desta tese e que me permitiram contar uma história, conforme aparece nas páginas que se seguem. Fisionomias. Ora mais breves, ora até excessivamente longos, o conjunto como um todo teve sua organização pautada pelas peculiaridades de cada capítulo e respectivas ênfases conferidas às fontes. Trata-se de uma constelação articulada, mas que acabou resultando em certa autonomia dos capítulos construídos sob o signo de fisionomias históricas, em alguns casos, como se verá, desvelando tênues fronteiras entre um momento e outro e interstícios, nos quais elementos presentes em um recorte, apenas se insinuando, se explicitam no que a ele se segue.

**PARTE A**  
**PARA CONTAR UMA HISTÓRIA**

**CAPÍTULO I**

**O objeto e seu lugar: “trocando figurinhas”**

*“A objetividade é a ilusão de que as observações  
podem ser feitas sem um observador.”*

**Heinz Von Foerster**

**1.1 Estampas Eucalol: um artefato cultural em perspectiva interdisciplinar**

O objeto de estudo situa-se no entrecruzamento entre a História Cultural e as Ciências da Comunicação, e neste, os recortes das Artes Gráficas e o da História da Publicidade, enquanto áreas do saber. Na ampla tematização disponibilizada por esta última, elejo para a elaboração desta tese, um artefato cultural que surge no cenário brasileiro nos anos finais da década de 20 do século passado e permanece no mercado até fins dos anos 50. Refiro-me às *Estampas Eucalol*, cuja expressão e importância parecem não ter se esgotado com o encerramento de sua veiculação, entendimento sobre o qual assenta-se uma importante problematização da pesquisa. Bem por isso, o recorte temporal previsto, entrecruzando temporalidades, tem como balizas os anos vinte, avançando até o Tempo Presente, sem que tal decisão implique um enfoque rigorosamente cronológico, ou seja, inflexível e linear. Como espero mostrar, trata-se de um dos importantes aspectos a ser considerado no âmbito dos trabalhos da memória, no qual levo em conta também, modos de apropriação e reapropriação, reevaluações hoje vigentes em torno do mesmo artefato cultural.

Meus objetivos principais consistiram em rastrear a trajetória das Estampas Eucalol detendo-me em pontos de inflexão identificadores das condições sócio-históricas, culturais e tecnológicas de sua produção e veiculação. Neste aspecto, a intenção foi a de inscrever a produção e veiculação das *Estampas Eucalol* no espectro mais amplo da História da Publicidade no Brasil no período, sublinhando o recorte do balizamento temporal

considerado. Busquei, ademais, na articulação presente-passado, ouvir um conjunto de narradores objetivando obter elementos para uma análise sobre sentidos possíveis das motivações que os interpelam, representações que constroem e práticas por eles adotadas atualmente, reveladoras de sintonias com aquele artefato cultural. Constitutivo da natureza do tema e do objeto recortado (um estudo baseado nas *Estampas Eucalol*), inscrevo entre os meus objetivos o interesse em destacar a legitimidade das fontes iconográficas como um suporte empírico para a pesquisa histórica e as profícuas possibilidades ensejadas por uma postura interdisciplinar.

Por isso, o modo de construção do objeto, sintonizado com a vocação interdisciplinar da História Cultural, permitiu-me abrigá-lo no entrecruzamento entre aquele campo historiográfico, as Artes Gráficas e as conexões com a História da Publicidade no cenário brasileiro. Autores como Edgar Morin e Isaac Epstein, para citar alguns exemplos, desenvolvem pertinentes reflexões sobre os cruzamentos interdisciplinares. Para Epstein, é preciso distinguir uma atividade pluridisciplinar ou multidisciplinar, que se incumbem de congregar várias disciplinas, preservando, porém, conceitos e adoções específicas. Já na postura interdisciplinar ou transdisciplinar “o comércio ocorre entre as próprias disciplinas, seus conceitos e níveis de análise. A interdisciplinaridade, assim definida, incorpora a hibridização dos conceitos, o que não ocorre na pluridisciplinaridade”<sup>1</sup>.

## **1.2 TROCANDO FIGURINHAS: diálogos teóricos**

Um percurso pleno de iniciativas, impasses, redefinições, enxugamentos, desenhando uma situação que alternou momentos de exagerada euforia a outros de ansiedade e, enfim, uma vez definido o objeto, uma certa exacerbação consubstanciada nas freqüentes incursões na minha memória afetiva. De algum modo, e por alguma operação que não tenho pretensões de entender, me peguei vasculhando vestígios da memória, desenhando representações e entrecruzando temporalidades. Claro que ao mesmo tempo fui tomando, digamos, iniciativas concretas, até porque esta espécie de mania de lidar com a memória, longe de me atrapalhar, parece reforçar motivações.

Vivi, em suma, uma cotidianidade compatível com os momentos e o movimen-

---

1. Isaac Epstein. *Gramática do poder*. São Paulo: Ática, 1993, p.28

tos da pesquisa. Na verdade, recortado o objeto e ganhando mais familiaridade com os referenciais que o iluminam, tudo pareceu mais fácil. Aos poucos, a teoria me seduziu com seus guizos e mesmo como uma espécie de tragadora voraz, querendo sempre mais, porém, ela já não me amedrontava (tanto). Nossa quase intimidade, sugeriu aliás, a construção deste capítulo e a maneira escolhida para elegê-lo.

Em certo momento, ponderei com minha orientadora sobre minhas dificuldades quanto a passar para o papel longas transcrições e sisudos rephraseamentos baseados em leituras entendidas, mas de certa forma *travadas*. Sabia que, tendo em mãos a base empírica e o conjunto dos referenciais, daria conta de realizar a narrativa entremeada das análises. O que sentia era a dificuldade de escrever um texto *puramente teórico*, por certo, *falta de prática*, com perdão do trocadilho. Pacientemente e solidária, minha orientadora abriu logo o diálogo puxando a já célebre e conhecida reflexão de Deleuze para insistir: “a teoria é como uma ferramenta, o importante é que funcione”. Da mesma conversa, desdobrou-se a idéia de construir o necessário referencial teórico do modo que agora apresento: uma narrativa abordando a ambiência da pesquisa e suas etapas. Nestas, a solenidade da expressão *corpus teórico* foi substituída por outra que me é extremamente familiar: *a troca de figurinhas*.

Conforme enfatiza Thereza Negão, ao refletir sobre História Cultural como espaço de trabalho e campo historiográfico, trata-se de “lugar por excelência de encontros com vizinhos, convivência coerente com um modo de ver e ‘arrumar’ o lugar que habitamos e a maneira pela qual dispomos os nossos objetos” – ora, este ‘lugar’, território habitado pelos historiadores da História Cultural, ainda segundo a historiadora, são também espécie de mantras, ou bordões, repetidos com enfática sonoridade e intercalados com outros tantos acordes, compondo um convite à adesão aos sons harmônicos e afinados”<sup>2</sup>.

A noção de representação, por exemplo, é um conceito constitutivamente interdisciplinar que atravessa a tese como um todo. Para o historiador Chartier

...pode pensar-se uma história cultural do social que tome por objeto a compreensão das formas e motivos – ou, por outras palavras, das repre-

---

2. Maria T. Negrão de Mello. “História cultural como espaço de trabalho”. In: Kuyumjian, Marcia de Melo Martins & Mello, Maria T. Negrão de et ali. *Os espaços da história cultural*. Brasília: Paralelo 15: 2008.

representações do mundo social – que, à revelia dos atores sociais, traduzem as suas posições e interesses objetivamente confrontados e que, paralelamente, descrevem a sociedade tal como pensam que ela é, ou como gostariam que fosse<sup>3</sup>.

Esta noção, tantas vezes enfatizada, carrega implicitamente o entendimento da noção de cultura, no caso, a mediação entre frações do real e o simbólico cuja articulação se incumbe do delineamento de sentidos.

Além da gênese da ideia de Representações Sociais, a perspectiva cognitiva do psicólogo social Moscovici disponibilizou-me um instrumental de suma importância. Nele encontrei subsídios para o entendimento de mecanismos essenciais, tais sejam, a ancoragem e a objetivação<sup>4</sup>. Segundo o autor são dois os mecanismos de um processo de pensamento baseado na memória e em conclusões passadas:

o primeiro mecanismo tenta ancorar ideias estranhas, reduzi-las a categorias e imagens comuns, colocá-las em contexto familiar. [...] O objetivo de segundo mecanismo é objetivá-los, isto é, transformar algo abstrato em algo quase concreto, transferir o que está na mente em algo que exista no mundo físico<sup>5</sup>.

Ainda quanto às representações e lembrando que elas afloram no cotidiano, lugar de circulação de discursos e, concretamente, das *minhas estampas* em momento da vida nacional, andei *trocando figurinhas* com Lefebvre, filósofo estudioso do representacional e do cotidiano, e com pesquisadores interessados na sua obra. Tive em mãos o texto de Sonia Penin que encontra em Lefebvre um interlocutor fundamental para seus estudos centrados na instituição escolar e seu cotidiano. Baseada em Lefebvre, a pedagoga observa que:

---

3. Roger Chartier. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1990, p.18.

4. Serge Moscovici. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003. p.60-61.

5. Idem. op.cit. p.60-61.

as representações se formam entre o vivido e o concebido, diferenciando-se de ambos. O concebido, por um lado, constitui o discurso articulado que procura determinar o eixo do saber a ser promovido e divulgado. Representa, assim, o ideário teórico de uma época. O vivido, por outro lado, é formado tanto pela vivência da subjetividade dos sujeitos quanto pela vivência social e coletiva dos sujeitos num contexto específico.

O concebido e o vivido se relacionam em movimento constante e dialético e entre ambos as representações fazem as vezes de mediadoras. Entre as representações que se formam entre o vivido e o concebido, algumas se consolidam, modificando o concebido e o vivido; outras circulam ou desaparecem sem deixar pistas<sup>6</sup>.

Achei interessante, apesar das críticas que lhe faz Cardoso, que o transcreve, a posição de Sirinelle sobre a História Cultural, até porque como se verá abaixo, o historiador lembra pontos que fortemente se aproximam de questões que interessam ao meu estudo. Vejamos:

a história cultural é aquela que destina a si mesma o estudo das formas de representação do mundo no interior de um grupo humano cuja natureza pode variar (nacional ou regional, social ou política), das quais analisa a gestação, a expressão e a transmissão. De que modo os grupos humanos representam e se representam o mundo que os rodeia? Um mundo figurado ou sublimado – pelas artes plásticas ou pela literatura –, mas também um mundo codificado – os valores, o lugar do trabalho e do lazer, a relação com os outros – contornando – o divertimento –, pensado – pelas grandes construções intelectuais –, explicado – pela ciência –, e parcialmente dominado – pelas técnicas –, dotado de um sentido – pelas crenças e pelos sistemas religiosos ou profanos, incluindo os mitos –, um mundo legado, finalmente, pelas transmissões devidas ao meio, à educação, à instrução<sup>7</sup>.

---

6. Lefebvre. apud, Sonia Penin, p.19. Sonia Penin. *Cotidiano e escola: a obra em construção*. 2ed. São Paulo: Cortez Editora, 1995.

7. Jean François Sirinelle, apud. Ciro Flamarion Cardoso. In: “Introdução: uma opinião sobre

Observo, além de vários *toques* para o meu estudo (artes, lazer, divertimento e *mundo figurado*), os ganchos que este conjunto sugere. Lembro, por exemplo, os nexos entre as representações, o imaginário, cujo registro ocupa importante no enfoque do meu objeto de estudo. Pesavento, historiadora, conhecida na área da História Cultural, sugeriu-me várias pistas. No diálogo com diversos autores, Pesavento considera várias vias de enfoques, dentre eles, Bachelard, Castoriadis, Baczko. Para o primeiro, a imaginação é entendida como um organismo dinamizador, no segundo, a imaginação produtiva (ou criadora) é identificada como imaginário radical. Para Baczko<sup>8</sup>, o imaginário se expressa nas mais variadas e imprevisíveis modalizações do cotidiano.

A natureza do objeto e a fantasia que o envolve, além de ser, pelo menos em primeira instância, ou preponderantemente, um artefato cultural voltado para o público infantil/puberdade/adolescentes sugeriu leituras que enfocam o fantástico e o imaginário no universo infanto-juvenil. Este entendimento levou-me até a clássica obra de Held com suas ressonâncias imaginárias dos contos, a visão do mundo como brincadeira, o enraizamento do fantástico no cotidiano, o humor, a aprendizagem, os poderes e superpoderes e muitos outros aspectos que importantes para meu estudo, atravessado pelo viés da imaginação cujos nexos com o mundo das Estampas, da Publicidade e da Memória, cobraram uma leitura atenta sobre o imaginário em suas múltiplas configurações<sup>9</sup>.

Também por conta da natureza do objeto, os nexos acima aludidos com o imaginário, desdobraram para outros feixes de reflexão como, por exemplo, a palavra e a imagem, a iconografia várias acepções e categorias que envolvem as representações visuais. Como exemplos de obras compulsadas lembro, textos fundamentais, tais como: Lucia Santaella<sup>10</sup>, Arlindo Machado<sup>11</sup>. Neste aspecto, o pequeno texto de Eduardo Peñuela Cañi-

---

as representações sociais”. Ciro Flamarion Cardoso e Jurandir Malerba (orgs.) *Representações: contribuição a um debate transdisciplinar*. Campinas, SP: Papirus, 2000, p.22.

8. Bronislaw Baczko. “Imaginação social”. In *Enciclopédia Einaudi vol 5*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1985, p.307.

9. Jacqueline Held. *O imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica*. São Paulo: Summus, 1980.

10. Lucia Santaella e Winfried Nöth. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda, 1999.

11. Arlindo Machado. *O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges*. Rio de Janeiro: Marca d’Água Livraria e editora Ltda, 2001.

zal<sup>12</sup>, desde a primeira leitura mostrou sua importância. Para este estudioso de várias linguagens visuais, os instrumentos retóricos são de suma importância na análise das imagens. Tomando o texto cinematográfico como exemplo, Peñuela lembra que os fotogramas, em suas unidades mínimas, podem ser também lugar de manifestação de outras linguagens. Daí a possibilidade de uma retórica fundamental que pode instrumentar uma prática analítica que nos aparta da idéia de imagens *ilustração* ou um enfoque exclusivamente voltado para a perspectiva semiótica.

No âmbito da cultura e trabalhando com o artefato cultural (as *Estampas Eucalol*) foi necessário retomar algumas leituras sobre a Indústria Cultural e a maneira pela qual já se insinua, pelo menos, a partir dos finais dos anos vinte, no cenário brasileiro. Para uma reflexão (mais uma) sobre a Indústria Cultural relembro, por exemplo, alguns textos clássicos, como, Adorno<sup>13</sup>. Tive em mãos também, o texto de Sarti<sup>14</sup> no qual os Meios de Comunicação de Massa e seu papel na persuasão são considerados no cenário do *longínquo Terceiro Mundo*. O que propriamente me interessou neste texto foi o esforço de superação das análises que se esgotam nos binômios *centro/periferia* ou *desenvolvidos/subdesenvolvidos* que, no limite, não obstante o reconhecimento dos cenários, acaba resvalando para o outro binômio *emissores-receptores*, cujo viés funcionalista obscurece aspectos como, por exemplo, a estratificação das sociedades em classes sociais e a sempre confortável retórica populista que, no eixo do par *eles-nós*, acaba sempre construindo um eterno culpado na imagem de um *inimigo externo*.

Ainda sobre a História Cultural e a noção de Representação que a ela subjaz, retomo Chartier, que referindo-se ao campo historiográfico que abrigou esta tese diz tratar-se de uma história que “deve ser entendida como o estudo dos processos com os quais se constrói um sentido”. É o mesmo historiador quem sublinha a importância de noções como “prática” e “apropriação” que, ao final das contas, norteiam um trabalho preocupado com o representacional<sup>15</sup>.

---

12. Eduardo Peñuela Cañizal. “A retórica e o seu papel na interpretação de imagens” In: *A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política*. BRAGA, José Luiz; PORTO, Sérgio Dayrell; NETO, Antônio Fausto (org.) Rio de Janeiro: COMPÓS/Diadorim Editora Ltda., 1995.

13. Theodor Adorno. *Indústria Cultural e Sociedade*. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.

14. Ingrid Sarti. “Comunicação e dependência cultural: um equívoco”. In: Jorge Werthein (org.) *Meios de Comunicação: realidade e mito*. São Paulo: Ed. Nacional, 1979, p.230-251.

15. Roger Chartier, 1990, op.cit. p. 27.

Se em Edgar Morin e seus seguidores<sup>16</sup> encontro suportes para uma abordagem sobre a interdisciplinaridade, é também no mesmo Morin que encontro subsídios para a reflexão sobre o funcionamento da memória e também sobre as articulações entre as representações e o imaginário: “tudo se passa pela representação: é a placa giratória entre o passado e presente, entre vigília e sonho. Assim, embora percepção do real se oponha às visões imaginárias, a representação é o ato constitutivo idêntico e radical do real e do imaginário”<sup>17</sup>.

Para o diálogo com autores que tematizam a História da Publicidade e a História das Artes Gráficas, fundamentais para a elaboração desta tese, retomei vários deles. Minha preocupação foi a de encontrar subsídios, não apenas para uma história da Publicidade e das Artes Gráficas, mas também, para uma necessária reflexão sobre o discurso publicitário no recorte das táticas e retóricas adotadas.

Lembrado tanto nos programas dos cursos de jornalismo como nos de outras áreas e, evidentemente, a *História da Imprensa no Brasil*, obra de Nelson Werneck Sodré<sup>18</sup> é hoje um clássico. Chamou-me especialmente a atenção na releitura daquela obra a contrastação que o autor estabelece entre o cenário encontrado pelo colonizador português e o que se tem no cenário da América Espanhola.

Segundo Sodré, condições distintas explicariam, por exemplo, a ausência de universidades e de imprensa no cenário colonial brasileiro. Em tal quadro, o próprio livro e a existência de bibliotecas constituíam exceção. Sodré lembra que, por ocasião das peripécias pombalinas ao final dos setecentos, a Biblioteca baiana dos Jesuítas foi levada a haste pública e “não encontrou licitantes, deteriorando-se os livros seqüestrados, ou utilizados pelos boticários, para ‘embrulhar adubos e unguentos”<sup>19</sup>.

Mas o cenário da Colônia apenas pontua o balizamento temporal da minha tese, constituindo uma espécie de ante-porta para outros momentos em que aquela fisionomia se transfigura. E é o mesmo Sodré que ao longo dos capítulos percorre a trajetória da imprensa no Brasil, seu papel na independência, o maravilhoso mundo dos pasquins e a luta

---

16. Conf. Por exemplo, Gustavo de Castro (org.). *Ensaio de complexidade*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

17. Edgar Morin. *O Método III – O conhecimento do conhecimento/1*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1970, p. 105-106.

18. Nelson Werneck Sodré. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

19. *Ibidem*, *idem*, p.11-40.

de Hipólito da Costa, fundador e dirigente do Correio Braziliense, cujos exemplares nos chegavam de Londres e inaugurado em 1808.

Conforme enfatizam os livros didáticos, a vinda da família real, ao transportar a Corte transporta também o estabelecimento de itens culturais como, por exemplo, a tipografia.

O conhecido livro de Virgílio Noya Pinto<sup>20</sup> articula História, Cultura e Comunicação, áreas na qual transita como experiente historiador e docente na área de Comunicação. Em seu texto Noya acompanha e analisa a História das Comunicações no Brasil, desde os tempos coloniais até a Nova República. Além disso, vale destacar a adoção de um enfoque que articula várias linguagens (cinema, teatro, tevê, rádio quadrinhos, literatura, propaganda), tudo isto com base no solo histórico, portanto, leitura de fundamental interesse para esta tese.

Outra referência de leitura obrigatória para uma pesquisa interessada na cidade como fenômeno sócio-histórico e cultural e que, ademais, toma o Rio de Janeiro como plano de observação, foi sem dúvida o livro Nicolau Sevcenko<sup>21</sup>. Nesta obra, a ambiência da *Belle Époque* é cenarizada e mostra o Rio de Janeiro em tempos da *vida como ela foi*, na *polis* urbanizada e saneada que “se civilizava e transfigurava sua fisionomia”. A esta leitura fundamental, agreguei ao longo da investigação outros interlocutores cujas reflexões corroboraram o pressuposto de um Rio de Janeiro como metonímia do Brasil. Não seria o caso de retomá-los neste momento, limito-me a lembrar que se trata de uma estante que reúne textos selecionados de volumes da *História Geral da Civilização Brasileira* (HGCB) que, no momento oportuno, serão especificados, obras de literatura e conjuntos de artigos e crônicas como, por exemplo, as do imprescindível João do Rio.

Trabalhando com outro balizamento temporal, Marcos Napolitano<sup>22</sup> contempla questões da cultura nacional em obra cujo primeiro capítulo forneceu subsídios para o meu estudo já que ali aparecem os anos 50 com seus “sonhos de modernidade” e guizos das diferentes linguagens midiáticas que os acionam.

---

20. Virgílio Noya Pinto. *Comunicação e Cultura Brasileira*. São Paulo: Ática, 1986.

21. Nicolau Sevcenko. *Literatura como missão, tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1989.

22. Marcos Napolitano. *Cultura Brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. 2ed. São Paulo: Contexto, 2004, p.11.

Enquanto, Sodré, se ocupa da Imprensa no Brasil, outros interlocutores cuidaram da História da Propaganda no Brasil trabalhando-a em conjunturas específicas, – refiro-me especificamente à obra planejada e coordenada por Renato Castelo Branco<sup>23</sup> e outros estudiosos. São vários autores que enfocam uma trajetória cujos pontos de inflexão muito me interessaram como, por exemplo, os nexos com as outras mídias, as revistas, o rádio, a tevê, as primeiras agências, a arte, a propaganda e a regulamentação publicitária.

Outro importante interlocutor foi Nelson Varón Cadena<sup>24</sup>. As obras *Artes Gráficas no Brasil*<sup>25</sup> e *Do reclame à comunicação: pequena história da propaganda no Brasil*<sup>26</sup> conseguem transformar os momentos de elaboração de referenciais em um lúdico e proveitoso recreio. Na primeira, a beleza das imagens prende o leitor e estabelece uma retórica; na segunda, a leveza do texto organizado em períodos históricos e dialogando com imagens de época, igualmente prende o leitor, convidando-o a ler e reler.

Já na obra de Ricardo Ramos, o estilo adotado pelo autor sugeriu idéias para contar a história à qual me dedico. O mesmo ocorreu com o trabalho de Alberto Villas<sup>27</sup> e que, li e reli não sei quantas vezes. Em um dado momento ele se refere especificamente às *minhas Estampas Eucalol* e não resisto à tentação de transcrever o trecho:

No meu exílio voluntário parisiense, eu sonhava com sabonetes. O sonho mais constante era com o Phebo, aquele sabonete preto com um cheirinho inconfundível. Sonhava também com uma caixinha de sabonete chamado Madeiras do Oriente. Era uma luxuosa caixinha com três sabonetes, que ganhávamos de aniversário e nunca usávamos. Servia apenas para dar um cheiro no armário, até um dia o cheiro desaparecer e o sabonete perder o valor. Mas em Paris sonhava também com o sabonete Eucalol. E sonhava com as estampas que vinham dentro dele. Eram fichas de papel-cartão

---

23. Castelo Branco e outros. *A História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: 1990.

24. Nelson Varón Cadena. *Brasil: 100 anos de Propaganda*. São Paulo: Editora Referência, 1998.

25. Ademar A. de Paula; Mario Carramillo Neto. *Artes Gráficas no Brasil: registros 1746-1941*. São Paulo: Laserprint Editorial, 1989.

26. Ricardo Ramos. *Do reclame à comunicação: pequena história da propaganda no Brasil*. 4 ed. São Paulo: Atual, 1987.

27. Alberto Villas. *O mundo acabou*. São Paulo: Globo, 2006, p.96

medindo seis centímetros por nove. No esforço de relembrar o sonho, eu passava manhãs inteiras de um longo e tenebroso inverno viajando pelas estampas do sabonete Eucalol. Foi nessas estampas que fiz viagens imaginárias, que conheci os animais pré-históricos, os peixes das profundezas oceânicas. Foi nessas estampas que conheci as tribos de índios, que aprendi como se fabrica a borracha e passei pelos Jardins da Babilônia. As estampas do sabonete Eucalol eram tantas, e como eu sofria para controlar minha primeira coleção, que nunca consegui completar.

Este breve painel sobre as minhas andanças objetivando destacar referências que instrumentaram a pesquisa cobra-me, agora, mais um olhar sobre a História Cultural.

Trabalhando no entrecruzamento interdisciplinar, foi providencial saber que Chartier, ocupa-se com questões e temas com os quais meu trabalho conversa. Refiro-me à suas pesquisas e estudos sobre a imprensa, o livro, a leitura, sempre tomando como norte uma viga mestra da História Cultural, tal seja, a apropriação, formas e sentido da cultura escrita. Em uma outra obra de Chartier<sup>28</sup>, bem como em outras com o mesmo tom, encontrei subsídios para ampliar o escopo do entendimento do meu objeto de estudo, pois embora sejam outros os planos de observação e outras as temporalidades, cabe ao historiador munir-se de um estoque, como diz Thereza Negrão, ou bagagem de erudição como lembra Pesavento<sup>29</sup>, referindo-se ao mesmo atributo.

Além das obras de Chartier, citadas o leitor desta tese encontrará em vários momentos deste trabalho referências a outros estudos do mesmo Chartier. Refiro-me a um livro que agrega um conjunto de entrevistas cedidas a jornalistas e intelectuais mexicanos<sup>30</sup> e outro em que aparece como autor e organizador<sup>31</sup>, além da apaixonante *A ordem dos Livros*<sup>32</sup>. Esta pequena obra abre-se com uma reflexão sobre as comunidades de leitores,

---

28. Roger Chartier. *Formas e sentido. Cultura escrita: entre distinção e apropriação*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2003.

29. Sandra Jatahy Pesavento. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.p.65-66.

30. Roger Chartier. *Cultura escrita, literatura e história*. Porto Alegre: ARTMED Editora, 2001.

31. \_\_\_\_\_ (org.) *Práticas da Leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.

32. \_\_\_\_\_ *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1994.

para desdobrar em mais uma reflexão sobre os títulos do catálogo *popular* e especificidades da *bibliothèque bleue* já por ele estudada em outro livro. Questões de impressão e distribuição vão sendo discutidas, sempre com a interlocução de vários autores como, por exemplo, Michel de Certeau, homenageado no primeiro capítulo. Questões de autoria também estão presentes e, como se não bastasse, as imagens são, pelo menos para mim, da maior pertinência e beleza. O livro inclui um *post scriptum* cujo título diz logo a que vem: *Do Códex à Tela: as trajetórias do escrito*. Concluo que não apenas pelo necessário “estoque de erudição” estas leituras dialogaram o tempo todo com a minha tese – “trocamos figurinhas”. Tenho clareza quanto à importância dos referenciais e do diálogo com interlocutores cujas obras, referenciadas, ou não na tese concorrem para a ampliação do horizonte de compreensão do fenômeno estudado. Trata-se de fato, do instrumental, da já aludida ferramenta teórica, cuja importância cresce em sentido, da feita em que se entende, como ensina Maffesoli que “é sempre dos bastidores da vida que a teoria olha o espetáculo social, ao mesmo tempo em que se esforça por soprar os papéis”<sup>33</sup>.

Na mesma linha de raciocínio, ocorre me lembrar a reflexão de Luiz Costa Lima quando pondera sobre o *corpus* conceitual que, para ele, “não se aplica”. Afinal, no entrecruzamento do par *teoria – objeto* aloja-se um procedimental que norteia as operações realizadas. Evidentemente, ao inventariar um conjunto de interlocutores, tarefa prévia e necessária, tal gesto não implica uma utilização direta e compulsória. O que fazemos ou o que objetivamos na constituição dos referenciais é “declarar quais os instrumentos teóricos que nos servem de estímulo à reflexão, quais os que de preferência dialogamos, não que ‘introduzimos ou aplicamos’”<sup>34</sup>.

Na verdade, este estoque teórico nos chega por diferentes caminhos e variados lugares. No caso desta tese, como se verá, aos interlocutores aqui mencionados, outros foram sendo incorporados no fazer-se da pesquisa e seus nomes aparecem nos próximos capítulos, ou não (casos em que, sem que se trate de citações, são autores que estimularam a reflexão e mesmo, a inspiraram). Neste aspecto, o cumprimento dos seminários e o contato com a bibliografia sugerida, o diálogo com colegas com trabalhos em andamento ou já concluídos, foi fundamental. Ficou-me, cada vez mais claro, o profundo sentido de

---

33. Michel Maffesoli. *Lógica da dominação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978, p.148.

34. Luiz Costa Lima. *Sociedade e discurso ficcional*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986, p.76.

um Programa de Pós-Graduação que abriga Áreas de Concentração, Linhas de Pesquisa e Projetos Individuais dos docentes. Para além do meramente organizacional, entendi a maneira pela qual uma Área e uma Linha funcionam como catalizadoras de interesses comuns e, assim, justificam sintonias, independentemente das especificidades quanto às escolhas dos objetos, sempre ao abrigo da História Cultural como espaço de trabalho.

Apenas para citar uns poucos exemplos do quadro acima delineado, lembro as pesquisas que, como esta, se interessam pela cidade como fenômeno sócio-histórico e cultural. Por isso, dialoguei com David Rodney Lionel Pennington<sup>35</sup>, cuja bela tese de doutorado toma a Manaus como plano de observação e a cidade de Liverpool como um contra-ponto. O autor, ao eleger fontes orais e imagens como fontes, forneceu-me importantes pistas, o mesmo ocorrendo com a dissertação de Luiz Fernando Godoi Brito<sup>36</sup>, cujo olhar sobre a cidade do Rio de Janeiro nos finais do Império e primórdios da República sugeriu-me subsídios para pensar sobre *a vida como ela era* naquela quadra histórica.

Na obra organizada por Emmanuel Fraisse, na qual, vários autores dedicam-se a questões que me interessam. Especialmente Martine Poulain<sup>37</sup>, articula as cenas da leitura nos suportes da pintura, da fotografia e do cartaz em um período que compreende 1881 a 1989. Os subitens que contém reflexões sobre a leitura infantil, os textos educativos/patrióticos e a sedução da leitura e das imagens constituíram subsídios importantes para quem, como eu, entende como a autora que “para além dos leitores, permanecem as leituras. A leitura dissolveu-se na multiplicidade do ler. A letra invadiu a vida”.

Questões identitárias, imaginários e representações atravessam o discurso de Villas e, se entrecruzam às falas de outros autores, que enfocam estas questões. Apenas como exemplo lembro as reflexões de Stuart Hall e suas incursões sobre a noção de sujeito desde o Iluminismo até o sujeito Pós-Moderno. Neste, a movência inscreve-se em um processo que se afasta da identidade fixa, essencial ou permanente. “A identidade

---

35. David Rodney Lionel Pennington. *Manaus e Liverpool: uma ponte imaginária*. Tese de doutorado PPGHIS/UnB, 2000.

36. Luiz Fernando Godoi Brito. *Da Rua do Ouvidor ao 15 de Novembro: cotidiano e representações da cena carioca em Esaú e Jacó, de Machado de Assis (Finais do Império e primórdios da República)*. Dissertação de Mestrado, PPGHIS/UnB, 1998.

37. Martine Poulain. “Cenas de leitura, na pintura, na fotografia, no cartaz, de 1881 a 1989”. In: Emmanuel Fraisse et al. *Representações e imagens da leitura*. São Paulo: Ática, 1997, p.94.

torna-se numa celebração móvel formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam”<sup>38</sup>.

Figurinhas foram também trocadas com os autores que enfocam discurso, memória e, claro, representações e imaginários. Já fiz alguns incursões acima mas são necessárias algumas outras. As falas dos narradores, os suportes publicitários e as Estampas Eucalol (frente e verso) foram tomadas como discursos. No momento do trabalho com diferentes linguagens midiáticas, como é o meu propósito, lido com diálogos, interdiscursividades, paráfrases e polissemias. Sem pretensões de me transformar em um analista do discurso, estou hoje persuadido da importância de alguns dispositivos de análise que, buscados na Análise do Discurso, muito me ajudaram. Penso, por exemplo, na memória na perspectiva do interdiscurso, a memória discursiva à qual se refere Eni Orlandi Puccinelli<sup>39</sup>: “o saber discursivo que torna possível todo dizer e que retorna sob a forma do pré-construído, o já-dito que está na base do dizível, sustentando cada tomada da palavra”. Neste aspecto, andei achando que a Análise do Discurso é uma *figurinha difícil e carimbada*, muito embora minha orientadora insistia que se trata de um programa de reflexão do qual me apropriei de apenas alguns elementos, desdobrando depois para estudos voltados para as figuras de linguagem com sua retórica que encontra na publicidade um espaço por excelência.

Dominique Maingueneau<sup>40</sup>, celebrado analista do discurso, ao longo de dezoito capítulos, reflete sobre temas fundamentais ao discurso e aos fenômenos da linguagem mas sempre sublinhando o recorte da comunicação, do discurso publicitário e do discurso da imprensa. Então, ficou bem mais fácil, ou menos árido, especialmente no décimo oitavo capítulo, em que nomes de marcas de produtos, categorias, cenografias, através de vários exemplos, forneceram importantes pistas, sobretudo, na seleção das imagens.

Mas ao pensar na Análise do discurso como um programa de reflexão, tal propósito não significou nestate se, alida com fragmentos discursivos, conduta que costumaser usual. No

---

38. Stuart Hall. *Identidades culturais na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Ed., 1997. p.13.

39. Eni Orlandi Puccinelli. *Análise de discurso: princípios & procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 1999. p.31.

40. Dominique Maingueneau. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez Editora, 2005. p.207-229.

meu caso, como se verá, sobretudo no caso das fontes orais, optei por não fracionar os relatos.

Retomando a questão da memória, meu repertório de leituras incluiu a fundamental reflexão de Fernando Catroga<sup>41</sup>, especialmente no que se refere à memória como construção sempre seletiva que nunca poderá ser um mero registro. Entendo, por exemplo, que meus narradores, falando sobre um *objeto ausente*, as *Estampas Eucalol*, e isto tem mil implicações. Por outra parte, não por acaso, Catroga, ao pensar na representificação, seus indícios e seus traços, convoca interlocutores como Michel De Certeau e Walter Benjamin para pensar a dialética do “lembrar-esquecer” no âmbito da memória ativa.

Aliás, Benjamin<sup>42</sup> foi um leal acompanhante nesta caminhada, nele encontrei subsídios para uma reflexão sobre a figura do narrador e, igualmente importante, a questão do colecionismo, além do pensamento deste autor sobre a era da reprodutibilidade técnica. Além destes diálogos, reitero a importância de Benjamin, cuja reflexão sobre as articulações entre tempos e fisionomias, forneceram o mote para meus argumentos e seus desdobramentos.

Ainda pensando em memória, em Deleuze encontro o entendimento sobre o que define como “síntese ativa da memória”. De fato, corresponde bem à minha experiência atual, assim como iluminou reflexões contidas nesta tese. Para o filósofo: “... o passado encontra-se encerrado entre dois presentes: aquele que ele foi e aquele em relação ao qual ele é passado [...] Pode-se chamar de síntese ativa da memória o princípio da representação sob este duplo aspecto: reprodução do antigo presente e reflexão do atual”<sup>43</sup>.

O livro organizado por Yarcylda Oliveira Farias<sup>44</sup>, é obra na qual os autores refletem sobre a prática publicitária, manifestações simbólicas do discurso e subsídios muito interessantes para o procedimento com estes sítios discursivos. Trata-se, em suma, de um conjunto de artigos voltado para a construção de sentido, tão cara à História Cultural,

---

41. Fernando Catroga. “Memória e história”. In: Sandra Jatahy Pesavento (org.). *Fronteiras do Milênio*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2001, p.43-69.

42. Conf. Walter Benjamin. *Rua de mão única*. 5ª ed. 3ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2000; *Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. 3ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2000; *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história cultural*. 10ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 1996.

43. Gilles Deleuze. *Diferença e repetição*. Rio de Janeiro: Graal, 1988. p. 142-43

44. Yarcylda Oliveira Farias (org.). *O discurso publicitário: instrumento de análise*. Recife: Editora Universitária da UFPE, 1996.

agora trabalhada no recorte da comunicação publicitária, observando a conjunção entre o lingüístico, o icônico, o quadro sociocultural, interesses dos anunciantes e as instâncias de recepção.

Trabalhando com um objeto veiculado no cenário do cotidiano urbano, achei oportuno o contato com Luiz Antonio Calmon Nabuco Lastória<sup>45</sup>, apesar da sua pesquisa problematizar o cotidiano de atores sociais de um bairro de uma cidade paulista. Afinal, o autor ao retomar a concepção de cultura a partir de autores como Néstor Garcia Canclini e Agnes Heller, desdobra o diálogo com esta última para refletir sobre o cotidiano, sua estética e a interação ativa de sujeitos com o mundo social, adquirida nos níveis da linguagem, dos hábitos, uso de objetos e sistemas de valores. Trata-se de um outro enfoque do cotidiano que agreguei aos de outros estudiosos, como, por exemplo, as obras de Maffesoli. Neste último, encontrei importantes reflexões sobre a noção de sociabilidade, desdobrando-a de sociabilidade, a configuração do tribalismo moderno e “uma multiplicidade de redes que engendram a ordem simbólica dos canais tênues, mas sólidos. Chamei isso de centralidade subterrânea”<sup>46</sup>. Não por acaso, palavras que sugerem citações ao universo da informática, povoam este enunciado. Penso no colecionismo do tempo presente e a importância dos recursos eletrônicos para a sua dinamização. As “tribos” de colecionadores, agregam grupos em torno de interesses comuns e podem ser encontradas em vários sítios da rede mundial de computadores.

Articulando a Comunicação, Trabalho e Ócio, João José Curvello<sup>47</sup>, considera o cotidiano no recorte do emprego do tempo, assim como o fazem outros estudiosos. Entretanto, o que nele chamou-me a atenção, é seu diálogo com autores como, Habermas e De Masi. Especialmente neste último, as reflexões referentes ao *ócio criativo* me interessaram muito proximamente, levando-se em conta a abordagem das *Estampas Eucalol* como um objeto cultural cujas peculiaridades sugerem indagações quanto a uma prática lúdica, na qual, um viés pedagógico e didático pode se inscrever.

---

45. Luiz Antonio Calmon Nabuco Lastória. *Ética, estética e cotidiano: a cultura como possibilidade de individuação*. Piracicaba, SP: Unimep, 1994.

46. Michel Maffesoli. *No fundo das aparências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996. p.266.

47. João José Curvello. “Compreender a comunicação organizacional através da autopoiese”. In: Gustavo de Castro & Florence Dravet (orgs.). *Sob o céu da Cultura*. Brasília: Thesaurus; Casa das Musas, 2004. p.202.

Mas em Lastória encontrei também pistas para um percurso metodológico que ajudaram no momento das entrevistas. O autor as organiza em “dilemas” que, em suma, são grandes temas distribuídos em tópicos. “Tendo em vista a necessidade de captar com maior profundidade, as dimensões culturais[...] embutidas nas representações elaboradas...” e foi por aí mesmo que realizei esta parte da investigação. Aliás, sobre o instrumental necessário para a lida com as fontes orais, *troquei figurinhas* com autores que apresentam seus textos na mesma revista (Joan Del Alcàzar i Garrido<sup>48</sup> e Antonio Torres Montenegro<sup>49</sup>).

Optar pelas fontes orais significou também incluir no meu estoque de leituras interlocutores que comparecem no livro organizado por Olga Rodrigues de Moraes Simson<sup>50</sup> e, sem ironias, minha saga na busca dos narradores não deixou de ser uma espécie de “desafio contemporâneo da História Oral”.

Mas por falar em figurinhas, até por conta de guardarem o mesmo étimo, troquei-as também com Norberto Elias a quem cheguei pelas mãos de Chartier. Refraseando-o, o historiador francês escreve: “o principal conceito é *figuration*, traduzido quer por formação, quer por configuração [...] Uma figuração é uma formação social cujo tamanho pode ser muito variável (os jogadores de um jogo de cartas, a tertúlia de um café, uma turma de alunos de uma escola, uma aldeia, uma cidade, uma nação”<sup>51</sup>.

Em qualquer dos casos, sublinha-se uma rede de dependências e interdependências recíprocas em variadas escalas. Inscrevo, por exemplo, nesta rede, no âmbito das configurações identitárias, ou, no conjunto de aficionados e colecionadores que, interagem, tendo como invariante referencial um mesmo interesse e a mesma paixão por estampas ou figurinhas. Incluí, também na cenografia brasileira (formação social ou configuração).

Retomando a leitura de Elias, reforço a *coincidência* dos vocábulos: configuração,

---

48. Joan Del Alcàzar i Garrido. “As fontes orais na pesquisa histórica: uma contribuição ao debate”. In: *Revista Brasileira de História*. São Paulo. ANPUH/Marco Zero, vol. 13, nº 25/26, setembro92/agosto 93, p.33-54.

49. Antonio Torres Montenegro. “História oral, caminhos e descaminhos”, in: *Revista Brasileira de História*. São Paulo. ANPUH/Marco Zero, vol. 13, nº 25/26, setembro92/agosto 93, p.55-65.

50. Olga Rodrigues de Moraes von Simson. (org.) *Os desafios contemporâneos da História Oral* - 1996. Campinas: CMU/Unicamp, 1997.

51. Roger Chartier. “A História Cultural...” , 1990. op.cit. p. 100.

figuração e figuras/figurinhas. Aliás, foi no mesmo Elias que encontrei elementos para “justificar” a construção deste objeto acadêmico movido pelas idéias, razão e muita emoção:

enquanto controle efetivo é relativamente limitado e o pensamento é densamente carregado de afeto e objetivamente inadequado, os dois se reforçam constantemente um ao outro. E a tendência a perpetuar a forma que ambos assumiram, num dado momento, torna extremamente difícil acionar um deles sem empurrar o outro na mesma direção. Mesmo assim – pensar, provavelmente, ajuda até certo ponto<sup>52</sup>.

Foi o que tentei *equilibrar* nesta *troca de figurinhas*.

Esta espécie de *flanêrie*, ou ciranda, buscando parceiros para uma imprescindível *troca de figurinhas*, não poderia deixar de incluir a conversa com Bosi<sup>53</sup>, espécie de bússola inspiradora da conduta por mim adotada em vários aspectos da construção desta tese. Como se verá, busquei, ainda que sem o mesmo talento, ser um *escutador* atento e sintonizado concordando que ao observador “não basta a simpatia (sentimento fácil pelo objeto da pesquisa)... e Bosi prossegue

nesta pesquisa fomos sujeitos e objeto. Sujeito enquanto indagávamos, procurávamos saber. Objeto quando ouvíamos, registrávamos, sendo como que um instrumento de receber e transmitir a memória de alguém, um meio de que esse alguém se valia para transmitir suas lembranças<sup>54</sup>.

Lembranças, aliás, de histórias “enredadas em histórias” para ficarmos com Ricoeur<sup>55</sup>, não obstante meus narradores não se inscrevam em um modelo testemunhal. Antes, nos longos enredos (apesar dos inúmeros enxugamentos e compatibilizações) busquei

---

52. Norbert Elias. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994. p.79.

53. Ecléa Bosi. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1994.

54. Ecléa Bosi. *Memória...*1994. op.cit. p.38

55. Paul Ricoeur. *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007. p.173

na escuta elementos para uma narração na convicção de que “no narrado fica a marca do narrador, como a impressão da mão do oleiro sobre o pote de argila”<sup>56</sup>.

Se, na trilha de Bosi, me percebi a um só tempo como sujeito e objeto da pesquisa, na esteira de Benjamin me reconheço também como um narrador e é este o tom que prevalece no próximo item, espaço para uma breve incursão sobre a cotidianidade da pesquisa.

### **1.3. A cotidianidade do movimento da pesquisa: da “invenção” do objeto à lida com as fontes**

O ano de 2005 foi marcado por alguns acontecimentos que reputo de singular importância para o campo de interesse minhas pesquisas. A edição do livro do centenário do Tico-Tico e a reimpressão da obra de Carlos Zéfiro, além de um roubo na Biblioteca Nacional do Rio de Janeiro, onde, entre outros, estavam várias *Estampas Eucalol*. Quanto aos dois primeiros, tive a oportunidade de apressar-me por adquiri-los, mas as Estampas...

Entre intrigado e indignado busquei na minha memória, seu significado e a importância cultural deste produto na vida e na sociedade de várias gerações de brasileiros.

Como que para dar mais densidade aos rumos de minha pesquisa, Umberto Eco lança o livro ilustrado *A misteriosa chama da rainha Loana*<sup>57</sup>, uma ode aos contempladores dos produtos gráficos e do imaginário que a memória nos leva e traz ao dar às representações sentidos e emoções, que traduzimos em sentimentos, alguns de perdas, outros de ganhos.

As situações e os fatos estavam contribuindo para que me inclinasse rumo ao representacional, os registros do imaginário e sentidos possíveis, tudo o que lera e relera nos seminários, eu também arquivava leituras para estudos futuros (organizava figurinhas teóricas), sem esquecer das minhas fontes. E assim, está sendo, e tome de leituras, fichamentos e rephraseamentos cuja síntese deu suporte ao item que precede a este. Foi uma

---

56. Walter Benjamin. *A modernidade e os modernos*. Tempo Brasileiro: Rio de Janeiro, 1975. p.40.

57. Umberto Eco, *A misteriosa chama da rainha Loana*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005

tarefa que alternou profundas alegrias a algumas frustrações, próprias do cotidiano da pesquisa, mas que, evidentemente, contou com o benefício de uma certa intimidade com este universo da tipografia, das artes gráficas, da publicidade e da imagem. O que narro a seguir é o resumo de uma pequena saga, quase um relato de bordo, sem datações.

Paralelamente, ou seja, naquele mesmo 2005, o entusiasmo de um aluno da Pós-Graduação, de alguma maneira ficava arrefecido por ocasião das conversas com a orientadora e, na verdade, opinião de amigos, que, assim como eu, adoravam o tema achando-o, porém, muito amplo. Se aqui retomo este aspecto é somente porque, os episódios acima lembrados, coincidentemente ou não, acabaram participando da *invenção* do meu objeto de estudos.

Abril de 2006.

Já bastante persuadido da falácia de uma certa objetividade, cujo afã de legitimação se perde na falência do positivismo, deletei qualquer idéia ligada ao surrado *distantiamento crítico do objeto*.

Antes, pelo contrário, dele fui me aproximando cada vez mais e no meu caso, outra postura seria impossível. Enquanto não consegui por as mãos ansiosas em algumas das mais maravilhosas estampas produzidas no Brasil, não sosseguei. Enfim, este é um trabalho movido, se não todo ele, em grande parte, por uma paixão antiga (agora conto com o aval de Elias e vou percorrendo o caminho pensando e me emocionando em um verdadeiro empurra-empurra). E, em se tratando da memória, não vejo como não me imiscuir nessa seara. Nesse entendimento, muito do que aqui é tratado, e ainda será, será feito de modo sinestésico. Descobri, enfim, um objeto e um modo de construção que me permitiram unir várias paixões em um trabalho. O mundo mágico da memória nas Artes Gráficas e da Publicidade em seus *encontros marcados* com a vida brasileira na configuração de pontos de inflexão historicamente delineados. Refiro-me aos anos 20 (espécie de primórdios e deslanche dos mídia e da cultura brasileira, a partir dos anos 50), “sonhando com a modernidade,” como informa Napolitano<sup>58</sup>. E tudo isto, como um fio de Ariadne, desvendando a partir (ou através) das *Estampas Eucalol*.

A Páscoa já se instalava nos arredores da cidade e acabava de receber de minha

---

58. Marcos Napolitano. op.cit.p.11.

orientadora um justo e coerente afinamento de meu tema. Verticalização esta, que permitiu aflorar em ambos um gostinho a mais no trabalho que por ora realizo.

O meu fazer de pesquisador e leitor das várias obras sugeridas aliou-se com a materialidade mais prática da ação. As Estampas de minha memória pediam urgentemente que se fizessem presentes, e lá fui eu em seu encalço.

Um grande aliado que, às vezes me deixa grudado por longas horas de espera, foi o computador de meu filho, que está ligado à Internet. Principiei em buscar num sítio de oferta de produtos: [www.mercadolivre.com.br](http://www.mercadolivre.com.br). Entre dúvidas e incertezas, mas com uma vontade louca de conseguir êxito em tal empreitada, digitei: ESTAMPAS EUCALOL. Apareceu uma série que me encantou de pronto. Era a seqüência de impressão que já havia visto no meu *almanaque*, uma transcrição, aliteração, *cópia* ou *adequação* daquelas Estampas Liebig<sup>59</sup>, citadas por Samuel Gorberg.

Em um ímpeto, enviei um *e-mail* ao vendedor. Nele, dizia do meu interesse e do meu trabalho de doutorado, meu nome, endereço e telefone. Poxa, aquele conjunto de Estampas seria um grande começo para minhas reflexões. Ledo engano, recebi correspondência imediata do administrador dos serviços do sítio alertando-me da grave falta cometida e que, em caso de se repetir o fato, eu poderia ser eliminado totalmente das possíveis ou eventuais futuras compras. Não entendi nada, desliguei o computador, comentei este particular com meu filho e esperei. No dia seguinte, enviei uma solicitação de explicação do ocorrido. Recebi resposta e percebi que, até a concretização da compra e venda, os participantes destas ofertas se comunicam com as respectivas senhas e somente para saber características do produto, do envio etc. Conclusão, não consegui aquela série. Dias depois retornei ao sítio e havia outras ofertas e a partir daí, então, comecei a adquirir e manter contato com os vendedores. Havia feito uma lista de contatos a serem realizados primeiro, pensei, via Internet e, após estabelecido este, agendar telefonemas e, ou, encontros futuros, pessoalmente.

Cartas para Hélio Contreiras, autor da música *Estampas Eucalol*, para as atrizes Bibi Ferreira e Tônia Carrero, modelos dos anúncios de publicidade da Eucalol, o publi-

---

59. “Há fortes indícios de que os Stern tiveram a idéia da emissão das Estampas Eucalol baseada na existência das Estampas Liebig, que fizeram muito sucesso na Europa desde o final do século 19 e que até hoje são as mais famosas mundialmente. Algumas similaridades podem ser apontadas.” Samuel Gorberg, *op.cit.*, p.56.

citário Lula Vieira e o autor do almanaque, Gorberg, entre outros.

Fui tranqüilo às fontes, porém, os primeiros resultados longe estavam do esperado. No caso de Gorberg, esperava mais. Afinal, a obra enquanto tal, eu já a possuía e conhecia há anos. Só que, provavelmente, contagiei-me pelo entusiasmo de minha orientadora e *viajamos*. No que supúnhamos, além da fonte primária maravilhosa e fundamental para a minha pesquisa, um possível contato com o autor, traria também um narrador e, mais que isto, informações preciosas, ou representações sobre a própria publicidade no Brasil e, enfim, elementos outros, que não os que aparecem na obra, até porque, trata-se de um suporte discursivo que atende ao propósito de compilar e dar visibilidade às Estampas Eucalol, organizá-las em excelentes tabelas demonstrativas, contabilizá-las e, com isto, o autor oferece aos aficionados um excelente produto, com alguns *insights* interessantes, porém breves, como, por exemplo, um exercício de comparação entre linguagens (Estampas/Filmes). Mas esperávamos muito mais e, somando e subtraindo, por vias indiretas, houve a possibilidade de colher ótimos resultados.

No sítio de Gorberg há vários ensaios e, dentre eles, o da professora universitária Margarida Thereza Nunes da Cunha Menezes, que escreveu o livro: *Reviver: um século de figurinhas*<sup>60</sup>. Nesta parte do sítio, a professora Margarida, lista uma série de eventos sobre o aparecimento das figurinhas no mundo, dentre eles, o autor da primeira dissertação de mestrado sobre figurinhas, Paulo Cezar Alves Goulart<sup>61</sup>. Faz menção também ao colecionador Paulo Bodmer, que estava entre os meus potenciais narradores.

Consegui o *e-mail* de agenciadores de atores e atrizes, na esperança de poder contactar algumas atrizes que figuram nos anúncios de revistas, e a resposta foi negativa, não possuíam os meus desejados endereços.

No caso de Hélio Contreiras, descobri depois, que era um homônimo, escritor famoso, mas não o compositor. O publicitário dissolveu a sociedade e não estava mais na agência, que acabou sendo fechada. Meu *e-mail* ficou sem resposta. É parece que a pesquisa vai ser *figurinha difícil!* A carta para o autor do almanaque, Gorberg, eu a escrevi e algo me dizia para não manter contato com ele, ainda.

---

60. Após a entrevista com a professora Margarida fiquei sabendo que a publicação deste livro foi de apenas de alguns exemplares, aguardando por uma editora.

61. Paulo Cezar Alves Goulart. *Álbum de figurinhas: configurações e história*. Dissertação de Mestrado. São Paulo: ECA/USP, 1989.

Nas idas e vindas das várias aquisições, fui parar em Dezinho Eucalol. No *almanaque*, Gorberg faz-lhe menção. Na verdade, acabei contando com os subsídios do texto de Dezinho, pois acabamos não nos encontrando. Outro ilustre narrador que constava da minha agenda, teria sido Artur da Távola. O interesse me vinha do seu conhecido estoque de erudição, dos seus conhecimentos de História e Mitologia e do seu interesse pelas Estampas Eucalol que mereceu um artigo, objeto de longa citação no ensaio de Thereza Negrão<sup>62</sup> que alude à musica Estampas Eucalol. Sabia ademais, que se tratava de um ser humano altamente disponível, porém, sempre com mil atividades. Depois de algumas tentativas em Brasília, tentei alcançá-lo no Rio de Janeiro e, até acabei me incumbindo de entregar-lhe um CD autografado por Hélio Contreiras. Infelizmente, guardo comigo o CD, e o encontro com Artur da Távola jamais ocorreu, devido à sua morte prematura. Enfim, presente ou não, o considero um narrador desta tese, que, modestamente, de algum modo, o homenageia.

Por outra parte tendo clareza de que a minha tese não se esgotaria nas Estampas Eucalol, isto cobrou-me o levantamento preliminar de fontes sobre a história da publicidade no Brasil, alguns deles já citados anteriormente.

Estas atividades conjuntas conseguiram mostrar-me o diálogo constante entre fontes e referenciais. Prosseguindo na minha labuta, o número enorme de fontes iconográficas cobrou-me escolhas. Como critério classifiquei-as por temas, como sugere Lástória. Uma coisa ficou clara: no caso das imagens e sua função em meu trabalho, não as tomei como ilustrações. Então, a retórica pretendida penso que se evidenciava partir da pertinência das escolhas, tanto mais que o *corpus* das imagens não se restringiu à coleção de Estampas Eucalol. Evidentemente, para enveredar nos caminhos da publicidade e mesmo avanços tecnológicos das Artes Gráficas, um conjunto de imagens dialogou o tempo todo com o texto escrito. Não foi intenção assumir uma leitura puramente semiótica, a idéia foi valer-me da inserção de vários enfoques buscando sempre no solo sócio-histórico cultural elementos para sondar sentidos possíveis das representações iconográficas.

Aliás, este mesmo princípio norteador presidiu a utilização das músicas e textos musicados. Penso que elas lograram marcar o *clima* dos vários pontos de inflexão do meu trabalho. Neste aspecto, cabe relatar que em várias ocasiões ao ser perguntado sobre o meu tema e, na minha tentativa de esclarecer, citando a música gravada por Xangai, a su-

---

62. Maria Thereza Negrão de Mello. “Que qui tu tem, canário”, op.cit.

posição é de que a tese seria constituída com o suporte de músicas infantis, coisas assim. Bem se vê que não era o caso.

Ainda na esteira deste tom narrativo intencionalmente adotado, cabe lembrar que ao final das muitas idas e vindas brevemente narradas em páginas anteriores, consegui, finalmente, dar concretude às fontes orais, de modo que o antes apenas sinalizado como um item fundamental da base empírica ganhasse vida. Uma vida animada por um conjunto de narradores buscados em variados lugares. Isto significou viagens, algumas breves, outras nem tanto, nas quais sempre me fiz acompanhar dos meus leais escudeiros – uma parafernália de equipamentos. Mas valeu a pena, consegui as entrevistas necessárias e pude enfim cuidar de outros aspectos igualmente importantes, mas que não me cobraram deslocamentos. Passei então para a etapa das gravações, da seleção das imagens e retomada dos referenciais que aguardavam pacientemente, arquivados no computador o momento em que me ajudariam no encaminhamento das análises.

Passava então para a etapa, ainda uma vez lembrando Benjamin, da “montagem como desmontagem”, objetivando, entre os *agoras* formar “uma constelação, onde o passado se junta, como num relâmpago com o agora”<sup>63</sup>. Afinal, retomando meu balizamento temporal e meu argumento, esta iniciativa faz aflorar meu principal eixo de problematização. Como se recorda, o que me inquietava, como diria De Certeau, era a trajetória de um produto cujas Estampas acabaram ganhando vida própria, a ponto de figurar nestes *agoras*, como um acionador de memórias e imaginários.

O trabalho de montagem, ainda que desobrigado de minudências cronológicas, ao compor os contornos gerais de um percurso, cada vez mais sublinhava a convicção de que “escrever a História significa atribuir aos anos a sua fisionomia”<sup>64</sup>..

No seu denso diálogo com Benjamin, Bolle prossegue fornecendo pistas importantes para esta tese, sobretudo, quando alude à “artes de escrever a História com imagens”<sup>65</sup>.

Na polissemia de que se reveste a palavra *imagem*, aí mesmo reside o potencial de subsídios para a montagem desta tese, sintonizada com uma expressão da cultura urbana.

---

63. Willi Bolle. *Fisiognomia da metrópole moderna: representação da História em Walter Benjamin*. São Paulo: Editora a Universidade de São Paulo, 1994.

64. Benjamin, apud Willi Bolle. op.cit. p.40.

65. Benjamin, apud Willi Bolle. op.cit. p.40-45.

Assim, Bolle pondera sobre Benjamin enquanto historiógrafo: “partindo da superfície, da epiderme de sua época, ele atribuía à fisionomia das cidades à cultura do cotidiano, às imagens dos desejos e fantasmagorias, aos resíduos imateriais aparentemente insignificantes a mesma importância que às grandes idéias e as obras de arte consagradas. Decifrar todas aquelas imagens e expressá-las em imagens “dialéticas” coincide, para ele, com a produção de conhecimento da História”<sup>66</sup>. Nesta questão de temporalidades, observo que enquanto as partes A e B re-encenam fisionomias pautadas por uma certa e necessária diacronia que não pressupõe, porém, a continuidade, a parte C constitui basicamente um núcleo de memórias que reverberam no Tempo Presente, recorte temporal cujo entendimento encontra em Jean-Pierre Rioux<sup>67</sup> talvez a melhor definição: um vibrato inacabado que anima repentinamente todo um passado, um presente pouco a pouco aliviado de seu autismo, uma inteligibilidade perseguida fora das alamedas percorridas – é um pouco isto a história do tempo presente”. Mínima familiaridade com meus interlocutores ensejou o reconhecimento de diálogos e interdiscursividades evidentes entre autores, além de conceitos aos quais subjaz uma rede de tantos outros que os entrecruzam. No caso específico e, ao falar sobre temporalidades, ficou-me clara a *troca de figurinhas* entre Rioux e o já citado Catroga para quem:

toda a recordação tende a objetivar-se numa narrativa coerente que, em retrospectiva, domestica o aleatório, o casual, os efeitos perversos do real-passado quando este foi presente, atuando como se, no caminho, não existissem buracos negros deixados pelo esquecimento. Em certa medida, ela [a memória] é uma previsão ao contrário<sup>68</sup>.

No próximo capítulo – **O gesto de imprimir: da reflexão desterritorializada, ao Rio de Janeiro até o alvorecer da República**, sem intenção de elaborar decalques, fisionomias históricas aparecem desenhadas, sobretudo com o concurso de fontes secundárias, objetivando compor uma espécie de ante-porta para os demais capítulos.

---

66. Benjamin, apud Willi Bolle. op.cit. p.43.

67. Jean-Pierre Rioux. “Pode-se fazer uma história do tempo presente”? In. A Chaveau e Ph. Tétard, (orgs.). *Questões para a história do presente*. Bauru, SP: EDUSC, 1999, p.39-50.

68. Catroga. op.cit. p.46.

## CAPÍTULO 2

### O gesto de imprimir: da reflexão desterritorializada ao Rio de Janeiro no alvorecer da República

#### 2.1. Da palavra falada à palavra impressa: suportes preliminares para uma reflexão

No início era o Verbo...E do verbo se fez a palavra...

E a palavra se fez presente até os nossos dias através de forma e conteúdos diversos.

Se a língua falada teve a seu momento de Babel, a tipografia<sup>1</sup> moderna nos aparece hoje como o lugar de uma diversidade, não menos rica e problemática que aquela das línguas, ela é nossa versão em papel.

Seja como for, vários autores estão a refletir sobre a propriedade ou não, conveniência, ou não, do uso do termo tipografia<sup>72</sup> num sentido maior do que o expresso pelo sentido do uso comum.

De todo modo, em um espectro mais amplo, o que parece se configurar como consensual é o reconhecimento da Era de Gutenberg como um ponto de inflexão, espécie de divisor de águas entre o manuscrito e o impresso. A questão desdobra para um sem

---

1. Cabe esclarecer que nesta última década, no Brasil, tem havido a tradução de obras autores de muito importantes para a compreensão e entendimento dos conceitos implicados no termo tipografia, bem como, autores nacionais se destacam neste cenário. Conf. Cecilia Consolo. *Tipografia Brasilis 2*. São Paulo: FAAP, 2002. Robert Bringhurst. *Elementos do estilo tipográfico - versão 3.0*. 2a.reimp. São Paulo: CosacNaif, 2008. Priscila Farias. *Tipografia Digital*. Rio de Janeiro: 2AB, 2001. Joaquim da Fonseca. *Tipografia & Design Gráfico Design e Produção*. São Paulo: Bookman, 2008. J. M. C. De Frias. *Memória Sobre a Tipografia Maranhense*. São Paulo: Siciliano, 2001. HISTÓRIA DA TIPOGRAFIA NO BRASIL. São Paulo: Museu de Arte de São Paulo, 1979. João Pedro Jacques. *Tipografia Pós-moderna*. Rio de Janeiro: 2AB, 2000. Guilherme Cunha Lima. O GRÁFICO AMADOR, as origens da moderna tipografia brasileira. Edit. UFRJ, Rio de Janeiro, 1997. Bruno Guimarães Martins. *Tipografia Popular: Potências do Ilegível na Experiência do Cotidiano*. Rio de Janeiro: Annablume, 2007. , Eduardo. A Martins. *Tipografia do Beco da Misericórdia*. Paraíba: Secretaria de Educação e Cultura, 1978., Lucy Niemeyer. *Tipografia: uma apresentação*. Rio de Janeiro: 2AB, 2000.

número de reflexões, algumas delas proximamente associadas aos propósitos deste estudo, da feita em que o objeto e seu modo de construção apontam, não apenas, para o gesto da impressão mas também para o universo da recepção, inscrita no conjunto de práticas cujas representações “exprimem a maneira através da qual uma comunidade – não importa em que escala – vive e pensa sua relação com o mundo, com os outros e com ela mesma”<sup>2</sup>. Muito embora o historiador esteja refletindo sobre livros, (é ele mesmo quem anota) ao entendê-los como discursos, que refletem sobre os fundamentos de processos “*de produção, de comunicação e de recepção dos livros (e de outros objetos que veiculem o escrito*”<sup>3</sup>.(Grifos meus).

Ora, como venho insistindo, a ambiência que cenarizo é a cena urbana brasileira, na convicção de que, a partir de um artefato cultural e dos discursos que enseja, tem-se elementos que concorrem para a composição de fisionomias, historicamente engendradas, nas quais as Estampas Eucalol se investem de significações plurais, na movência de temporalidades.

Antes, porém, considere importante aludir, ainda que discretamente, a uma cenarização mais ampla que, em um primeiro direcionamento, reflète sobre a tipografia para, em seguida, igualmente em breves contornos, focar o panorama brasileiro cujo ponto de inflexão se define com a transferência da Corte para o Brasil. Ao longo deste processo se forjarão condições para a inserção no cenário, não apenas da tipografia enquanto tal, mas também das primeiras incursões no mundo da propaganda impressa.

## **2.2 Tipografia e cultura urbana**

A escrita é, e sempre será, a base fundamental de toda a actividade tipográfica. Não é uma criação do século XX, é uma herança cultural, configurada ao longo dos séculos, recebida e transmitida em bom estado. A letra, como todo produto histórico, cresceu cheia de contradições e o desenhador-tipógrafo deve conhecer esta evolução e reconhecer os

---

2. Roger Chartier. *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1994, p. 8-9.

3. Idem, p.8.

problemas que se puseram, para que ele mesmo esteja, no futuro, à altura da tarefa que lhe está confiada<sup>4</sup>.

A transcrição acima reforça muitas das minhas convicções e pressupostos desta tese, que reconhece na atividade tipográfica o estatuto de herança cultural e a letra como produto histórico. Na esteira deste entendimento, percebo também, que a tipografia não se autonomiza enquanto arte, porém a instrumental e “feita para os homens e pelos homens”<sup>5</sup>, ela informa e dialeticamente é informada por concepções estéticas que perpassam momentos e movimentos.

Para as línguas vernáculas, tipografia está e estará sempre ligada a sua origem histórica, identificada com o célebre processo técnico de impressão em relevo.

Por outro lado, para o historiador Emanuel Araújo, autor do livro: *A Construção do livro*, a palavra tipografia,

documentada pela primeira vez em 1493 em latim moderno como *typographia* (do grego *týpos*, ‘sinal, imagem, molde, gravação’, e *gráphō*, ‘gravar, escrever, desenhar’), possui três sentidos: além de designar comumente o estabelecimento onde se faz a impressão, significa, antes de tudo, determinado sistema de reprodução de cópias, mas também a maneira como se distribuem os tipos na página, por exemplo na expressão ‘é perfeita a tipografia daquele livro’, o que se traduz no vocábulo alemão *Buchdruckerkunst*, ‘arte de imprimir, arte de impressão’ (em inglês, *typography* tem o mesmo sentido)<sup>6</sup>.

Outra possibilidade de entendimento da tipografia é adicionando características dos atributos visuais da linguagem escrita, aproximando-a da seara do *design* gráfico. Então, o ato de selecionar e impor estes signos em uma página, as proporções e formatos de páginas e, fundamental, a facilidade e o entendimento que a se deve dar aos receptores

---

4. Emil Ruder. *Manual de Diseño Tipográfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983. p.12.

5. Jorge Peixoto. In. Douglas E. McMurtrie. *O Livro*. 2a.ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbinkian, 1982. p.VII.

6. Emanuel Araújo. *A Construção do livro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1986.

da mensagem gráfica, sinergia e eficiência na mensagem impressa. Modos de se produzir sentido.

Peixoto inicia seu texto citando o livro *First principles of typography*, de Stanley Morison<sup>7</sup>, que definiu assim a tipografia:

a arte de dispor corretamente o material de imprimir de acordo com um objetivo específico – o de colocar as letras, distribuir os espaços e selecionar os tipos de forma a dar ao leitor a maior ajuda na compreensão do texto. Quer dizer, a tipografia é um meio e não um mero deleite estético, simples forma de apreciar o livro<sup>8</sup>.

Vê-se que para Morison a tipografia se encontra bem definida nos horizontes da composição tipográfica, quer dizer, nos problemas colocados à legibilidade. Problemas que inscrevem a tipografia na história das técnicas, o que vai contrastar com a maneira que veremos em seguida, onde a tipografia aparece no interior de uma História Cultural, na medida mesmo em que os meios, aspectos tecnológicos, passam a ser contextualizados.

Enfim, um outro sentido no qual a tipografia assume uma dimensão cultural, onde os aspectos artísticos, técnicos, cognitivos – legibilidade - se encontram em uma expressão única, que poderíamos considerar como representativa de um momento histórico.

Observo que tudo isso vem em reforço de um só ponto: a tipografia, ao longo dos tempos, procurou servir e nunca constituiu, por si, uma arte. Feita para os homens e pelos homens, ela foi, em meio às condições, vicissitudes, desafios, conquistas e representações de concepções estéticas, desenhando e redesenhando fisionomias.

Esta articulação entre a tipografia e momentos históricos, que tanto interessa a esta tese, está nas preocupações de vários teóricos. Nas palavras de Emil Rude:

uma época não se revela nunca simples e clara, antes caótica e desconsertante.

---

7. Stanley Morison (1889-1967), tipógrafo, historiador da imprensa e designer gráfico inglês. Foi responsável pelo redesign do jornal *The Times of London*, em 1932, e pela criação da fonte *Times New Roman*.

8. Jorge Peixoto. *idem*.

No entanto deveríamos reconhecer, sem dificuldade, as principais características do nosso século XX, características que resultam das tentativas e dos esforços para encontrar uma solução válida para os problemas actuais. É aqui que o trabalho da tipografia pode tornar-se um verdadeiro testemunho dos factos desconhecidos do nosso tempo. Os diferentes campos da actividade criadora não são de modo nenhum autônomos, e a tipografia não pode dissociar-se da evolução geral sem condenar-se à esterilidade<sup>9</sup>.

Comparando com as definições anteriores, vemos que a palavra tipografia assume uma dimensão de relevo e perspectiva para traduzir fatos e acontecimentos, não como uma causa, mas como palco de forças onde estão presentes os elementos do jogo social, configurando um certo cenário da História.

Desse ângulo, ela aparece como um viés possível de análise, um sintoma de seu tempo. Outros autores consideram que a tipografia está ligada à era da industrialização. Para os propósitos deste estudo, este é um elo que, integrado a outros, compõe o conjunto de vetores que atravessam meu objeto de estudo. Refiro-me às aproximações cujas trajetórias se entrecruzam e gravitam em torno de quadras históricas nas quais a cultura, reconfigurando sentidos, imbricam-se a palavras como indústria, classe social, arte e metrópole. É a estes termos que Bresciani<sup>10</sup>, em seu diálogo com Williams, se reporta para sua pertinente argumentação sobre a cultura urbana, entendida como “um modo(s) de vida na cidade e mapeamento do que acontece na grande cidade...”. E é neste modo de vida urbano que a tipografia logra estabelecer nexos com a industrialização e o mundo na propaganda. Na cenarização brasileira, este processo encontra condições de efetivação a partir do impulso ensejado pela *chegada do rei*, assunto para o próximo item.

---

9. Emil Ruder. op. cit. p.14

10. Maria Stella M. Bresciani. “Cultura e História: uma aproximação possível”. In Márcia de Paiva e Maria Ester Moreira (coord.) *Cultura. Substantivo plural*. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil – São Paulo: Ed. 34, 1996. pp.39-40)

### **2.3.O rei chegou, viva a imprensa! A instalação da Corte no Brasil como um ponto de inflexão**

Por sua importância, o tema da imprensa no Brasil, em seus múltiplos recortes, ensejou uma estante composta de livros e teses acadêmicas, seja no campo da História ou no da Comunicação. O já citado Noya Pinto<sup>11</sup> abre um dos capítulos de seu livro, com o seguinte subtítulo “ O rei chegou e com ele a ‘era de Gutenberg’”. Sem dúvida, a *Era de Gutenberg* entre nós se inclui no novo cenário de inovações, tantas vezes quase decoradas, por nem sempre atentos estudantes da antiga escola primária que respondiam provas sobre o período joanino, cujas questões aludiam à abertura dos portos a nações amigas, à Biblioteca Real, à Academia de Belas Artes, e, claro, à implantação da imprensa. É ainda Noya Pinto o interlocutor escolhido para a caracterização da imprensa brasileira no século XIX, pois, muito embora vários outros autores tenham sido compulsados em meu inventário preliminar, o resumo do historiador atende aos meus propósitos, já que também, neste caso, não é minha intenção “refazer a História da Imprensa Brasileira”<sup>12</sup>. Assim, valendo-me de rephraseamentos, seleciono aspectos que mais proximamente dialogam com meu trabalho.

Já nos primórdios da nossa *Era de Gutenberg*, a Imprensa Régia, criada em 13 de maio de 1808, experimenta limites impostos pela censura decretada em 24 de junho do mesmo ano<sup>13</sup>. Na verdade, trata-se de uma imprensa de cunho político<sup>14</sup> por excelência,

---

11. Virgílio Noya Pinto. op.cit.p.24-36

12. Idem p.25. Sobre a História da Imprensa conf. por exemplo, os hoje clássicos, Nelson Werneck Sodré. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Martins Fontes, 1983. Carlos Rizzini. *O livro, o Jornal e a Tipografia no Brasil*. Rio de Janeiro: Cosmos, 1946. Hélio Vianna. *Contribuição à História da Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: MEC/INL, 1945.

13. Antonio F. Costela, apud Noya Pinto, idem. p.25. O decreto rezava que “a direção terá o encargo de examinar os papéis e livros que se mandava imprimir, e de vigiar para que se nada se imprima contra a religião, o governo e os bons costumes”.

14. Seria desviar-me por demais dos meus objetivos ingressar no fascinante universo dos jornais e pasquins de cunho político no cenário brasileiro do século XIX, especialmente , os veiculados nos anos finais do Primeiro Reinado e no Período Regencial, dos anos 20 aos anos 40. Destaco a obra de Arnaldo D. Contier. *Imprensa e Ideologia em São Paulo 1822-1842: matrizes do vocabulário político e social*. Petrópolis, RJ: Vozes; Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1979. Trata-se de análise que constitui uma experiência interdisciplinar, na qual, o historiador entrecruza o campo da história aos subsídios buscados no campo da Linguagem, códigos lingüísticos e retórica.

e poucos jornais sobreviveram por mais de dez anos. A conjuntura aqui contemplada perpassa momentos históricos, tais como: a luta pela Independência, o fechamento da Assembléia Constituinte, a abdicação de Pedro I, os embates do período regencial, entre 1830 e 1840, o golpe da maioria e as contendas entre liberais e conservadores. Nos anos que precedem à Abolição da escravatura, os jornais tiveram também o seu papel, sendo que, alguns, por abraçarem a causa republicana, tiveram uma existência maior, como, por exemplo, *O País* (1884-1930).

Uma espécie de especialização também se desenha, ampliando o espaço sócio-cultural dos jornais e revistas. Para ficar apenas com alguns exemplos, é o caso da *Gazeta Jurídica* (1852-1854) e da *Revista Odontológica* (1877-1879). Presente estava também a imprensa em língua estrangeira como *La Voce d'Italia* (1882-1905), *The Anglo Brazilian Times* (1865-1881), *The Rio News* (1874-1901). Neste roteiro intencionalmente resumido, cabe lembrar neste passeio pelo século XIX, o surgimento de uma imprensa operária. Pelo muito que se entrecruza com questões pertinentes a esta tese, cabe tomar como exemplos a *Revista Tipográfica*, no ano de 1864 e *O Tipógrafo* (1867-1868). Pelas mesmas razões de destaque, pelo menos a partir de 1844, a introdução da litografia e, conseqüentemente, da gravura. Trata-se de inflexão importante, muito embora diferentemente do que ocorrerá no futuro, a introdução da imagem, não estivesse ainda a serviço de sua inseparável parceira, a propaganda, como veremos mais adiante.

E é também alavancado pela Imprensa Régia que o Brasil inaugura a nossa história da editoração e o insipiente mercado brasileiro de livros que no começo dos anos 20, contava com cerca de 1500 volumes impressos de matemática, geometria, engenharia, filosofia e religião.

Vivia-se, é bom sublinhar, um tempo em que prevalecia entre nós o modelo cultural francês. No ano de 1855, foi fundada, no Rio de Janeiro, a Livraria Garnier, filial da matriz parisiense, que, mais tarde, dedicou-se também à publicação de obras brasileiras.

Compõe este quadro, um item, que, do mesmo modo, reverbera do modelo europeu e, entre nós, sublinhadamente, o francês, – o chamado folhetim, - estratégia adotada pelos jornais no afã de ampliar o público: já com a novidade dos reclames e o “romance em fatias”<sup>15</sup> denominado folhetim, agregado ao jornal. A década de 1840 marca definitivamente

---

15. Marlyse Meyer, Vera Santos Dias “Página virada, descarta, de meu folhetim”. In Ligia Averbuck (org.) *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo: Nobel, 1984. p.35-53

a constituição deste gênero específico de romance, com autores, tais como, Eugène Sue, Dumas e, nada menos que, Balzac. Neste percurso, as publicações em folhetim, não raro e conforme sucesso obtido, apareciam, posteriormente, no suporte livro, conforme ocorreu no cenário brasileiro com autores como José de Alencar e Machado de Assis.

Bem se vê que, na pluralidade de vertentes que a imprensa desencadeia no período em tela, ela logra reconfigurar o cenário do Brasil Colonial, tempos em que a produção da palavra impressa esbarrava na intransigência da Coroa. Bem por isso, Lustosa observa “imprensa, universidades, fábricas – nada disso nos convinha, na opinião do colonizador. Temiam os portugueses deixar entrar aqui essas novidades e verem, por influência delas, escapar-lhes das mão a galinha dos ovos de ouro que era para ele o Brasil. A vinda do Rei alterou muita coisa”<sup>16</sup>. De fato alterou e, em tais alterações, as possibilidades da palavra impressa tiveram importância fundamental.

Mas neste vaivém, quase sobrevôo, a intenção outra não foi senão a de situar os bastidores de uma encenação da vida brasileira na qual, a chegada do rei e a instalação da *Era de Gutenberg* nestes trópicos, ofereceu condições para os traços fisionômicos de um tempo que, os finais dos dezenove e os primórdios dos vinte, se incumbiriam de acentuar, assunto para o próximo item.

#### **2.4. Mundo urbano e ambiências na cenografia brasileira: ocaso do Império e primórdios da República**

Já em meados do século XIX, um conjunto de fatores estimula o processo de urbanização brasileiro, refiro-me, por exemplo, ao aperfeiçoamento do sistema de transportes, as iniciativas em prol da industrialização e a uma ideologia do progresso informada por uma preocupação que ressoa de um saber especializado, “a idéia sanitaria”. Entre nós, ela ressoa das reformas do prefeito Haussmann levadas a efeito na Paris de Luis Napoleão Bonaparte<sup>17</sup>.

---

16. Isabel Lustosa. *O nascimento da imprensa brasileira*. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004. p.7.

17. Bresciani, *Cultura e História...op.cit.* p.45.

Mas não se pretende aqui enveredar pelos intrincados caminhos destes Brasis, cuja história urbana longe está de compor um quadro liso e homogêneo. Conforme observa Emília Viotti da Costa em sua análise sobre a urbanização no Brasil no século XIX, “a modernização, aliada à urbanização, se fez apenas de fachada, dentro dos limites das cidades mais importantes. Frequentemente, não a muitos quilômetros de distância, o caboclo vegetava, à margem do progresso”<sup>18</sup>. E a historiadora prossegue em seu raciocínio lembrando nossos principais núcleos urbanos e, neles, a importância dos portos: “ainda em 1912, as cinco maiores cidades – Rio de Janeiro, São Paulo, Salvador, Recife, Belém – correspondem aos cinco principais portos exportadores, com exceção de São Paulo, que não é porto, mas tem à sua disposição o porto de Santos...”<sup>19</sup>

Difícil discordar das representações de um Rio de Janeiro – *cartão postal* – vigentes ainda no Tempo Presente, idealizadamente, ou não, entre nós brasileiros e no olhar *do outro*. Medeiros<sup>20</sup> se detém nesta linha de raciocínio para um estudo cuja base empírica é constituída de um conjunto de filmes de Hollywood veiculados entre os anos 30 e os 50. Muito embora, temporalmente, balizado em período posterior ao deste item, penso que também aqui, pode-se pensar na cidade do Rio de Janeiro como uma espécie de *metonímia do Brasil*. Mais que figura retórica de linguagem, mas, sobretudo, o reconhecimento de um lugar desencadeador de um estilo de vida e práticas que encontram em variados suportes midiáticos, um *locus* ideal para sua veiculação. O Rio de Janeiro, daquele tempo, ostentava seu papel acionador de imaginários, cuja fisionomia, uma observação atenta logra indiciar.

## **2.5. Rio de Janeiro: capital artística da América do Sul**

Hoje, reativando a memória e re-presentificando os tempos da pesquisa, dentre as muitas incertezas que me acompanharam ao longo da pesquisa, isto é certo, perdurará, tributária da minha experiência pessoal nestes anos de lida com a elaboração de um

---

18. Emília Viotti da Costa. *Da monarquia à República: momentos decisivos*. São Paulo: Ciências Humanas, 1979. p.204.

19. Emília Viotti da Costa. *idem* p.205.

20. Bianca Freire-Medeiros. “You don’t have to know the language”: Hollywood inventa o Rio de Janeiro in *Cadernos de Antropologia e Imagem/Universidade do Rio de Janeiro, Núcleo de Antropologia e Imagem – Nº.1 -(1995) Rio de Janeiro: UERJ, NAI, 1995.*

trabalho acadêmico. Refiro-me à convicção de que se trata também de um tempo, de uma história, cuja “fisionomia”, ainda que alternando e ostentando pontos de inflexão (euforia, frustrações, ansiedades) preserva traços, digamos assim, externos e internos, que, sem dúvida, me marcarão para sempre.

No estilo adotado para a construção desta narrativa, achei pertinente relatar neste último item, um sentimento muito pessoal mas que se agrega à pesquisa e às suas motivações.

Agosto de 2007 e eu estava no Rio de Janeiro às voltas ainda com meus narradores. Este capítulo, já recebera uma versão preliminar, tecida com os suportes das leituras do período joanino, sobre a cidade como fenômeno sócio-histórico e cultural e claro, sobre o Rio de Janeiro, cujas variadas fisionomias aparecem neste estudo.

Se, anteriormente, este paulista conhecia a cidade e nela, antes mesmo dos referenciais, reconhecia o *cartão-postal* de que falam os textos e a *metonímia do Brasil*, nesta viagem a trabalho e, por conta do trabalho, o olhar era outro e eu mesmo me pegava identificado com o historiador que aspirava ser. Enquanto procurava endereços, entre um ônibus e outro, o Rio de Janeiro que eu via me interpelava entrecruzando temporalidades. Presentificava um tempo que não vivi, até porque, lá estava eu, em plena véspera do período de comemoração da *chegada do rei*. Por certo, tais nexos não me interpelariam antes da tese, mas agora, sentidos outros afloravam, coerentes com a fisionomia do historiador.

De volta a Brasília, retorno os trabalhos de gabinete, leio e releio de olho nos prazos, ora animado, ora ansioso e padecendo de uma autocrítica severa. Muito embora contando sempre com o aval paciente da orientadora, a cada releitura um gosto de quero mais, precisa mais, trazia consigo o sabor amargo da insatisfação. Neste capítulo, por exemplo, mais Rio de Janeiro, mais sobre a cidade no período balizado, aspectos que na listagem, embora lidos, tinham sido descartados, não obstante sua qualidade e importância.

Como não falar, levando-se em conta o espírito desta tese, sobre a Missão Francesa, idéia do francês Joachim Le Breton que ensejou a vinda ao Brasil de um grupo de artistas. Conforme lembra o historiador Mário Barata:

Decreto real de 12 de agosto de 1816 preparava o estabelecimento de Escola Real das Ciências, Artes e Ofícios, inclusive por fazer-se necessário' aos

habitantes o estudo das Belas Artes com aplicação e referência aos ofícios mecânicos, cuja prática, perfeição e utilidade depende dos conhecimentos teóricos daquelas artes e difundir as luzes das ciências naturais, físicas e exatas'. Os mestres franceses obrigaram-se, desde logo, a cumprir os encargos 'que devem fazer a base do contrato, que ao menos pelo tempo de 5 anos hão de assinar, obrigando-se a cumprir quanto for tendente ao fim da proposta instrução nacional, das belas artes, aplicadas à indústria, melhoramentos, progresso das outras artes e ofícios mecânicos'<sup>21</sup>.

O novo tipo de ensino artístico deparou-se com percalços, emulações, ciúmes e mesmo hostilidades de artistas portugueses aqui residentes, conforme relata o historiador<sup>22</sup>.

De todo modo, o que se tem é que a Missão Francesa marcou as feições do período trabalhado neste capítulo, ocupado com uma fisionomia da nossa história, desenhada desde a vinda da Corte aos primórdios do República.

E por falar em feições, agora em sentido imbricado à memória e questões identitárias, este breve enfoque sobre a Missão Francesa sugere uma referência à Pintura Histórica. Criada na França ela nos chega pelo fato de ser um dos importantes suportes da proposta francesa e, segundo o já citado Breton, a Pintura Histórica visava enaltecer os grandes feitos da época revolucionária e napoleônica. No cenário brasileiro a Pintura Histórica é apropriada segundo contornos peculiares.

Já no ano de 1816 a cadeira Pintura Histórica é implantada e permanece vigente até 1826, quando é criada a Imperial Academia de Belas Artes (AIBA).

O historiador Bittencourt<sup>23</sup> outro interlocutor por mim selecionado para a composição deste *croqui* da fisionomia do Brasil no período aqui considerado, reflete, com aguda percepção, sobre a *nossa* Pintura Histórica, um suporte para uma biografia da

---

21. Mário Barata. "As artes plásticas de 1808 a 1889 in, Sérgio Buarque de Holanda. *História Geral da Civilização Brasileira, tomo II, O Brasil Monárquico*. 3.ed. rev. DIFEL: São Paulo – Rio de Janeiro, 1976. p.412-13.

22. Idem, p.414).

23. José Neves Bittencourt. "Espelho da 'nossa história': Imaginário, Pintura Histórica e reprodução no século XIX brasileiro". In. *Revista Tempo Brasileiro*. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 87:58/78, out-dez, 1986.

Nação, informada segundo o desiderato do Estado Imperial. Dentre os vários exemplos, Bittencourt lembra a conhecida tela, *A Batalha de Guararapes*, de Vitor Meireles, como se sabe, destacado pintor da Academia: “obra típica da construção da biografia da Nação, ‘A Batalha’ coloca em desataque apenas os brancos, sendo inclusive difícil distinguir portugueses e holandeses. Aparecem alguns negros, meio ocultos, sempre em plano discreto”<sup>24</sup>.

Enfim, o historiador alude a imaginários e representações que encontram no suporte da pintura uma *versão visual dos fatos*. Deslizamento análogo ocorre com *O Grito*, outro exemplo de Bittencourt, agora sobre a tela de Pedro Américo, pintada em 1884. “*O Grito* tornou-se o ícone representativo de todo o processo de emancipação política”<sup>25</sup>.

Trazendo a questão para o tempo presente, imaginariamente me desloco para uma sala de aula ou, melhor, para um jornal de TV, no feriado de 7 de Setembro. “‘*Narradores*’ mirins ou adultos, por certo, repetirão a cena ao responder as mesmas e eternas perguntas feitas nessa data cívica. Falarão o que sabem sobre a Independência a partir da ‘versão visual’, sem que, evidentemente, saibam mais sobre o processo de Independência e muito menos associem tal representação, a um projeto que ressoa da Missão Francesa e do papel da Pintura Histórica nos trópicos”<sup>26</sup>.

Pioneiro da Escola, a arte de Debret, expoente da Missão, destaco-o como um pintor *costumbrista* que registrou a cena cotidiano do Rio de Janeiro com um talento que, décadas depois, não escapou à atenta atenção das *Estampas Eucalol*, cuja série 147, Brasil Antigo, Estampa 3, reproduz gravura de Debret.

Com estas incursões, me percebo persuadido de que, conforme sublinha Francisco Curt Lange<sup>27</sup> trata-se de um momento em que o Rio de Janeiro era a Capital da América do Sul, um Rio de Janeiro que, no âmbito político conhece no período importantes pontos de inflexão ensejados desde os tempos joaninos à Independência, à Regência, o Primeiro Reinado e o Segundo Reinado, ostentando às portas da República, um cenário efervescente no que se refere à cultura, em suas variadas linguagens. Impossível seria a tudo registrar,

---

24. Idem. p.75.

25. Idem. p.77

26. Idem. p.76.

27. Francisco Curt Lange. “A música erudita na Regência e no Império”. In, Sérgio Buarque de Holanda. *História Geral da Civilização Brasileira, tomo II, O Brasil Monárquico*. 3.ed. rev. DIFEL: São Paulo – Rio de Janeiro, 1976. p.391.

há, porém, lugar para mais uma breve incursão no cenário dos oitocentos.

Levando-se em conta o espírito desta tese e a proposta temática, acho importante lembrar o período compreendido entre 1840 e 1889, quando o Monarca era D. Pedro II. No hoje bastante conhecido livro de Lilia Moritz Schwarcz<sup>28</sup>, esta historiadora biografou o Imperador e faz desta iniciativa um suporte para o encaminhamento de análises valendo-se de fontes plurais nas quais, as iconográficas ocupam lugar destacado. Bem se vê que Moritz, em meio a outras leituras por mim realizadas sobre o Segundo Reinado, não poderia deixar de ser selecionada. Rejeitando a exclusividade das fontes escritas e buscando argumentos em Le Goff, um crítico do que identifica como “imperialismo dos documentos escritos”, Moritz reflete sobre a importância da iconografia e sobre o quanto “este tipo de documento tem a nos dizer enquanto representação de uma época”<sup>29</sup>.

Assim, a autora com quem venho dialogando constituiu um *corpus* ao qual denomina “coleção”, que ao final das contas, resulta num grande painel, espaço de mostraçõ dos grandes temas do século XIX. São imagens variadas inclusive quanto às técnicas: “xilografuras e litogravura, pinturas a óleo, aquarelas, nanquin e carvão, caricaturas e fotografias a partir dos anos 60 (entre daguerreótipos, ferrotipias ou ambrotipias)”<sup>30</sup>.

Pondo em diálogo o acervo imagético e fontes escritas (jornais e literatura), a autora cenariza um Rio de Janeiro cuja importância não se esgota na rua do Ouvidor, cujo *glamour* será considerado em outras páginas. “A cidade fluminense, sede da corte, passará a funcionar como um pólo centralizador e difusor de hábitos, costumes e até linguagens para todo o país, além de se transformar no cenário principal em que se desenrolava a dramatização da vida social da *boa sociedade*”.<sup>31</sup> Se bem me atento à leitura, o fragmento transcrito é parafrástico ao um enunciado caro a esta tese – o Rio de Janeiro é metonímia do Brasil.

Mas, em meio a tanta efervescência e elegância, a mesma Moritz e os interlocutores por ela convocados, como, por exemplo, Eduardo Silva, lembram uma ambiência com espaços divididos. De um lado a cidade requintada, de outro um imenso contingente

---

28. Lilia Moritz Schwarcz. *As barbas do Imperador: D. Pedro II, um Monarca nos trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998. p.32

29. Idem, p. 32

30. Idem, p.33.

31. Idem. p.110.

composto de africanos (escravos ou não), crioulos, imensa concentração urbana a conviver com o odor das ruas, em condições precárias. Se nos lembrarmos de que a Abolição da escravatura ocorre quase às portas da Proclamação da República, esta constatação faz convir que, não se pode negligenciar, neste perfil dos oitocentos, o fato de que “a escravidão era e seria, até o final do reinado de D. Pedro II, a grande contradição de seu Império que se pretendia, quase, europeu”<sup>32</sup>.

Mas apesar de tais contrastes, numa espécie de *cante lá que eu canto cá*, o Rio de Janeiro prodigalizava expressões que o tornavam palco esfuziante de atividades teatrais cujo apogeu se verifica a partir de 1860. Em perfeita harmonia conviviam óperas, operetas e o teatro ligeiro, com suas comédias hilárias.

Evidentemente, não se instalara ainda a rede das Indústrias Culturais, mas chama a atenção o diálogo anotado por Lange, sobretudo pela ponte que estabelece com aspectos caros à minha pesquisa:

Existia uma banda italiana, ou talvez mais de uma; houve músicos italianos, franceses, portugueses e de outras nacionalidades. O Rio de Janeiro fervia de música. Nesta relação também não devemos esquecer a zarzuela espanhola e os músicos desta nacionalidade. *O reflexo desta atividade se encontra nos comentários periodísticos em jornais e semanários, na edição local superlativa de música de moda, com a participação da técnica litográfica, belamente desenvolvida, e dos desenhistas de prodigiosa habilidade, como Henrique Fleiuss, Ângelo Agostini, Joseph Mill e outros, observadores humorísticos e sagazes, que fixaram ações e fatos que a fotografia, recém-inventada, não podia reter.* E com o desenvolvimento do entrudo, a música carnavalesca das numerosas sociedades, veio dar múltiplas cores às expansões do povo. O amor pela música evidenciava-se em todos os estratos sociais do Brasil em progresso<sup>33</sup>. (Grifos meus)

Com base em uma exuberância de fontes e com a costumeira erudição de sempre, a obra recente de Wisnick enfoca o Rio de Janeiro dos oitocentos entrecruzando literatura,

---

32. Idem. p.117.

33 Francisco Curt Lange. “A música ...op.cit. p.392-3.

especialmente Machado de Assis, cultura urbana e música<sup>34</sup>. Descortina-se, então, um cenário que entrecruza o erudito e o popular, o sagrado e o profano e já os primeiros influxos de uma Cultura de Massa que se insinua. A polca se incumbem de introduzir no mercado uma novidade dançante e o maxixe se firma, enfim, ao final da década de setenta, não obstante associada a conotações negativas. Sempre com base no texto machadiano, Wisnick analisa o cenário povoado de instrumentos como o violoncelo, o cavaquinho e o piano. Na verdade era este último um móvel aristocrático, “a mercadoria-fetiche” a partir de 1850. Por isso, meu interlocutor refere-se ao piano como “um misto de metonímia de civilização moderna e ornamento do lar senhorial” e prossegue, buscando o “testemunho” de observadores “em 1856 [na cidade dos pianos, há um teatro lírico, as ruas são iluminadas a gás e há um piano em cada casa. É verdade que esse teatro está situado no meio de uma praça infecta]...[que as ruas sem passeios, são mal calçadas, de pedra bruta, e que afinal, nos tais pianos]...[não se tocam senão músicas de dança, romança e polcas]”<sup>35</sup>.

Mas, se a música é importante modalização do cotidiano, posto que compõe a fisionomia sonora do momento e associa-se a situações, lugares e emprego do tempo, igualmente importante para o *croquis* deste cenário e reter o que já significava nesta quadra um lugar mágico e, por isso, presença constante, quando o assunto é o Rio de Janeiro. Refiro-me à célebre Rua do Ouvidor, com seus guizos de um consumismo que, então, já se insinua. O já citado Brito<sup>36</sup>, cuja pesquisa ostenta desde o título a famosa rua, chama para a conversa observadores como Taunay. Um Taunay, aliás, perplexo, irônico, enfim, evidenciando, na prática a complexidade das questões identitárias: “não compreendo esta paixão por uma rua que não chega a ter metros de largo[...] o nome Ouvidor, sujeito que escuta e também fala, a ela quadra perfeitamente...”.

Ocorre que, contando ou não com um olhar mais generoso por parte do observador francês, a Rua do Ouvidor testemunhou, além das futilidades, importantes momentos da nossa vida política. Alí se discutiam enredos que desaguaram, por exemplo, no fim do Império e na entronização da República em seu diálogo com escritores e historiadores, Ferrari retoma a encenação do 15 de Novembro de 1889, ocasião em que “o povo assistira bestializado Deodoro dobrar a Ouvidor e alçar à Rua Direita”. E é ainda Ferrari quem

---

34. José Miguel Wisnick. *Sem receita*. São Paulo: Publifolha, 2004. p.54

35. Idem, p.54.

36. Luiz Fernando Godoi Brito. *Da Rua do Ouvidor...* op.cit.p.31

nos lembra que a família imperial não assistiu ao cortejo que selaria o seu destino. “Não presenciaram a pólvora queimada à praça da Aclamação, a reação do Barão de Ladário diante da insurreição do exército, os ‘vivas’ à rua do Ouvidor ou sequer o silêncio travado nas últimas esquinas em direção ao Arsenal da Marinha”<sup>37</sup>.

Contudo, sem deixar de reconhecer-lhes a importância, os fatos políticos não constituem os traços principais deste conjunto de *estampas*, cujo conjunto objetiva indicar um perfil, no qual a rua do Ouvidor merece destaque, menos pela condição de palco de ações políticas e mais pela condição de vitrine, tão bem observada por Taunay: “das quatro às seis da tarde aquele passeio, estreito como um corredor, via-se apinhado. [...] era incômodo deter-se defronte das montras...”<sup>38</sup>

Ora, era a rua do Ouvidor um lugar de consumo do tempo e também de consumo desenfreado de artigos. Em seu diálogo com Veblen, Sue<sup>39</sup> (refere-se a este aspecto com a expressão ‘consumo ostentatório’ e suas implicações como símbolo *statutário* e signo de distinção social. Por certo, a moda aí se inscreve, como outra importante modalização do cotidiano.

Respalhada por excelente pesquisa em arquivos e longa bibliografia com a qual sustenta suas análises, Rainho<sup>40</sup> reflete sobre o momento aqui trabalhado tendo como plano de observação a cidade do Rio de Janeiro no século XIX. A historiadora tem como objetivo algo mais que a elaboração de uma história da indumentária, pois, interessa-lhe

analisar as representações da roupa e da moda por meio dos discursos que a apreendem e a estruturam, refletindo sobre a maneira como um determinado grupo tenta impor a sua concepção do mundo social, seus valores, seus domínios, e, ainda, como os receptores desses textos se apropriam deles<sup>41</sup>.

---

37. Pedro Felipe Marques Gomes Ferrari. *Às voltas com a República: gesto proclamatório e práticas do espaço no cenário do Rio de Janeiro – 1844-1889*. Dissertação de Mestrado. PPGHIS/UnB, Brasília, 2008, p.2.

38. Taunay, citado por Danilo Gomes, apud. Brito.op.cit. p.31

39. Roger Sue. *El ocio*. México: Fondo de Cultura Económica, 1992, p.24

40. Maria do Carmo Teixeira Rainho. *A cidade e a moda: novas pretensões, novas distinções – Rio de Janeiro século XX*. Brasília: EDUnB, 2002, p.16.

Bem se vê que minha interlocutora desenvolveu seu trabalho ao abrigo da História Cultural e, não por acaso, desde as primeiras páginas da obra acima citada, dialoga com Chartier. O livro cresce em importância para esta tese pelo fato da pesquisadora tomar como base empírica, fontes impressas consubstanciadas em revistas, jornais femininos, além de teses sobre saúde e higiene apresentadas à Faculdade de Medicina do Rio de Janeiro. No afã de pautar-se de modo a qualificar-se como membros da “boa sociedade, um extrato social fazia da moda um elemento de distinção entre eles e os demais extratos da população”.

Na cidade do Rio de Janeiro a moda replicava o que chegava da Europa, imitações da moda inglesa e, sobretudo, francesa cujos figurinos apareciam nos jornais e nos estabelecimentos da Corte. Não haveria espaço para maiores digressões, ainda que, sobremaneira, interessantes sobre os inúmeros jornais e periódicos veiculados no Rio de Janeiro. Rainho observa, sempre através do acompanhamento dos jornais, que as questões de moda, roupas, artigos e adornos, eram elementos considerados indispensáveis para as mulheres. Por outra parte, ao homem caberiam outros atributos como modo de distinção. O exagero e a ostentação seriam coisas menores de interesse aos efeminados ou *dândis*<sup>42</sup>.

Na conjuntura aqui enfocada o uso do espartilho era prática comum, referendado não apenas pelos jornais de moda, como também, por não poucos médicos, a busca do talhe elegante, passava, assim, pelo espartilho, usado inclusive por adolescentes e por aí se compreende as razões pelas quais a partir de 1847, o Rio de Janeiro contava com sete fábricas, além das peças importadas. Tudo isto convivendo também com críticas e não apenas àquela peça do vestuário mas também ao uso de cosméticos e perfumes aos quais se atribuíam malefícios causados por uma possível absorção de partículas tóxicas<sup>43</sup>.

Grandes saias rodadas e mangas fofas, substituem nos anos 20 a moda até então vigente da cintura alta, ressonância evidente do estilo Diretório. Rainho lembra um cenário da moda no qual o peso das anáguas teria sido insuportável, lembrando, porém, que elas acabaram sendo substituídas por uma crinolina de armação ou anágua de arcos<sup>44</sup>.

Mas também a moda, ou talvez sobretudo a moda, experimenta movências e

---

41. Idem, p.16

42. Idem, p.138

43. Andrada Júnior, apud Rainho, ibidem, p.128.

44. Idem, p.136.

reconfigurações se ajustam a novas condições e desvelam concepções outras sobre o estilo, o corpo e a indumentária que o abriga mas este é um assunto para outra parte desta tese.

É preciso prosseguir com a narrativa e, no próximo capítulo, a *Belle Époque* me seduz com seus guizos e suas feições personalizadas, antropomorfizadas, da cidade do Rio de Janeiro. Um Rio de Janeiro que não vi, não vivi, mas que hoje me interpela com o concurso da História, da imaginação e das fontes documentais, pontes para a construção de uma narrativa. Neste exercício pressinto que se delineia a identidade do historiador, uma fisionomia cujos leves e recentes traços ainda assim me permite redefinições quanto às minhas escalas de observação.

O antropólogo chega à cidade a pé, o sociólogo de carro e pela pista principal, o comunicólogo de avião. Cada um registra o que pode, constrói uma visão diferente e, portanto, parcial. Há uma quarta perspectiva, a do historiador, que não se adquire entrando, mas saindo da cidade, partindo do seu centro antigo em direção aos seus limites contemporâneos. Mas o centro da cidade atual já não está no passado<sup>45</sup>.

Alguma, ou muita coisa a ver comigo, com a interdisciplinaridade e com a minha fisionomia atual, não será, por certo, pura coincidência. Afinal, nas minhas andanças atuais pela cidade do Rio de Janeiro na lida com a pesquisa, arrisco pensar que o que vi e o que trouxe ao partir, arregimenta imaginários povoados de atores sociais cujos trajés de hoje, convivem com tantos outros – homens de roupas escuras e sizudas, mulheres apertadas em espartilhos e com generosos decotes... o Rio de Janeiro dos oitocentos, tão bem retratados na história contada por meus interlocutores, fontes que me acompanharam naquela viagem, com os múltiplos sentidos que esta palavra sugere.

É hora de preparar a bagagem para a próxima viagem, ambiências e reconfigurações me esperam na mesma cidade do Rio de Janeiro, desta feita ostentando feições dos primórdios da República aos anos 50. Mas, entre uma parte e outra, encontro ainda um

---

45. Néstor Garcia Canclini. 2.ed. *Culturas híbridas*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1998, p.21.

espaço para a pequena *coleção* cujas estampas são espécies de postais da viagem que ora termina.

## 2.6 “Coleção Século XIX” “Escrever uma história significa atribuir aos anos a sua fisionomia”



Figura 1. Selo comemorativo dos 200 anos da chegada da Família Real - acervo próprio



Figura 2 - Cartão postal - A Coleção do Imperador (1861), acervo próprio



Figura 3 - Cópia da primeira impressora que aqui chegou com a Família Real. Muesu da Imprensa da Imprensa Nacional/DF



Figuras 3 e 4. Estampas Eucalol. Samuel Gorberg. *Estampas op.cit.*



Figura 5 Cartão postal - A Coleção do Imperador (1861), acervo próprio



Figura 6 Caricatura de Angelo Agostini. Revista Brasil História, nº5, p.98 Ano 1. São Paulo: Duetto Editorial, s.d.



Figura 7 Estampa Eucalol, acervo próprio

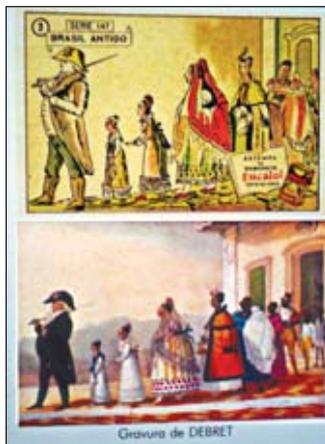


Figura 8 - Missão francesa e Debret. Samuel Gorberg, *Estampas Eucalol. op.cit.*

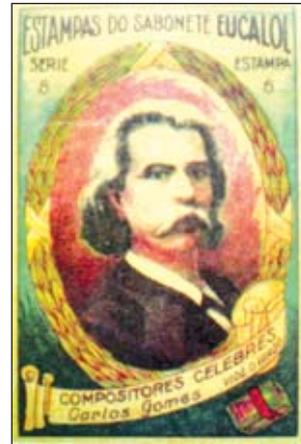


Figura 9 - Samuel Gorberg, *Estampas Eucalol. op.cit.*



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil**  
**CREME DENTAL EUCALOL - O melhor para higiene da boca e conservação dos dentes.**

---

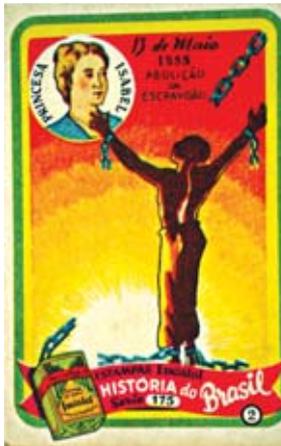
**GUARANY** - Raça espalhada do Atlântico aos Andes e das Guianas ao Paraguai. Perseguida pelos Portuguezes dividiram-se: uns continuaram selvagens dedicando-se a caça com flecha; outros adotaram em parte os costumes europeus, não de caráter franco, as vezes cruéis. (da Enciclopédia Jackson).

---

Talco **EUCALOL** para a epiderme delicada da criança e para o bem-estar dos seus pais.

---

**QUINOLEO** o fixador ideal do cabelo - Agua de Colônia **PARISIANA**  
 PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1866



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil**  
**CREME DENTAL EUCALOL - O melhor para higiene da boca e conservação dos dentes.**

---

*13 de maio de 1888 - Abolição da Escravidão*  
 Cresceu a campanha abolicionista no Brasil. No dia 13 de maio de 1888 foi assinada pela princesa Isabel, chamada por isto a Redentora, a lei Áurea, proibindo a escravidão no Brasil. Era o primeiro passo para a implantação da República, que se seguiria logo após.

---

Talco **EUCALOL** para a epiderme delicada da criança e para o bem-estar dos seus pais.

---

**QUINOLEO** o fixador ideal do cabelo - Agua de Colônia **ORVET**  
 PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1866



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil**  
**CREME DENTAL EUCALOL - O melhor para higiene da boca e conservação dos dentes.**

---

*1871 - Lei do Ventre Livre - Visconde de Rio Branco*  
 A sorte dos escravos ia aos poucos suavizando-se. A 28 de setembro de 1871, por trabalho do Vis. de Rio Branco, foi promulgada a lei do Ventre Livre, declarando livres todos os filhos que nascessem de escravos. Seguiu-se outra lei, a dos Setenta e Seis, libertando todos os negros de 60 anos em diante. Essa lei foi promulgada em 1888.

---

Talco **EUCALOL** para a epiderme delicada da criança e para o bem-estar dos seus pais.

---

**QUINOLEO** o fixador ideal do cabelo - Agua de Colônia **ORVET**  
 PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1866



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil**  
**CREME DENTAL EUCALOL - O melhor para higiene da boca e conservação dos dentes.**

---

*Intimação para o exílio*  
 Com a proclamação da república, o imperador, que se achava em Petrópolis, veio para o Rio e foi notificado pelo Major Solon em nome do governo provisório, que havia sido deposto e que lhe era dado o prazo de 24 horas para ausentar-se do país.

---

Talco **EUCALOL** para a epiderme delicada da criança e para o bem-estar dos seus pais.

---

**QUINOLEO** o fixador ideal do cabelo - Agua de Colônia **ORVET**  
 PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1866

Figuras 10, 11 e 12 Estampas Eucalol, acervo próprio

**CASA**  
DAS  
**FAZENDAS PRETAS**

141, AVENIDA CENTRAL, 143  
RIO DE JANEIRO

CASA FUNDADA EM 1871,  
POR  
PEDRO DE SIQUEIRA QUEIROZ

Lutos elegantes  
e completos em  
12 horas

**PREÇOS MODICOS**



Figura 14

**Oleo de São Jacob**



**O GRANDE REMEDIO ALLEMÃO.**  
PARA CURAR COM PROMPTIDÃO  
**O RHEUMATISMO,**  
NEURALGIA, GOTA,  
SCIATICA E DOR NAS COSTAS,  
QUEIMADURAS, INCHAÇÕES,  
**DORES**  
da Garganta, de Cabeça, Dentes e Ouvidos  
DISLOCAÇÕES E CONTUSÕES  
E TAMBEM  
Toda a especie de Dores e Pontadas.  
À venda em todas as Boticas e Pharmacias  
Do Brasil. Fabricad por  
**A. VOGELER & CIA.,**  
Baltimore, Md., E. U. A.  
**DEPOSITO**  
**8 A. RUA DA CANDELARIA, 8 A**  
**W. R. CASSELS & C.**  
**RIO DE JANEIRO**  
180-10

A. Provença de São Paulo - 18/11/1885

Figura 15

**Este chapéo assenta-lhe bem!**



Apprecional o tombo seria em direçáo á linha vertical e o chapéo ir para a calça da gravata.

Um chapéo MANGUEIRA assenta com elegancia em qualquer pessoa.

**CASA MANGUEIRA**  
+ 34, Rua da Carioca, 34 +  
(Junto á Casa Tupyanga)  
RIO DE JANEIRO

3. Revista Carota (RJ) - 13/6/1908

Figura 16

**SOCCORRO DA MOCIDADE  
PRECIOSO DESINFECTANTE**  
PREPARADO PELO DESTINADO MEDICO DR. LAFAYETTE DEUSO

Este medicamento tem a propriedade de destruir com se rapidez e eficiência, os microbios da guano animal e a sua parte a fétida que faz com que este guano desinfectado, que seja eficiente no caso de progressos, e sendo essencial, em «Revista de Hygiene e a Jornal de Commercio».

**DEPOSITOS**  
Rua do Botafogo do Paraiso n. 25, rua da Uruguaia n. 21, D., rua de Copacabana n. 2, n. 2, rua de S. Francisco, 22, Rua de S. Pedro, n. 2, rua de S. Antonio, n. 2, rua de S. Lourenço, n. 2, rua de S. João, n. 2, rua de S. Paulo, n. 2.

3. Comercio (RJ) - 20/12/1902

Figura 17

Figura 18



**Use**  
*Vanadiol*  
O MELHOR  
**FORTIFICANTE GERAL**  
DÁ VIDA -  
DÁ VIGOR -  
DÁ SANGUE FORTE.  
NAS PHARMACIAS e DROGARIAS



4. Revista de Semane (RJ) - 27/5/1900

Figura 19

Figuras 14, 15, 16,  
17 e 19: 100 ANOS  
DE PROPAGANDA.  
São Paulo: Abril,  
1980, p.29; Figura  
18 Lilia Moritz  
Schwarz. *As barbas  
do Imperador: D.  
Pedro II, um Monarca  
nos trópicos*. São  
Paulo: Companhia das  
Letras, 1998. p.464

## PARTE B

### Ambiências e reconfigurações: modos de ver o mundo

#### CAPÍTULO 3

##### *A vida como ela foi e A vida como ela era: da efervescente Belle Époque à fisionomia do período 30-50*

O presente capítulo atende a uma estruturação pensada de modo a abrigar duas vertentes, na primeira – “A vida como ela foi”, a cenografia da cidade do Rio de Janeiro, na Belle Époque, é revisitada a partir de elementos inscritos em modalizações da encenação cotidiana, cujo critério de seleção atendeu aos objetivos da pesquisa. A mesma conduta foi adotada para a construção da segunda vertente - “A vida como ela era”, desta feita enfocando o período compreendido entre os anos 30-50. Nas duas vertentes trabalhadas, os respectivos sub-itens finais são espaços de mostraçã dos discursos visuais – “Estampas Cariocas”, que dialogam com os textos que as precedem.

#### 3.1. *A vida como ela foi*

##### 3.1.1 *Uma cenografia e muitos discursos: o Rio de Janeiro civiliza-se*

A cenografia é a de um Rio de Janeiro que experimenta tempos de profundas alterações em sua antiga estrutura urbana e, no limite, a “Regeneração” palavra que por si só, como observa Sevcenko, “era esclarecedora do espírito que presidiu esse movimento de destruição da velha cidade [...] para o cronista Gil, era essa remodelação urbana e não o Grito do Ipiranga que marcava a nova definitiva redenção da situação colonial”<sup>1</sup>

Nesta saga de demolições, botam-se abaixo os enormes casarões do centro da cidade, posto que haviam se transformado em moradias ocupadas por uma multidão de pobres. Mas, de toda sorte os ares da República sublinhavam o cosmopolitismo do Rio de Janeiro. Se a literatura constitui um suporte fundamental para o pesquisador interessado

---

1. Nicolau Sevcenko, op.cit. p.31

no período, igualmente, ou tanto mais, se pode dizer quanto à Imprensa. É o que se apreende da narrativa de Sevcenko em seu diálogo com jornais e revistas da época.

Por todo esse tempo e principalmente desde o início da “Regeneração”, a cidade do Rio de Janeiro recende a um forte aroma panglossiano, as crônicas da grande imprensa transbordam a embriaguez da felicidade, com loas “à satisfação geral, ao abarrotamento de satisfação que enche a cidade”. Ninguém oculta o seu otimismo, ninguém teme parecer frívolo: “*Francamente, eu acho que a gente deve levar a vida a rir e a divertir-se*”. Um cronista da Fon-Fon resumia com aguda perspicácia todo esse espírito num rápido comentário à nomenclatura dos estabelecimentos comerciais da recém-inaugurada avenida Central<sup>2</sup>. (Grifos meus)

E vale a pena a leitura do cronista da Fon-Fon:

Café Chic é genial! Junto ao Chic temos Rose - Maison Rose. Rose é o otimismo, é satisfação de viver...Chic e Rose – é a expressão do anseio da nova modernidade carioca... Num desvão d’O País deparamos – Trust – tabuleta soberbamente expressiva. Recorda os milhões de Carnegie, de Vanderbilt: é uma tabuleta super-homem, fascina, atrai, empolga...<sup>3</sup>

Todo este otimismo em que pesem as agitações políticas dos primórdios da República, as crises financeiras tão bem estudadas pelos historiadores da História Econômica às voltas com as vicissitudes do “Encilhamento”<sup>4</sup>, já para não falarmos na desestabilização que se anuncia ao final dos 20, ressonâncias da Grande Depressão. Mas, o importante era ser *chic* e viver sob o signo de um estilo de vida no qual uma certa idéia

---

2. Idem. p.31

3. Idem. p.31

4. A palavra associa-se ao universo dos jóqueis, jogadores e apostadores. Na História econômico-financeira brasileira Encilhamento, em seu sentido figurado, remete a um movimento extraordinário bolsista ocorrido nos primeiros anos da República. Conf. Bárbara Levy. “O Encilhamento”. In: Paulo Neunhaus (org.) *Economia Brasileira: uma visão histórica*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974, p.192)

de alegria e felicidade, na prática, se consubstanciava nas modalidades do cotidiano que agregam um jeito de vestir (moda), um modo de emprego do tempo onde ao lazer parecia ser conferido um maior espaço, uma preocupação com aparência, aspectos que encontravam na Imprensa e, sobretudo, na Publicidade, aliados leais.

Em conhecida obra na qual reflete sobre questões culturais e o papel do Estado em perspectiva ideológica, Chauí<sup>5</sup> sugere um conjunto de matrizes, slogans, para ficarmos com a autora, que pautaram a cena brasileira. Assim, nos anos 10, o lema era Consolidar a Nação. Já no período compreendido entre 20 e 30, teria sido o momento de Construir a Nação, entre 40 e 50, Desenvolver a Nação, enquanto aos primórdios de 60, caberia Conscientizar a Nação, matriz à qual se seguiria entre os 60 e 70, Proteger e Integrar a Nação. Tratando-se de livro publicado em meados de 80, a autora, não sem uma ponta de ironia, refere-se a aquele *agora* como uma etapa pautada no *slogan* Conciliar a Nação<sup>6</sup>, no sentido mesmo de estratégia pautada por permanências e retornos, o próprio nome do sempre lembrado *Gabinete da Conciliação* do período monárquico é bastante revelador, assim como, a estratégia adotada, em pleno século XX, por ocasião da votação por *Diretas-Já*, não deixou de ser um jogo realizado sob o signo da conciliação, conforme reflete Mello<sup>7</sup>.

Observo que, de algum modo, seja mais pontualmente ou em perspectiva mais abrangente, as *fisionomias* acima sugeridas pela filósofa, dialogam com meu objeto de estudo, já para não falarmos de “palavras-tema” ou “palavras-pólo”<sup>8</sup> que a elas se agregam e ensejaram os enfoques iniciais do primeiro capítulo.

Assim, a fisionomia que me proponho a perfilar neste momento, se desenha entre duas matrizes, ou *slogans*, cujos pontos de inflexão localizam nos anos 10, o propósito da Consolidação e, nos anos 30 o da Construção da Nação.

---

5. Marilena Chauí. *Conformismo e resistência: aspectos da cultura popular no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1985.

6. A conciliação consubstanciada em práticas políticas, opera em variadas situações e momentos da vida política brasileira e, bem por isso, não poucos historiadores a ela se referem para refletir sobre esta espécie de arquétipo político. Conf. Régis Debrun. *A conciliação e outras estratégias*. São Paulo: Brasiliense, 1983.

7. Maria T. Negrão de Mello. *O espetáculo dos moradores do símbolo: a mobilização por Diretas-Já da perspectiva de Brasília*. Tese de doutorado. ECA/USP, São Paulo, 1987.)

8. Expressões adotadas por Régine Robin. *História e lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1977, p.137-152.

Mas é preciso refletir sobre o que, ou quais sentidos, para os da época significava, afinal, “Consolidar” e “Construir” e, não menos importante, para quem. Por isso, penso no impacto local da Proclamação da República, assunto de interesse de vários historiadores, dentre os quais, mais uma vez, Lilia Moritz Schwarcz. Na mesma obra anteriormente citada, a autora resume a atmosfera e fornece pistas para o entendimento da cenografia que se descortina.

No plano externo, a Proclamação da República foi objeto de matérias veiculadas por jornais europeus, especialmente os franceses. Argumentavam sobre o caráter pacífico do 15 de Novembro e alguns articulistas arriscavam antever uma retomada do Império, em suma, opiniões, boatos, sem maior consistência.

Por outra parte, nas elites brasileiras, segundo José Murilo de Carvalho, interlocutor de Schwarcz<sup>9</sup> houve uma sensação geral de libertação que atingiu, não só as idéias, mas também os sentimentos. Porém, tais idéias e atitudes, para a imensa população que constituía a raia miúda e preponderantemente negra não lograram o mesmo impacto. Como exemplo, Schwarcz à postura de Lima Barreto, sua conhecida indisposição pela República e o quanto parece ter lhe interpelado o fato do pai, operário da Tipografia Nacional, ter sido, no ano de 1890, sumariamente despedido pela política republicana.

Mas em meio aos descontentamentos ou mesmo desconhecimento, por parte muitos que assistiram “bestificados” o gesto proclamatório, aquele manhã de 15 de Novembro de 1889 marcava um ponto de inflexão no processo histórico brasileiro. Representativo, ou não, o novo Regime Republicano ganhara a batalha ideológica. A República surgia como um recurso à modernidade, à racionalidade nas relações, um sinal dos novos tempos<sup>10</sup>.

Penso que o projeto e sua implantação, de fato, dialoga com as idéias quanto a “Consolidar” e, mais adiante, “Construir a Nação”. Reinventá-la, talvez “civilizá-la”, começando, claro, pela cidade do Rio de Janeiro, palco das “picaretas regeneradoras”, segundo um entusiasmado Bilac<sup>11</sup>, em crônica publicada pela Revista Kosmos, em 1904 e que merece transcrição:

---

9. José Murilo de Carvalho, apud Schwarcz, op.cit. p.478.

10. Idem, Schwarcz, p.469.

11. Olavo Bilac. *Chronica. Revista Kosmos*, março 1904, apud, Ana Lúcia de Abreu Gomes. *Brasília: de espaço a lugar, de sertão a capital (1956 – 1960)*. Tese de doutorado, PPGHIS/UnB, 2008, p.121)

Há poucos dias, as picaretas entoando um hino jubiloso, iniciaram os trabalhos da Avenida Central, pondo abaixo as primeiras casas condenadas. No aluir das paredes, no ruir das pedras, no esfarelar do barro havia um longo gemido. Era o gemido soturno do passado, do atraso, do opóbrío. A cidade colonial imunda, retrógrada, emperrada nas suas velhas tradições, estava soluçando no soluçar daqueles materiais apodrecidos que desabavam. Mas o hino claro das picaretas abafava esse protesto impotente. Com que alegria cantavam esse protesto impotente – as picaretas regeneradoras.

Conhecida e celebrada, incorporada em várias teses e publicações voltadas para um estudo sobre a cidade como um fenômeno sócio-histórico e cultural, a conexão entre discurso e cidade proposta pelo fecundo imaginário de Calvino<sup>12</sup>, justifica sua inclusão neste momento: “você sabe melhor que ninguém sábio Kublai, que jamais se deve confundir uma cidade com o discurso que a descreve. Contudo, existe uma ligação entre eles”.

Ora, proponho-me a contar uma história cenarizada no Rio de Janeiro e seleciono elementos para traçar-lhe a fisionomia. Elementos buscados em discursos, dentre eles o suporte escrito de textos acadêmicos, romances, revistas e jornais, bem como os discursos imagéticos e os obtidos com o corpus de fontes orais. Reconheço, porém, que a *coleção* por mim construída resultará sempre lacunar, um croquis e, não apenas, por conta de uma seleção sintonizada com o que, no jargão acadêmico, denominamos *bom para pesquisa*. É que além deste procedimento, metodologicamente correto para a constituição de um *corpus*, coloca-se, também, a variedade de representações sobre o mesmo período e os cuidados necessários para que uma representação não acabe sendo apropriada pelo pesquisador, obscurecendo outros modos de ver. Observo conexões entre discursos e a cidade que os engendra. Aludo a representações.

Ainda que brevemente, penso ser importante refletir sobre tal questão e busco o diálogo com Galvão<sup>13</sup>. Em ensaio intitulado *Uma cidade, Dois Autores*, a ensaísta analisa os discursos de Machado de Assis e Lima Barreto, a partir de dois eixos de

---

12. Ítalo Calvino. *As cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das letras, 1990, p.59.

13. Walnice Nogueira Galvão. *Desconversa*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998, p.96-104.

problematização. A origem comum de ambos, mulatos e pobres, com trajetórias distintas e a maneira pela qual os dois romancistas se relacionam afetivamente com a cidade, seus espaços e lugares, testemunhas que foram da onda modernizadora, em tempo de “Regeneração”.

É bem verdade que a fisionomia aqui buscada lança um olhar, nesta vertente do terceiro capítulo, sobre o Rio de Janeiro dos primórdios da República e Machado morre, no ano de 1908. Mas, por um lado, lembro que a caudalosa obra de Machado de Assis alcança o cenário republicano e, não por acaso, *Um homem célebre*, de 1896, é obra cuja importância ensejou o estudo de José Roberto Wisnick<sup>14</sup> em publicação anteriormente aqui citada. Por outro lado, reitero a clareza quanto aos sub-balizamentos temporais propostos, cujos pontos de inflexão não pressupõem uma pontuação discreta e reconfigurações especificamente datadas, pois trata-se de um processo.

Neste entendimento, conforme lembram vários autores, inclusive Walnice, com quem venho dialogando, as condições para as mudanças já se engendravam desde os meados dos oitocentos. O deslanche dado pela liberação dos capitais investidos pelo tráfego negreiro, é variável que se inclui como um importante vetor para mudanças. “Bancos, estradas de ferro, usinas de gás [...] são, em suma, os albores de uma industrialização que se anuncia”<sup>15</sup>.

Mas minha interlocutora prossegue: “todavia, sua face mais visível será a renovação do tecido urbano do Rio, que se inspirará no modelo incontornável, da reforma Hausmann de Paris”<sup>16</sup>.

E é neste momento de renovação do tecido urbano, que Machado de Assis e Lima Barreto habitaram a mesma cidade e puderam testemunhar a sofreguidão avassaladora, higienizadora e modernizante. O Rio de Janeiro da *Belle Époque* “civilizava-se”. As lentes de Machado, comparadas às de Lima Barreto, enfocam a mesma cidade de ângulos distintos ou, pelo menos, com ênfases distintas. No discurso do primeiro, representações que se esculpem na crítica irônica, mordaz e impiedosa da sociedade carioca com seus enriquecimentos finórios, suas frivolidades compondo um círculo do qual, eventualmente, seus habitantes saíam - uma ida à costureira, aqui, um lugar para encontros clandestinos,

---

14. José Roberto Wisnick. *Sem Receita...* op.cit. p.54

15. Walnice Nogueira Galvão. op.cit. p.97.

16. Ibidem

acolá, ou, quem sabe, uma visita à cartomante.

No discurso de Lima Barreto “seu olho agudo de pária”<sup>17</sup> flagra diferenças sociais, preconceitos e discriminações. Em comum, os dois romancistas guardavam, conforme lembrei acima, a origem humilde e a condição de mulatos. Ademais, ambos viveram o cotidiano do Rio de Janeiro e colocaram os respectivos talentos à serviço de uma cenarização cujas ênfases, enredos e enfoques, não caberia aqui detalhar, como o fez, com densidade, a professora Walnice.

Minha intenção foi a de destacar discursos que tomam como plano de observação o Rio de Janeiro: “tudo se passa na mesma cidade e na mesma época, e a fantasia se deleita em reconstituir percursos e cruzamentos imaginários. Entretanto, e em suma, a cidade de Machado de Assis de Lima Barreto, é e não é a mesma”<sup>18</sup>. Belo entendimento que passa pela clareza quanto a um representacional que se afasta do *verdadeiro-falso* posto que se instaura, na intersecção entre o “vivido” e o “concebido”, como ensinam os teóricos.

E é nesta cidade plena de contradições e ambiguidades que, como que indiferentes ao dia que virá, os atores sociais que a animam parecem viver sob o signo de um *Carpe Diem*, celebrando a modernidade. As novidades tecnológicas chegavam, nem sempre desde logo aceitas e, sequer, disponíveis para a sociedade como um todo. Mas chegavam, acabavam se incorporando ao cotidiano e se incumbindo de alterar hábitos, costumes e engendrando novas formas de sociabilidade, redesenhando uma fisionomia. Uma fisionomia que, aos poucos se adorna com uma parafernália de itens de consumo, montras da modernidade que irrompia.

João do Rio, espécie de *flâneur* dos trópicos, registrou encantado, enternecido e, em algum momento, perplexo, como veremos mais adiante, a irrupção da modernidade, com o aparato dos itens tecnológicos.

Paisagem do Rio de Janeiro no alvorecer do século XX, como venho refletindo que, não se pode reter em um discurso, Enfim, conforme assinala Ribeiro<sup>19</sup>,

---

17. Ibidem.

18. Ibidem.

19. Luis Filipe Ribeiro. *Mulheres de papel: um estudo do imaginário em José de Alencar e Machado de Assis*. Niterói, RJ: EDUFF, 1996, p.56.

a cidade era na verdade, muitas cidades”. Nela, em seus espaços, cujos múltiplos ângulos, uma considerável produção literária permite capturar, esquadrinhando lugares, tecendo enredos nos quais, gestos e ações dos personagens iluminam e são iluminados pela cenografia, *locus* enunciativo de uma encenação cotidiana e que não se pode confinar à idéia de contexto, pelo menos nas sua acepção mais usual.

Cenografia implica, para além de entendê-la como moldura, a necessidade de levar em conta, tempo, espaço, condições do dizer do discurso e lugar de fala do sujeito que o veicula. Instável, plural, movente, posto que processo, mas que ainda assim instrumenta o propósito de delinear traços fisionômicos da “vida como ela foi”, nos tempos da *Belle Époque*. Com tal convicção e sempre fiando-me na interação entre as fontes, entendo que esta cenografia emerge da literatura conforme exemplifiquei acima, das revistas, dos jornais e, mais uma vez insistindo, das imagens. Nesta minha *coleção*, “o conteúdo aparece como inseparável da cenografia que lhe dá suporte”<sup>20</sup>.

### **3.1.2 Cotidiano, emprego do tempo, estilo de vida e manifestações culturais**

Chamam a atenção nesta cenografia do Rio de Janeiro da *Belle Époque*, levando-se em conta a motivação da tese e o campo historiográfico que a abriga, os traços fisionômicos, sócio-culturais e suas implicações, quanto aos meus eixos de problematização. Por isso, destaco o cenário de uma sociedade hierarquizada, cujo cotidiano, conforme já observei, é experimentado pelas pessoas comuns e por uma elite, quadro que, nem por isso, enclausura as manifestações culturais em escaninhos estanques. Antes, entre embates, resistências e apropriações, trata-se de um período em que a cultura popular e a cultura dominante acabam se interpenetrando, apesar dos preconceitos e intolerâncias. Neste sentido, cabe pensá-las na esteira da circularidade cultural, conforme reflete Guinzburg<sup>21</sup>, na filiando-se ao pensamento bakhtiniano, que identifica tal fenômeno com “influências recíprocas”<sup>22</sup>.

---

20. Dominique Mangueneau. *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008, p.51.

21. Carlo Guinzburg. *O queijo e os vermes. O cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.

22. Mikhail Bakhtin. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec, UnB, 1987.

É o caso, por exemplo, das festas do Rio de Janeiro, especificamente o carnaval. Espaço de suspensão da cotidianidade, o, como se dizia à época, *tríduo momesco* encontrará e encontra ainda, na cenografia carioca, o *locus* ideal e traço constitutivo da sua fisionomia.

Soihet observa a festa em plena *Belle Époque*, momento em que, nos interstícios entre o sagrado e o profano, a Festa da Penha operou como uma espécie de “balão de ensaio” da expressão carnavalesca tal como hoje a conhecemos e espaço de resistência. Não mais o Entrudo, herança lusa, mas os carnavais dos tambores, dos ranchos, dos blocos, dos cordões cujas acirradas disputas não raro os deslocavam do noticiário de amenidades para as colunas policiais dos jornais da época. Cantar, dançar, práticas ligadas nesta quadra às inovações tecnológicas que chegavam. Segundo Napolitano,

a música popular se consolidou na forma de uma peça instrumental ou cantada, disseminada por um suporte escrito-gravado (partitura/cronograma) ou como parte de espetáculo de apelo popular, como a opereta e/ou o *music-hall* (e suas variáveis). A estas duas formas de consumo de música popular, que se firmaram entre 1890 e 1910 [...] não podemos esquecer uma função básica que a música sempre desempenhou: a dança. Elemento catalizador de reuniões coletivas voltadas para a dança, desde os empertigados salões vienenses ao mais popularescos ‘arrasta-pé’, passando pelos saraus familiares e pelos, não tão familiares, bordéis de cais de porto, a música popular alimentou (e foi alimentada), pelas danças de salão<sup>23</sup>

Na heterogeneidade destas manifestações culturais do período, como aludi acima, nem sempre a convivência ocorria em atmosfera harmônica e é interessante observar, especialmente nesta tese, o narrativa de Vianna<sup>24</sup>, ao referir-se à figura dos “mediadores culturais”. Cobia-lhes o papel de interação, iniciativa que sempre ocorria em lugares que eram uma espécie de “campo neutro”. Inclusive a modinha, expressão pulsante no Segundo Reinado, conhece renovações no seu desenvolvimento a partir de reuniões

---

23. Marcos Napolitano. *História & Música*. Belo Horizonte: Editora Autêntica, 2002, p.12.

24. Hermano Vianna. *O mistério do samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora, 1995, p. 40-7.

entre jovens intelectuais e escritores românticos. Em seu diálogo com Tinhorão, Vianna relata que o principal local desses encontros era a Tipografia do Editor e poeta mulato Francisco de Paula Brito e o músico e poeta Laurindo Rabello. Muito embora tudo tenha se passado em momento anterior ao aqui considerado, achei por bem incluir o tempo de inserção da figura dos mediadores, que encontra em Catulo da Paixão Cearense um outro importante mediador, cuja atuação perpassou a *Belle Époque*. Catulo tinha livre ingresso nas sessões lítero-musicais da cidade e nos tempos em que trabalhou na estiva, frequentava as residências dos abastados. Em 1914 cantou no Palácio do Catete à convite de Nair de Tefé. A então primeira dama, em entrevista a Carlos Maul afirmou:

No Brasil daquela época [...] só se cantava em línguas estrangeiras, principalmente francês, italiano e alemão. Eu mesma só cantava nesses idiomas. Devo a Catulo a sugestão de cantar de preferência na nossa língua. Ainda residindo no Catete resolvi dar uma audição exclusivamente minha com canções e poetas e compositores nossos dentre esses destaquei Chiquinha Gonzaga<sup>25</sup>.

A partir das leituras que incluí em minha *coleção*, ficou-me fácil concordar com Vianna, quanto a um exagero de Nair de Tefé. Afinal, na *Belle Époque* tocava-se e cantava-se tudo, inclusive as expressões genuinamente brasileiras. Concordo também com meu interlocutor ao reconhecer a coragem da entrevistada Nair de Tefé, quanto a colocar na ambiência do Palácio do Catete o corta-jaca, episódio famoso que motivou inclusive um samba enredo.

Mas será entre as décadas de 20 e 30 que surgirão a gravação elétrica, a radiofonia comercial e o cinema sonoro. Conforme observa Clímaco<sup>26</sup>, apoiada em farta bibliografia, tais inovações e interações impulsionam uma complexa rede cuja produção e circulação se inscrevem numa já promissora Indústria Cultural.

Tempos de polca e maxixe, de *jazz* e *ragtime*, de *corta-jaca* irreverente, de nomes de blocos e discursos musicados cheios de malícia, tempos de humor adotado como

---

25. Entrevista a Carlos Maul, apud, Hermano Vianna, p.46.

26. Márgda Clímaco. *Alegres dias chorões: o choro como expressão musical no cotidiano de Brasília. 1960-Tempo Presente*. Tese de doutorado. PPGHIS/UnB. 2008, p.63.

equipamento retórico nos traços das charges e caricaturas e nos textos escritos de crônicas impagáveis.

Entrementes, na mesma quadra, os eflúvios da Primeira Guerra Mundial (1914-1918) e o advento do cinema norte-americano nos anos 20, são vetores desterritorializados que reverberam no cenário brasileiro, reconfigurando tendências, estilos e concepções.

Na esfera da moda, por exemplo, o espartilho e os corpetes, aos poucos cedem lugar às roupas mais práticas, mais coloridas e valorizadoras de um corpo, redesenhado por uma concepção de beleza não mais priorizadora dos seios fartos.

As matrizes positivistas e a moralconservadora que exalavam, davam sinais de desgaste face à mentalidade liberal e as atrizes do cinema eram modelos cultuados com seus cabelos curtos e saias idem. Segundo Ismério, “Isadora Duncan (1878-1927), a bailarina dionisíaca, tornou-se grande símbolo da melindrosa, tanto na dança como na vida real”<sup>27</sup>. Noto que desde a *vida como ela era* já, ao menos se insinuava, o que a partir de meados do século XX, Edgard Morin designou como *Olimpo*, um *Olimpo* habitado por milionários, heróis da *dolce vita* internacional e artistas, cujas vidas são devassadas não mais apenas no viés eufórico da felicidade, mas também nos seus dramas e tormentos pois “a infelicidade dos olímpicos se torna uma fonte de rentabilidade”<sup>28</sup>. No caso de Isadora Duncan, além do talento e sucesso reconhecido internacionalmente, os escândalos de uma vida amorosa conturbada eram também escancarados. Seu último marido, o poeta russo Serge Essenin, suicidou-se e Isadora, dois anos depois, em 1927, morre tragicamente estrangulada pela própria echarpe que ficara presa na roda do automóvel que dirigia em alta velocidade<sup>29</sup>. E é ainda Clarisse Ismério, a mesma historiadora acima citada, quem alude a um momento em que o corpo feminino passa a ser usado nos anúncios de vários produtos. Lembra, dentre os exemplos, o evidente apelo erótico de um anúncio de lança-perfume, publicado na revista *Eu sei tudo*, em 1917, onde Pierrô e Colombina se abraçam sensualmente e o parceiro aparece tocando o seio nu da moça. Imensa ousadia, recado tácito da vigência de novos modos, nova percepção.

Cabe destacar que a empresa Myrta, fabricante dos produtos Eucalol, já nos finais

---

27. Clarisse Ismério. *Mulher - moral e imaginário 1889-1930*. Porto Alegre: EDIPURS, 1995, p.106.

28. Edgard Morin. *Cultura de massa no século XX – O Espírito do Tempo II: Necrose*. Rio de Janeiro: Forense, 1987, p.110

29. Ismério, op.cit, p. 106.

da quadra aqui trabalhada veiculava propagandas. Eram, entretanto, numa primeira fase, reclames dos produtos nos quais figuras humanas ainda não constavam. Como se verá, tal iniciativa será tomada posteriormente. É possível pensar que a Empresa levasse em conta a qualidade do material publicado e tenha optado por características mais tipográficas, num primeiro momento, em razão das possibilidades tecnológicas de que dispunham os veículos. O investimento nas publicações que utilizavam material fotográfico será bastante expressivo a partir dos anos 30 e as figuras humanas marcarão presença.

Mas o emprego do tempo e os lazeres, as múltiplas expressões culturais que aparecem na cenografia carioca, o estilo de vida, a moda e os cuidados com o corpo, modalizações da encenação cotidiana até o momento desenhadas, pedem ainda algumas observações, traços que concorrem para o *croquis* da *Belle Époque* tropical.

Interlocutora convocada para a construção desta narrativa, retomo novamente o diálogo com Gomes<sup>30</sup>, cuja bela tese doutoral aborda em um dos capítulos o período aqui trabalhado. Segundo a pesquisadora, no ano de 1905, o Rio de Janeiro contabilizava 12 automóveis. *A nova máquina* a partir de então se inclui na paisagem do Rio de Janeiro. Irrompe a *era dos automóveis*, para ficarmos com João do Rio, um narrador entre perplexo e encantado com o automóvel [...], criador da época vertiginosa<sup>31</sup>.

E é vertiginosamente que as máquinas continuam chegando, alterando hábitos e práticas, modificando a cena urbana e a paisagem cultural. Lembro o impacto causado pela reprodução de imagens em jornais e revistas. Novas técnicas de narração, com distintos modos de recepção, pois, entre os entusiasmados adeptos, havia também os refratários às novidades. Olavo Bilac, por exemplo, referiu-se em uma crônica ao

exército rival [...] de desenhistas, caricaturistas e ilustradores: “vem perto o dia em que soará para os escritores a hora do irreparável desastre e da derradeira desgraça. Nós, os rasbiscadores de artigos e notícias, já sentimos que nos falta o solo debaixo dos pés...um exército rival vem solapando os alicerces em que até agora assentava a nossa supremacia: é o exército de

---

30. Ana Gomes. op.cit. p.67.

31. Idem, p.167.

32. Olavo Bilac, apud, Gomes. op.cit, p.172.

desenhistas, dos caricaturistas e dos ilustradores...<sup>32</sup>

Mas, por outro lado, o modo de apropriação de Antonio Alcântara Machado, tão bem observado por Francisco de Assis Barbosa, ao prefaciá-la Cecília Lara, na edição *fac-similar* da Pathé Baby, contrasta com as representações de Bilac. Passo a palavra ao citado prefaciador:

de todos os autores do modernismo brasileiro, Antonio de Alcântara Machado é sem dúvida o que mais se deixou impregnar pelos meios de comunicação visual que começaram a se transformar e a adquirir uma nova dimensão em consequência da I Guerra Mundial. Compreendeu de relance a importância do grafismo, em toda a infinita diversificação e complexidade de formas que assumem como o dadaísmo e o surrealismo, o clímax do momento de renovação, quase de liquidação do passado, pelo menos dos modelos tradicionais não de todos desaparecidos e ainda com bastante vitalidade...<sup>33</sup>

Valho-me do fragmento discursivo acima transcrito para lembrar que inscreve-se também na fisionomia do período aqui contemplado a Semana de Arte Moderna que, não obstante realizada em São Paulo no mês de fevereiro de 1922 configura um importante ponto de inflexão do período, pelo fato de, no plano simbólico instaurar o Modernismo no Brasil. Na verdade, a Semana consistiu em evento e espaço de mostra de leituras, poesias e prosa, e exposição de obras no saguão do Teatro Municipal. Travassos lembra que a Semana foi organizada por um grupo de intelectuais e artistas paulistas e cariocas.<sup>34</sup>

Por outra parte, no âmbito político e ideológico cabe lembrar um cenário de agitações, como, por exemplo, a Coluna Prestes.

Na esfera cultural, a Semana de Arte 22 acaba por configurar-se, para alguns estudiosos, como um divisor de águas, que, não por acaso, encontra no movimento

---

33. Francisco de Assis Barbosa, apud, Gomes, p. 174

34. Elizabeth Travassos. *Modernismo e Música Brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000, p.17.

35. Ruben George Oliven. *Violência e cultura no Brasil*. 4ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1989, p.76-7..

regionalista, uma espécie de contraponto<sup>35</sup>. Vale a transcrição:

parece que o Movimento Modernista de 1922, com toda sua complexidade e diferenciação ideológica, representa um divisor de águas neste processo. Por um lado significa a reatualização do Brasil em relação aos movimentos culturais e artísticos que ocorrem no exterior; por outro lado implica também em buscar nossas raízes nacionais valorizando o que haveria de mais autêntico no Brasil. Obviamente não é casual que o movimento tenha tido sede em São Paulo, a cidade que já começava a sua trajetória de metrópole industrial, assim como não é casual que o movimento tradicionalista<sup>36</sup> de 1926 tenha surgido em Recife, a capital mais desenvolvida do nordeste.

Claro que o *espírito moderno*, tanto mais quando enleado pela arte, desconhece fronteiras. A vanguarda modernista configura-se como expressão de circuito constitutiva e literalmente desterritorializada que, na cidade do Rio de Janeiro, como nota Guilhermino César<sup>37</sup>, e irrompe “de modo menos agressivo mais bem comportado do que em São Paulo”. Ainda segundo César

como quer que seja, o Modernismo na capital, claro está que o ‘espírito moderno’ encontrou mais resistência, pois ali teve que competir com forças organizadas, pessoas e instituições representativas da *Belle Époque* [...] além disso, na moldura festiva da Guanabara, dissolve-se a identidade do nosso provincialismo visceral de mineiros, paulistas, paranaenses, catarinenses, gaúchos, baianos, goianos, nortistas e nordestinos. A heterogeneidade desses componentes é a regra.<sup>38</sup>

Observo que Mário de Andrade entendia que, em que pese o Rio de Janeiro ser

---

36. Oliven, ao falar num movimento tradicionalista, certamente alude ao Manifesto Regionalista.

37. Guilhermino César. “Poesia e Prosa de Ficção”. In. *H.G.C.B. Tomo III, 4<sup>o</sup> vol. Economia e Cultura (1930-1964)*. São Paulo: DIFEL, 1984. p.417-62.

38. Idem, p.421.

mais internacional, porto do mar e capital da República, o Movimento Modernista tinha justificativas para a irrupção em São Paulo:

caipira de serra-acima conservando até agora um espírito provinciano e servil, bem denunciado pela sua política, São Paulo estava, ao mesmo tempo, pela sua atividade comercial e sua industrialização, em contato mais espiritual e mais técnico com a atualidade do mundo<sup>39</sup>

De todo modo, a arte desterritorializada falava mais alto. No Rio de Janeiro estavam expoentes do Modernismo que ali habitaram como, por exemplo, Graça Aranha, o francês Blaise Cendrars, dentre outros. Enfim, o grupo dos Modernistas *trocava figurinhas* desterritorializadamente. Observo que questões identitárias atravessam os discursos dos interlocutores acima transcritos. Sobretudo no discurso de Mário de Andrade, não obstante a pertinência da avaliação quanto às condições históricas, em seu discurso, desde a retórica adotada, parece transparecer a eterna emulação entre o Rio de Janeiro e São Paulo.

Realizado este necessário parênteses, retomo o foco da cenografia carioca para fechar esta *flanerie* sobre a *Belle Époque* tupiniquim, focando a seguir os momentos finais dos anos 20.

### **3.1.3 “As crises nunca foram apenas econômicas”**

Os historiadores, e não apenas os da História Econômica, são unânimes quanto a importância da crise de 29, cujo espectro, como se sabe, alcançou o Brasil de forma avassaladora. Crise de superprodução, típica do modo de produção capitalista, ela acarretou conseqüências econômicas, políticas e sociais. Afinal, como bem lembra Bouvier “as crises nunca foram apenas econômicas”<sup>40</sup>. No plano interno, não obstante um rosário de crises sucessivas, por longo tempo, a história do café confundira-se com a história do Brasil. Porém, é com a crise de 29 que o quadro, efetivamente, se agrava. Na

---

39. Idem, p.421-22.

40. Jean Bouvier, “As crises econômicas”. In Jacques Le Goff e Pierre Nora (orgs.). *História: novas abordagens*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1976. p.25.

verdade, não apenas o café mas um quadro de crise geral em toda a economia brasileira. Segundo Caio Prado Júnior “o período que vai de 1924 a 1930 será uma fase sombria para as indústrias brasileiras; muitas fracassam ou perecem e todas ou quase todas se mantêm muito próximas do nível mínimo de subsistência”<sup>41</sup>.

Também Basbaum alude ao momento como “insustentável”, detendo-se em aspectos resultantes da nossa estrutura econômica e suas contradições, um agravado pela crise mundial.

O quadro aqui brevemente delineado desembocará em outro ponto de inflexão caro a esta tese, tal seja, o ano de 1930. Mas sobre este momento e a matriz nacionalista em que se pauta a *Era de Vargas*, falarei em outra vertente. Por ora, cabe reter que, apesar de tudo e das condições que desenham a fisionomia do aqui trabalhado, aí mesmo, aflora a Empresa Myrta, fundada em 1917 e atuando com mais ênfase na constituição da linha de produtos de limpeza, em 1924. Sobre a história da empresa Myrta, convoco meu pesquisador e narrador Samuel Gorberg.

### **3.1.2 Sobre a empresa Myrta e as Estampas Eucalol e sua fundação na cidade do Rio de Janeiro**

No segundo semestre de 1917 o imigrante judeu alemão PAULO STERN decide se estabelecer com a indústria e comércio de essências na Rua São Pedro. Esta rua, que tinha o seu nome em virtude de na mesma estar localizada a Igreja de São Pedro dos Clérigos [...]Preocupado com a animosidade existente na época contra os alemães, PAULO STERN registra a empresa com o nome CORREA DA SILVA & CIA, que era o da brasileira com a qual vivia.[...]Em 1919 aqui chega o irmão RICARDO STERN que ingressa na sociedade e a mesma tem a sua razão social alterada para PAULO STERN & CIA. [...]Os sócios PAULO e RICARDO STERN, embalados pelo surto de progresso existente no país e no Rio de Janeiro, planejam...a construção de uma fábrica, onde seriam manufaturados

---

41. Caio Prado Júnior, apud Leôncio Basbaum. *História Sincera da República, (volume 2) de 1889-1930*. São Paulo: Alfa Ômega, 1976. p.257.).

produtos de toilette - sabonete, talco, pasta de dentes, sabão de barba, pó de arroz e petróleo, que era usado para assentar o cabelo.[...]Devidamente instalada, a empresa adotou PERFUMARIA MYRTA como nome de fantasia,e partiu para o lançamento de uma linha de produtos baseada no eucalipto, a qual foi denominada de EUCALOL<sup>42</sup>.

Pelas mãos de Gorberg, com o concurso do texto impresso, houve espaço para uma pequena mostra com a qual objetivei dar visibilidade à empresa Myrta e às Estampas Eucalol. Nesta vertente, como se verá, privilegiando as imagens, busco construir um espaço de mostra, quase vitrine, do período aqui trabalhado, tal seja, até o momento, em que o recorte temporal se insinua como ante-porta da *vida como ela era*, período privilegiado na próxima vertente. São modalizações do cotidiano que nos reportam às práticas e representações de uma época. Como as pessoas se vestiam e que reconfigurações experimentou a moda? Como se configuravam as representações sobre o par saúde-doença, padrões estéticos e os cuidados com o corpo? Como se desenhava o emprego do tempo e, nele, o lazer? Como se verá, o diálogo entre imagens e textos, nos oferece pistas para algumas respostas.

A cenarização do Rio de Janeiro, pelas razões acima elencadas, nem por isso, obscurecem o reconhecimento de que a nossa *Belle Époque*, fisionomia que enseja a primeira vertente a seguir, foi vivenciada também em outros cenários urbanos, como, por exemplo, São Paulo, Belém e Manaus<sup>43</sup>. De todo modo, concordo com Assis Barbosa, prefaciador do livro de Sevchenko, quando afirma, sobre o período que avança até os anos 20, tratar-se de uma conjuntura “em que o Rio de Janeiro exerceu papel preponderante, senão hegemônico como capital cultural, além de ser o centro das decisões políticas e

---

42. Samuel Gorberg. op.cit.p.1-5

43. Sobre o cenário paulistano, não fosse este um período no qual se inscreve a Semana de Arte Moderna, existe considerável bibliografia, consubstanciada em livros e trabalhos acadêmicos, desde teses a Trabalhos de Iniciação Científica, como, por exemplo, *Elementar meu caro Watson: ressonâncias inglesas no Cotidiano da Cidade de São Paulo – 1870-1920*, de Maíra Carvalho sob orientação de Maria T. Negrão de Mello, Brasília, UnB, Departamento de História, Projeto PIBIC, 2001. Conf. também David Rodney Lionel Pennington, *Manaus e Liverpool: uma ponte imaginária*. Tese de doutorado PPGHIS/UnB, 2000, no prelo para publicação pela Universidade Federal de Manaus.

administrativas<sup>44</sup>.

### 3.1.3 Estampas Cariocas: Coleção *Belle Époque*



Figura 1. Alberto A. Cohen e Samuel Gorberg. Rio de Janeiro: *O cotidiano carioca no início do século XX*. Rio de Janeiro: AA CohenEd., 2007. p.27



Figura 2

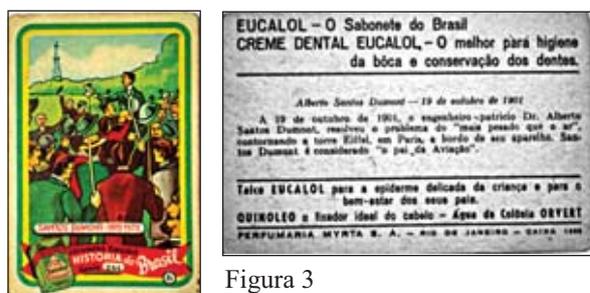


Figura 3



Figura 4

Figuras 2, 3 e 4  
Estampas Eucalol acervo próprio

44. Francisco de Assis Barbosa no prefácio do livro de Nicolau Sevcenko. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Brasiliense, 1985. p.13

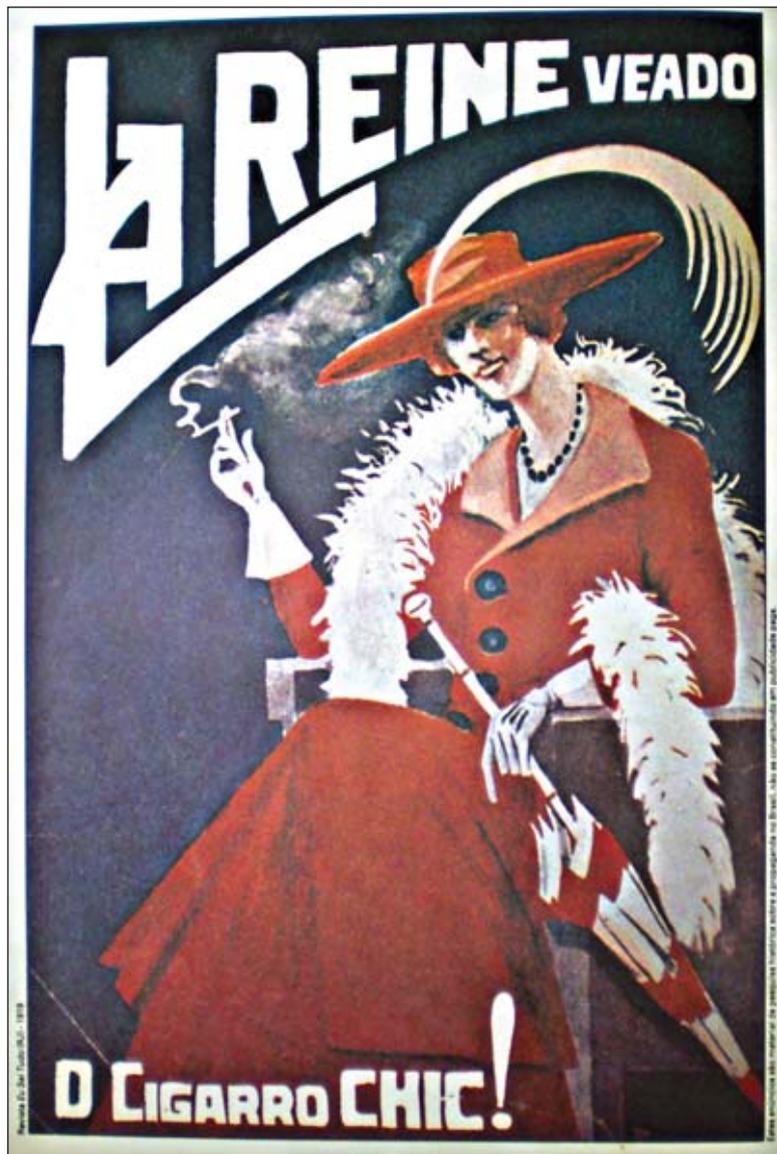


Figura 5. 100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo: Abril, 1980, p.36

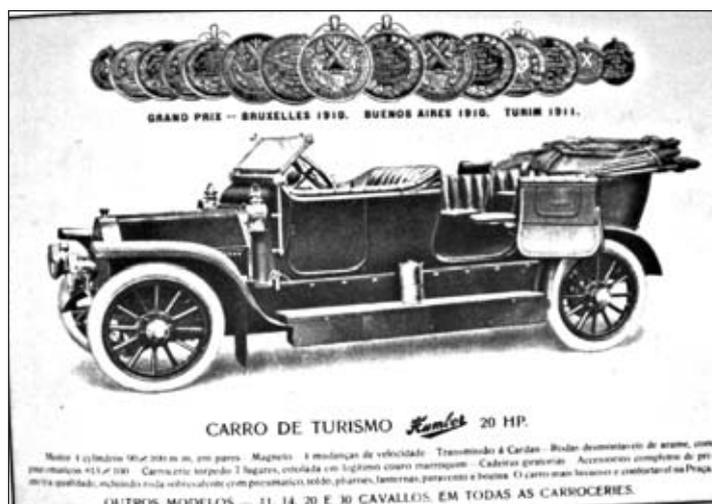


Figura 6. 100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo: Abril, 1980, p.29



Figura 7



Figura 8



Figura 9



Figura 10



6) CARETA N. 233, DE 16.11.1912



11) A ILUSTRACÃO BRAZILEIRA N. 2, DE 15.06.1909

Figura 11

Figura 7, p.29; Figura 8, p.35; Figura 9, p.30. 100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo: Abril, 1980, p.29

Figura 10. Samuel Gorberg. *Estampas Eucalol*. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2000, p.10.

Figura 11. Alberto A. Cohen e Samuel Gorberg. Rio de Janeiro: *O cotidiano carioca no início do século XX*. Rio de Janeiro: AA Cohen Ed., 2007. p.27



Figura 11  
KOSMOS - Revista artística, científica e literária. Anno III, julho 1905,



Figura 12  
Encarte Folha de S. Paulo, 2007



Figura 13  
100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo: Abril, 1980, p.35

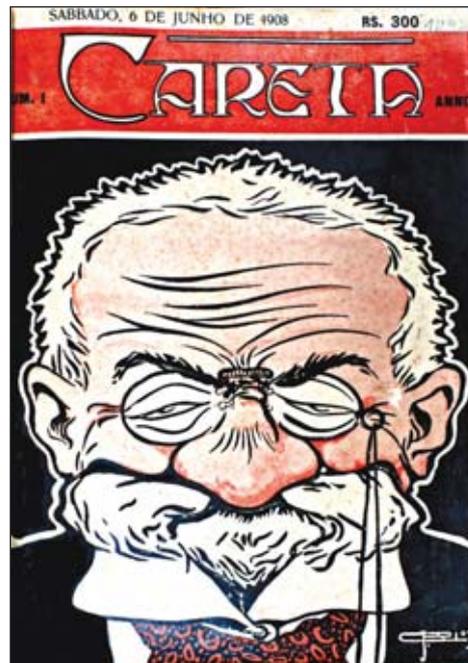


Figura 14  
Careta, Ano 1, nº 1, 1908  
BCE/UnB - Setor de Obras Raras

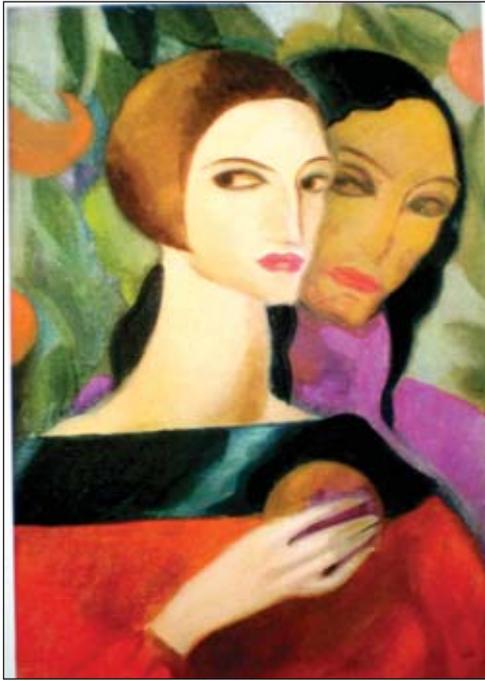


Figura 19



Figura 20



Figura 21

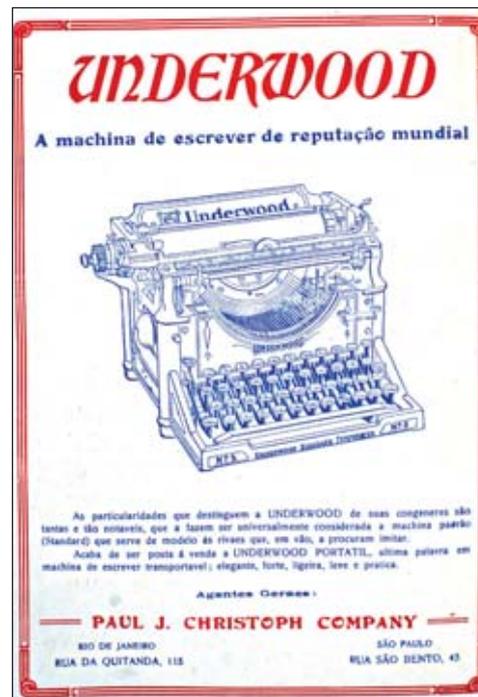


Figura 22

Figura 19 e 20. SEMANA DE 22 - ANTECEDENTES E CONSEQÜÊNCIAS. São Paulo: Museu de Arte de São Paulo, 1972.

Figura 21. 100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo: Abril, 1980, p.47.

Figura 22. Careta, nº 744, 04/11/22, BCE/UnB - Obras Raras

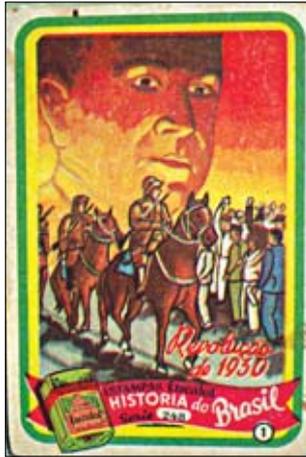


Figura 15



Figura 18 - Rua do Ouvidor  
Alberto A. Cohen e Samuel Gorberg. Rio de Janeiro:  
*O cotidiano carioca no início do século XX*. Rio de Janeiro: AA Cohen Ed., 2007. p.27

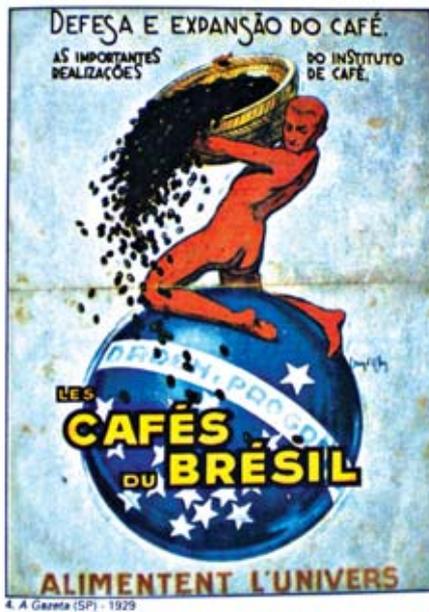


Figura 18  
100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo:  
Abril, 1980, p.55



Figura 16



Figura 17

Figura 16 e 17  
RECLAMES DA BAYER, 1911-1942. São Paulo:  
Bayer S.A./Carrenho Editorial, 2005

## 3.2 *A vida como ela era*

### 3.2.1 Alô, Alô Rio Janeiro! Alô, Alô Brasil.

Ressonâncias rodriguinianas sugeriram o título desta vertente enquanto que a nomeação do subitem, tanto alude ao rádio, de fundamental importância para a construção do perfil aqui pretendido, bem como parafraseia a ambiência cinematográfica e teatral do período, traços igualmente indispensáveis na cenografia da *vida como ela era*.

Antes porém de abordar tais linguagens e sua interação com outras tantas, neste momento balizado entre os 30 e 50 do século XX, cabe retomar a questão das crises que, como vimos, *nunca foram apenas econômicas*.

Assim, vulnerável às crises da economia mundial, o Brasil, monoexportador de café, sofrerá os efeitos devastadores do 29 e enfrentará gravíssimos percalços.

Abreu<sup>45</sup> minúcia os problemas de uma conjuntura às voltas com a queda brutal dos preços do café e a erosão das nossas reservas em ouro e divisas. No segundo semestre de 1929 elas chegavam a 31 milhões de libras, caindo para 14 milhões menos de um ano depois (agosto de 1930) e, no início de 1931, nossas divisas, *simplesmente*, somem.

Menos por falta de espaço ou suporte bibliográfico, cuja estante inventariada disponibiliza volumosos estudos, mas por convir que a instância econômico-financeira pede não mais que poucas incursões, face aos meus objetivos, desobrigo-me de detalhamentos.

Limito-me a lembrar que, as articulações entre o plano externo e o plano interno, construíram um novo palco político no qual o ator principal, doravante, seria Getúlio Vargas, por um longo tempo, com direito a uma *reentre*, ainda nos anos 50.

A *temporada* tem início em outubro/novembro de 1930, ocasião em que, Washington Luiz é deposto e Vargas assume o poder até ano de 1945, sendo que em 1937 abre-se o período ditatorial e, na mesma conjuntura aqui trabalhada, Getúlio Vargas é eleito em 1951 e, novamente, assume a presidência da República.

Pelas implicações com meu objeto de estudo, o diálogo com Silvana Goulart<sup>46</sup>

---

45. Marcelo Paiva Abreu. "O Brasil e a Economia Mundial (1929/1945). In Boris Fausto (org.). *HGCB. O Brasil Republicano, tomo III, 4º vol.*(op.cit. p.10-49.

46. Silvana Goulart. *Sob a verdade oficial – Ideologia, propaganda e consura no Estado Novo*.

foi uma leitura valiosa. A professora enfoca os tempos de censura, durante o qual o DIP (Departamento de Imprensa e Propaganda) incumbiu-se do controle dos meios de comunicação, além de ser um *locus* de veiculação ideológica:

o Estado Novo ampliou sua capacidade de intervenção nas esferas cultural e ideológica por meio das instituições em sua maioria criadas pelo Ministério de Educação e Saúde Pública. A partir dessa ação o aparelho estatal institucionalizou e sistematizou sua presença na vida política e cultural do país. O DIP também foi fruto dessa ampliação do Estado. Para atingir os seus fins, ele controlou, coibiu e centralizou os meios de comunicação de massa<sup>47</sup>.

Goulart lembra também, além do rádio, a Revista Cultura Política, cujo papel era o mesmo, ou seja, funcionar como um suporte ideológico.

Observo que, à idéia de desenvolvimento – *Desenvolver o Brasil*, agregam-se matrizes reveladoras da primazia do Estado, do autoritarismo e do centralismo, sob o pesado véu de um nacionalismo, palavra-pólo a marcar a fisionomia do período.

A retórica era a da re-fundação do Brasil, fundamentando o projeto estadonovista, cuja implementação tinha como esteios as iniciativas levadas a diante pelo Ministério da Educação e Saúde e o Departamento de Imprensa e Propaganda. Como anota Campos<sup>48</sup> ainda que na identificação do Ministério não constasse a palavra Cultura, nele atuavam, na equipe inicial, funcionários e colaboradores, como Gustavo Capanema (ocupante do cargo de Ministro de 1936 a 1945), Carlos Drummond de Andrade, Cândido Portinari, Lúcio Costa, Mário de Andrade, Villa Lobos, entre outros outras figuras de proa, fortemente ligadas ao campo artístico e cultural. Levando-se em conta tal aspecto, a iniciativa, por certo, terá concorrido para importantes ações do Estado no âmbito das mais variadas linguagens da cultura.

---

São Paulo: Marco Zero, 1990.

47. Idem, p.19.

48. Ana Cristina Campos. *A cultura tem poder – uma reflexão sobre o processo de institucionalização do campo cultural brasileiro (séculos XIX-XXI)*. Dissertação de Mestrado. PPGHIS/UnB, 2007, p.27-28.

No ano 1936 é criado o INCE (Instituto Nacional do Cinema Educativo), no mesmo ano Roquete Pinto doa a emissora de sua propriedade ao MES; no ano seguinte é criado o SNT (Serviço Nacional de Teatro), cuja comissão inicial contava com nomes como Sérgio Buarque de Holanda e Oduvaldo Viana. No ano de 1937 é criado o Serviço de Patrimônio Histórico e Artístico (SPHAN).

Neste panorama, voltando às iniciativas institucionais e mais uma vez dialogando com Campos<sup>49</sup>, cabe lembrar a participação de Villa Lobos no complexo das políticas voltadas para a arte e cultura no Governo Vargas: “tendo participado da Semana de Arte Moderna de 22, [...] comungava com Mário de Andrade da mesma iniciativa e impulso curioso em relação às manifestações da Cultura Brasileira”.

Depois da bem sucedida experiência do ensino musical em escolas municipais paulistas, a obrigatoriedade do ensino canto orfeônico, nos currículos das escolas é estabelecida por decreto federal. Sob a batuta de Villa Lobos, os espetáculos corais encantavam a cidade do Rio de Janeiro, por ocasião das festas cívicas. Daí o entusiasmo de Carlos Drummond de Andrade referindo-se a uma apresentação do coral no ano de 1940, sob a regência de Villa Lobos:

Quem o viu um dia comandando o coro de quarenta mil vozes adolescentes, no Estádio do Vasco da Gama, não pode esquecê-lo nunca. Era a fúria organizando-se em ritmo, tornando-se melodia e criando a comunhão mais generosa, ardente e purificadora que seria possível conceber<sup>50</sup>.

Bem se vê, que o mesmo caldo em que se fermentavam tão bons e belos projetos, muitos deles, cujas sementes alí plantadas, repercutem ainda hoje, como, por exemplo, SPHAN; era também do que se nutria um regime de opressão política, censura e dirigismo estatal.

Na cidade do Rio de Janeiro eram tomadas todas as decisões e, ao mesmo Rio de Janeiro chegavam as novidades e a cidade reconfigurava as suas feições, agora delineando com traços mais expressivos, uma sociedade de massa e de consumo, onde a propaganda

---

49. Idem, p.39.

50. Site de Leonor Lains, apud. Campus, p.39.

e a publicidade, dali em diante, garantiriam efetivamente seu lugar. O já citado Noya Pinto<sup>51</sup> refere-se a aspectos que diretamente me interessam, levando-se em conta os meus propósitos, pois a imprensa e o rádio são por ele destacados desdobrando em análises que estabelecem pertinentes conexões. Assim, observa que o desenvolvimento dos meios de transporte, tanto mais a aviação, dinamizaram a distribuição de jornais e revistas e exemplifica: “sucesso marcante foi o da revista O Cruzeiro que, fundada em 1928, ganhou circulação nacional nas décadas seguintes”<sup>52</sup>.

Aos jornais de oposição ao regime, o DIP se incumbia de censurar, a tudo controlando, desde de o fornecimento do papel, aos cortes prévios de matérias, exigência de registro dos profissionais, prisões e fechamentos. Um exemplo emblemático sobre a censura, que hoje se inclui na história da imprensa brasileira, é o do jornal impresso diário, *O Estado de S. Paulo*.

Revistas em quadrinhos, com seus heróis norte-americanos, inundavam o mercado com as aventuras de Flash Gordon, Jim das Selvas, Tocha Humana, Capitão Marvel, dentre outros. E até o cordel tem também o seu espaço, no qual o cangaço, na figura de Lampião, encontra seu herói. Noya analisa que “com a migração de nordestinos para o sul a literatura de cordel irá se difundir e se atualizar, incorporando outros mitos, como o próprio Getúlio Vargas”<sup>53</sup>.

Mas naquela “vida como ela era”, o rádio era o veículo de maior prestígio. Após um período de “infância” ainda nos anos 20, para repetir a expressão usada por Sodré<sup>54</sup>, o rádio desenvolveu-se rapidamente a partir do início da década de 30. Como assinalei em outro parágrafo, a radiodifusão, logo nos primórdios da *Era de Vargas* foi campo de atuação a serviço do Estado abrigado pelo Ministério de Educação e Saúde. Dângelo informa que a Rádio Sociedade do Rio de Janeiro foi fundada ainda no ano de 1923<sup>55</sup>. Pesquisa por ele realizada nos dá conta dos projetos implantados naquela conjuntura

---

51. Noya Pinto. op.cit.

52. Idem, p. 50.

53. Idem, p.57.

54. Nelson Werneck Sodré. *Síntese da História da Cultura Brasileira*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981, p.92..

55. Nilton Dângelo. “Ouvindo o Brasil: O Ensino da História pelo Rádio - décadas de 1930-40”. In. *Revista Brasileira de História*. São Paulo ANPUH, vol.18, nº- 36, 1998, p.161-184.

e que matrizes os informavam: “uma história francamente adequada aos interesses de corporativização e de difusão do nacionalismo<sup>56</sup>, viés que retomarei mais adiante.

No momento, o rádio ao qual me refiro é o rádio como veículo de universalização do gosto dos costumes e suporte de um *Alô Brasil* que ecoava do Rio de Janeiro para a Nação como um todo, como que a serviço e referendando a condição de cidade *metonímia do Brasil*.

Erbolato e Barbosa<sup>57</sup>, entrecruzando temporalidades situam o Tempo Presente em que ligar, ouvir e desligar um aparelho de rádio é para nós, gesto cotidiano e trivial. Fazem então a comparação com a novidade arrebatadora que consistiu na transmissão da partida de futebol Brasil e Tchecoslovaquia, nos idos de 1938. Foi manchete do jornal O Globo: “Todos a postos no rádio! Começará às 13:30 a irradiação da Rádio Club, em combinação com O Globo e o Jornal de Sports e sob o patrocínio do Cassino da Urca”<sup>58</sup>.

Naquela *vida como ela era*, não havia ainda a figura dos comentaristas e o *speaker* Gagliano Neto descreveu os noventa minutos da partida, com pormenores, aos então chamados “radiouvintes”.

Assim, no futebol e na música popular, o rádio foi o suporte para a notoriedade de ídolos, para o crescimento da publicidade comercial com seus reclames, *jingles* e *slogans*, para os hilários programas humorísticos, noticiário, rádionovelas e os concorridos programas de auditório. Mais adiante os retomarei. Antecipo, porém, o cenário de uma radiodifusão cujas feições desvelavam as batalhas travadas pelas empresas patrocinadoras dos programas de maior audiência, em busca de consumidores. “Além dos produtos de beleza, remédios, alimentos, bebidas e cigarros, observa-se o crescimento da propaganda decorrente da difusão do automóvel: Ford, Chevrolet, Good-Year, Pirelli, Atlas, Essolube, Texaco, Atlantic são os nomes que invadem os jornais, revistas, painéis de estradas e o rádio”<sup>59</sup>.

E falar sobre o rádio neste período, implica trazer a Rádio Nacional do Rio de Janeiro, princípio gerador e motivação para várias obras, artigos e textos acadêmicos.

---

56. Idem, p.163

57. Mário L. Erbolato. e Júlio César Barbosa. *Comunicação e Cotidiano*. Campinas, SP: Papyrus, 1984.

55. Idem, p. 90.

59. Noya Pinto... op.cit. p.53.

Da minha “coleção” de leituras seleciono alguns interlocutores para *puxar conversa*, e encontro em Saroldi<sup>60</sup> importantes pistas.

Sábado, 12 de setembro de 1936, uma data que se inscreve na memória da radiofonia brasileira. Afinal, outras emissoras já existiam, mas naquela noite, a transmissão da cerimônia de inauguração da PRE-8 – Rádio Nacional do Rio de Janeiro, marcava um ponto de inflexão, sem exageros, não apenas na história do rádio, mas na própria história do Brasil. O 12 de setembro de 1936, inaugurava uma escalada que, em breve, situaria a Rádio Nacional como um importante vetor do símbolo da identidade carioca, suporte sonoro da cidade do Rio de Janeiro e veículo do sublinhamento da fisionomia da cidade como *metonímia do Brasil*.

Ao caminho anteriormente aberto a partir da idéia da radiodifusão educativa, a emissora oficial, ao longo de breve percurso, ampliou seu espectro de atuação, diversificou sua estrutura e tornou-se efetivamente uma empresa, que o decreto lei de 2.073, de 8 de março de 1940, incorporou ao Patrimônio da União<sup>61</sup>.

Sobre a festa de inauguração, à qual compareceu a fina flor da sociedade carioca, políticos e o cardeal Leme, lídimo representante da Igreja Católica, a fala do locutor “speaker” Celso Guimarães, publicada pela Revista da Rádio Nacional em agosto de 1950, merece transcrição:

Vinte e uma horas. Depois da característica musical escolhida para marcar as irradiações da emissora caçula – notas iniciais do ‘Luar do Sertão’ – tem o honroso privilégio das primeiras palavras ao microfone da PRE-8. E faz sua abertura: Alô, alô Brasil! Aqui fala a Rádio Nacional do Rio de Janeiro<sup>62</sup>.

Recursos financeiros existiam e chegariam inclusive da garantia de apoio de uma empresa que em breve seria incorporada ao patrimônio da União, conforme assinala acima. Aliás, no quarto aniversário de fundação da Nacional (primeira comemoração após

---

60. Luiz Carlos Saroldi. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

61. Idem, p.54.

62. Revista Nacional do Rádio. apud.Saroldi, p.51.

a incorporação da empresa como patrimônio da União), realizou-se uma festa iniciada ao final de uma tarde de domingo do dia 15 de setembro de 1940. A longa programação musical constituiu-se de partes patrocinadas por empresas como, por exemplo, a Phillips e os produtos Eucalol: “*Os produtos Eucalol ofereceram {...} Instantâneos Sonoros do Brasil, nesta noite com Congadas, apresentando ‘quadro impressionista’ - trabalho de Almirante e José Mauro, com arranjos de Radamés*”<sup>63</sup>. (Grifos meus). A longa festa, que alcançou a noite, encerra-se com o lançamento da música de Alcir Pires Vermelho, João de Barro e Adalberto Ribeiro – *Onde o céu azul é mais azul*, cuja bela letra a inclui no repertório do cancionário nacionalista, tão em voga à época.

No dia 18 de abril de 1942, ocorre a festa de inauguração dos novos estúdios e do auditório com 496 lugares. “No dia seguinte, a partir das 10 horas, o auditório abrigaria programação de inauguração *aberto ao povo*”<sup>64</sup>. (Grifos meus) Meu interlocutor, de modo bastante sutil, fala em “coincidência (ou não)” para referir-se ao fato de ter sido o dia de inauguração do auditório para o povo, 19 de abril, data do aniversário de Vargas. Penso que aspas na palavra coincidência, fariam com mais eloquência sobre mais uma, dentre as muitas práticas populistas, estrategicamente adotadas pelo presidente.

Sorridente, inegavelmente carismático, representado em charges, caricaturas e letras de músicas, mas, claro, tudo sob o crivo de uma censura implacável.

Muito embora tenha situado acima os pontos principais do balizamento temporal aqui considerado, acho importante clareá-lo e, para tanto, compus um esquema com base nos textos de autores interessados na instância política e que constam da bibliografia. O Governo Provisório é abrigado pelo período compreendido entre 1930 e 1934, o interregno constitucional vai de 1934 a 1937, quando em seguida passa a vigorar o chamado Estado Novo, (1937 a 1945). Eurico Gaspar Dutra toma posse como presidente eleito no ano de 1946 e é sucedido por Vargas, que retorna à presidência, eleito no ano de 1951, cujo mandato não concluiu, devido ao infausto gesto extremo do suicídio. Assume então Café Filho, uma fase conturbada por sua doença e, no âmbito estritamente político, um cenário de golpes, contra-golpes e tentativas frustradas. Finalmente, JK e Jango são eleitos, respectivamente como presidente e vice, no ano de 1955. A década de 50 tem em 1957 um importante ponto de inflexão: inicia-se ali a construção de Brasília, futura nova capital

---

63. Idem, Saroldi, p.60.

64. Idem, p.70

da República, inaugurada cinco anos depois.

A transferência da capital da República e suas complexas implicações, sugeriu vários estudos. Gomes<sup>65</sup>, por exemplo, citada em páginas anteriores, problematiza a questão sob o prisma do que identifica como uma ausência de “capitalidade” da nova capital para representar a Nação, atributo que, por sua vez, segundo a historiadora, a cidade do Rio de Janeiro adquiriu desde os tempos joaninos, o que concorreria, ainda hoje na vigência e legitimação das representações de um Rio de Janeiro, *metonímia do Brasil*.

Thereza Negrão, por sua vez, a partir de outros focos de análise, reflete sobre uma identidade que se constrói na jovem história da nova capital, concebida, aliás, também para figurar como um símbolo da pátria, tal como o hino e a bandeira, cabendo-lhe a função de representar o país para si mesmo<sup>66</sup>.

Mas ao que bem proximamente interessa ao meu estudo, o enfoque da cidade *metonímia*, passa menos pela questão da “capitalidade” e mais por um estatuto construído com o concurso da mídia, pelo menos no que se refere ao recorte temporal aqui trabalhado. Daí a ênfase aos meios de comunicação, ao rádio e, sobretudo, à Rádio Nacional: *Alô, alô Brasil*, espécie de trombeta arregimentadora, integrando a Nação, não tivesse sido este o objetivo da emissora, desde a sua criação.

Mas o cenário carioca e a rede que o tecia, articulava o rádio com sua programação plural, as Revistas, gênero teatral popularmente conhecido como Teatro Rebolado, muito em voga no período, a mídia impressa consubstanciada em jornais e revistas e, insistindo, muita publicidade.

### **3.2.2 *Cheia de encantos mil: fisionomia da paisagem sonora do Rio de Janeiro, entre 30 e 50: interações entre Rádio, Teatro de Revista e Cinema***

A vertente temporal aqui contemplada (1930-1950) é momento em que várias das nossas manifestações culturais experimentam, justamente por conta das inovações tecnológicas e aceleração da urbanização, cujo ritmo se intensifica, reconfigurações que cobram olhar mais detido.

---

65. Ana Lúcia Gomes, op.cit.

66. Maria T. Negrão de Mello. O espetáculo dos moradores do símbolo...op.cit.p.9.

O Carnaval, por exemplo, já abordado anteriormente, encontra agora na *Era do Rádio* um instrumento fundamental. O rádio permitirá a difusão, comercialização e consumo tanto das marchinhas carnavalescas, bem como do samba, antes restrito a uma parte da população, a gente do morro.

Oliven<sup>67</sup> é um dos autores que enfoca o período para nele assinalar expressões culturais como o carnaval e o futebol, cujas respectivas dinâmicas acaba por situá-los como símbolos da identidade nacional. De fato, assim como o Hino Nacional e a Bandeira, efetiva e intencionalmente símbolos pátrios “objetais”, para ficarmos com Bourdieu<sup>68</sup>, tem-se também as manifestações culturais que, ao longo de um processo, acabam apropriados pela sociedade e pelo Estado, como símbolos da identidade nacional conforme observa Oliven.

Então, um conjunto de manifestações culturais passa por metamorfoses, caso do carnaval e do futebol a partir dos anos 30. Não por acaso, quando nos detemos na observação da fisionomia do período e seus traços políticos, vemos também as agremiações carnavalescas que naquele momento são legalizadas. Os desfiles são oficializados e financiados pelo Estado e, a partir dali, todas as Escolas de Samba são “solicitadas a colaborar com a propaganda patriótica oficial, eminentemente ufanista, iniciou-se a tradição de escolha dos enredos capazes de estimular o amor popular pelos símbolos da pátria e as glórias nacionais”<sup>69</sup>. Aliás, entre 1943 e 1945, os concurso sob patrocínio da Liga de Defesa Nacional, recebeu os prêmios das mãos de um general do Exército.

Mas não eram apenas os sambas-enredo que faziam o carnaval da “vida como ela era”. Eram tempos também das marchinhas, insistentemente veiculadas pelas emissoras de rádio, especialmente pela Rádio Nacional. Naquele auditório acima citado legiões de fãs compareciam distribuindo-se entre ardorosas fãs de Emilinha Borba e Marlene. As marchinhas carnavalescas repetidas nas programações de rádio davam o tom ao carnaval de rua, de salão e muitas delas são repetidas no Tempo Presente, pois atravessaram gerações e tem hoje seu lugar na memória musical brasileira.

Data do ano de 1935 uma canção que muito embora não se incluía propriamente no repertório do calendário momesco, não poderia ser ignorada ao falar sobre símbolos

---

67. Ruben Oliven. *Violência.... op.cit.*)

68. Pierre Bourdieu. *Economia das trocas simbólicas*. São Paulo: Perspectiva, 1992.

69. José Ramos Tinhorão, apud. Oliven. *op.cit.* p.69.

da identidade. Refiro-me à música de autoria de André Filho, por ele gravada e também por Aurora Miranda, irmã de Carmen, *Cidade Maravilhosa*, que acabou, como sabemos, sendo o hino da cidade: “De versos singelos, melodia fácil, é música que desde então desperta alegria e entusiasmo cívico nos cariocas e em outros brasileiros”<sup>70</sup>. Permito-me compartilhar com meus possíveis leitores, brasileiros (cariocas, ou não), uma experiência também singela mas que dialoga com as questões identitárias estudadas pelos teóricos. Quem não se lembra, quem já não se pegou assoviando, cantarolando, acompanhando a letra decor, ou seja *de coração*? Vamos lá:

Cidade Maravilhosa,  
Cheia de encantos mil,  
Cidade Maravilhosa,  
Coração do meu Brasil (Bis)

Berço do samba e das lindas canções  
Que vivem n’alma da gente...  
És o altar dos nossos corações  
Que cantam alegremente.

Jardim florido de amor e saudade,  
Terra que todos seduz...  
Que Deus te cubra de felicidade  
- Ninho de sonho e de luz.<sup>71</sup>

Se, como anota Maffesoli “há uma linha vermelha que delimita o ‘espírito do lugar’, isto é, aquilo que faz com que o tempo ganhe forma”<sup>72</sup>, no caso da Cidade do Rio de Janeiro o tempo atravessa temporalidades pelos trabalhos da memória e a forma

---

70. Salvyano Cavalcanti de Paiva. *Viva o rebolado: vida e morte do teatro de revista*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991. p.406.

71. Idem, p.406.

72. Michel Maffesoli. *Notas sobre a pós-modernidade: o lugar faz o elo*. Rio de Janeiro: Atlântica Editora, 2004

territorial se desterritorializa, amplia-se de modo a instaurar um sentimento de pertença que ignora fronteiras e interpela cariocas/brasileiros aos primeiros acordes da música *Cidade Maravilhosa*.

E é para a construção desta representação do Rio de Janeiro como *metonímia do Brasil* que o rádio exerceu um papel fundamental, a partir do seu deslanche.

Aliás, o *entusiasmo cívico* mencionado no fragmento acima transcrito se expressa fortemente no sambas exaltação da época, alguns deles símbolos da identidade brasileira internacionalmente conhecidos. Cito por exemplo, além da já mencionada *Onde o céu azul é mais azul* esta espécie de hino *Aquarela do Brasil*, consagrado samba de Ari Barroso, veiculado no ano 1939, ocasião em que aparece incluído no repertório do musical *Entra na faixa*, cujo elenco contava com Oscarito que mais tarde se consagraria como astro de cinema.

### **3.2.2.1 *Sassaricando*: Rádio, Música e Teatro de Revista**

Ao *Teatro Rebolado*, tão bem historiado na obra de Paiva, famosas vedetes davam o tom para um divertimento que no período conhece fulgurante apogeu e vive seu declínio já ao final dos anos 50. No auge das Revistas, os palcos cariocas eram povoados por vedetes como: Dercy Gonçalves, Carmen Verônica, Mara Rúbia e, claro, Virgínia Lane. Um elenco de mulheres cujos corpos esculturais encantavam os frequentadores de platéias superlotadas e deleitavam transeuntes que paravam nas bancas, encantando-se com as fotos estampadas nas capas de revistas.

Os títulos dos espetáculos eram, por si, um show a parte, ora efetivamente picantes, ora com ingênua malícia construída com onomatopéias ou breves frases de duplo sentido, sempre com muita gíria buscadas nos discursos cotidianos em circulação. Aqueles musicais tematizavam acontecimentos da época praticando bem-humorada crítica política, neste aspecto sempre sob o crivo de uma vigilante e implacável censura. É bem verdade que algumas delas evidenciavam simpatia por *Gegê*, apelido carinhoso, conquistado por um ditador que habilmente sabia manejar uma retórica nacionalista.

Neste passeio pelo o tempo do *Teatro Rebolado* em seus nexos com o rádio e a vida cotidiana no Rio de Janeiro, chego aos primórdios dos anos 50. Na cidade *cheia de encantos*

*mil*, a censura era, finalmente, página virada (pelo menos no balizamento temporal desta tese que se demarca antes da fisionomia brasileira a partir de 1964). Naquela *vida como ela era*, Vargas é deposto em 30/10/45 e a redemocratização seguia seu percurso em meio aos reclamos de remanescentes “queremistas”, admiradores de Getúlio Vargas. Conforme assinala acima, Vargas é eleito e retorna ao poder no ano de 1952.

O Rio de Janeiro *sassaricava*, gíria incorporada ao vocabulário da época e mote da música *Sassaricando*, marchinha carnavalesca de sucesso incluída no repertório de Revista na qual Virgínia Lane brilhava como vedete principal, apresentando o quadro *Figurinha Difícil*. Foi evidente, por óbvio, meu entusiasmo ao encontrar, no momento da pesquisa, a informação de Paiva:

naquele tempo, o forte era colecionar figurinhas de atletas de futebol, de artistas do teatro e cinema, de vultos históricos, e o prazer [...] consistia em completar álbuns [...] o carioca extrapolou o sentido: mulher arredia, cheia de não-me-toques, ou aventureira, ou namoradeira, ou antipática, virou figurinha difícil<sup>73</sup>.

### **3.2.2.2 O cinema falado é o grande culpado da transformação?: O cinema norte-americano e a chanchada brasileira**

Mas neste vaivém em busca de traços fisionômicos há que buscar também o cinema, vetor que se integra ao cenário, pois em 1931 temos o nosso primeiro *talking film*. Mas Máximo e Didier<sup>74</sup>, biógrafos de Noel encaminham análises que bem de perto dialogam com meus focos de interesse nesta tese

a influência do cinema saiu dos limites da novidade e da arte para se instalar em praticamente todos os setores da vida brasileira. Principalmente na moda. As mulheres passaram a se vestir, pentear e pintar conforme gostem de se vestir, pentear e pintar, conforme gostem de se parecer com Janet

---

73. Paiva, op.cit. p.582.

74. João Máximo e Carlos Didier. *Noel Rosa: uma biografia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília: Linha Gráfica Editora, 1990.

Gaynor ou Jean Harlow, Key Francis ou Ruth Chatterton, Irene Dune ou Greta Garbo. Os homens afinam seus bigodes até ficarem como Ronald Common, treinam o sorriso cínico de Douglas Fairbanks, espicham as costeletas à maneira de Fredric March. Simultaneamente ao filmes, uma boa parte deles musicais, a Odeon e a Victor lançam em seus suplementos discos originais ou com letras em português...<sup>75</sup>

E meus interlocutores ainda ponderam “mas é claro que o cinema falado não foi o culpado da transformação”<sup>76</sup>. E, sem dúvida, o talento de Noel que não era propriamente um xenófobo, exagerou na crítica ao atribuir a culpa a uma americanização que nos chegava de várias maneiras transformando o cenário com um cortejo de desdobramentos

Sobretudo no pós-guerra o *american way of life* vai mostrar sua face mais obviada e persuasiva valendo-se de todos os suportes disponibilizados por uma eficiente e cada vez mais florescente Indústria Cultural. Quanto à publicidade, aspecto que retomarei ao final desta tese, antecipo que, ousadamente, a Myrta/Eucalol desviou-se da modelização de atrizes norte-americanas em seus anúncios.

Com o cinema falado conviveu ainda, por algum, tempo o cinema mudo e os chamados *pianeiros* se incumbiam da trilha sonora da cidade com suas participações durante a exibição dos filmes e nas apresentações que precediam as sessões. Os exemplos de atores e atrizes norte-americanos citados por Máximo e Didier irão, aos poucos dando lugar a uma galeria composta por Elizabeth Taylor, com seus olhos cor de violeta, Beth Davis e Joan Crawford que prosseguiam em suas promissoras carreiras, a infantilizada Dóris Day em musicais românticos, Clark Gable, Tyrone Power, Humprey Bogart, mais tarde Elvis Presley entre tantos outros, e já a sensualidade de Marilyn Monroe, em um período posterior e próximo.

No cinema brasileiro da época, não raro o elenco de artistas do rádio e dos espetáculos teatrais atuavam, sobretudo nas bem-sucedidas comédias musicais da Atlântida. Brillavam naquele momento Dercy Gonçalves, os inesquecíveis Oscarito e Grande Otelo, Eliana Macedo, a sanfoneira Adelaide Chioso, Ivon Coury dentre tantos outros de cujas

---

75. Idem, op.cit. p.242

76. Ibidem.

vidas se nutria a Revista do Rádio, espécie de Caras da época. Grande parte do pessoal do cinema atuava também nas boates e Cassinos da Cidade Maravilhosa.

A formação da dupla Otelo e Oscarito coincide como ano de 1945, final da Segunda Guerra Mundial. O sucesso foi enorme e filas de espectadores eram formadas às portas dos cinemas e consistiam um programa para as matinês domingueiras. Era o público atraído pelos enredos hilários, pela graça dos atores e muita, muita música que, evidentemente, a Rádio Nacional não deixava de incluir em sua programação, sempre plural.

No cenário conviviam o samba em variadas expressões, abrindo espaço para vozes privilegiadas de Dalva de Oliveira, Nora Ney, Ângela Maria além do vozeirão de Jorge Goulart, do romantismo de Carlos Garlhardo, Orlando Silva, compondo uma lista considerável. Dick Farney com voz suave era também um pianista e incluía em seu repertório músicas norte-americanas. Cauby Peixoto ficou famoso com seu fã clube de moças arrebatadas. A convivência entre gêneros e estilos dava o tom, o samba assegurava o seu lugar, deixando espaço também para o *fox-trot*, os boleros e a música regional do nordeste. Tudo como convém à fisionomia sonora de um Rio de Janeiro que era também o Brasil.

### **3.2.2.3 O pós-guerra: trabalhismo e reconfiguração da figura do malandro. Carmen Miranda: *a pequena notável***

Mas nesta minha *trilha sonora* cabe ainda lembrar, na cenografia carioca, duas figuras que marcaram o período, tais sejam, a imagem do malandro e suas representações na música e Carmen Miranda, *a pequena notável*. A figura do malandro, com suas complexidades, ensejou reflexões nas áreas de literatura, antropologia, sociologia e história consubstanciadas em livros e trabalhos acadêmicos. Não obstante meu interesse, seria desviar-me por demais dos meus objetivos, entrar em maiores digressões. Na minha “coleção” recortada, lembro o interessante estudo de Patrícia Nogueira Silva<sup>77</sup> que muito proximamente dialoga com o meu, pois a autora cuida de cenarizar a cidade do Rio de Janeiro pela via da contrastação do Rio de Janeiro de Noel e o de Chico Buarque de

---

77. Patrícia Nogueira Silva. *Enredos cariocas em palavras cantadas: a cidade do Rio de Janeiro do século XX, nas representações de Noel Rosa e Chico Buarque*. Dissertação de mestrado PGHIS-UnB, 2004.

Holanda, tomando como base empírica, um *corpus* constituído de músicas (palavras cantadas). Ali aparecem as lendárias disputas entre Wilson Batista e Noel cujos belos sambas redesenham inspiradas emulações entre o que seria *um rapaz de bem e um rapaz folgado*.

Já Oliven<sup>78</sup>, alude ao processo de apropriação e ressemantização do tema malandragem na nossa música popular. Refere-se a traços como o “horror ao batente”, a valentia, a lábia e a ginga, atributos que compõe as representações historicamente engendradas da imagem do malandro para quem “viver de expedientes” era uma alternativa e tática de sobrevivência. Mas no pós-guerra, aquela exaltação da malandragem é obscurecida nas letras valorizadoras do trabalho, não fosse este um argumento pivô do discurso varguista.

Interessante observar na ambiência do pós-guerra e da política da boa vizinhança as incursões de Disney em quem sobrou talento e ideologia para a criação do Zé Carioca, um malandro domesticado, engraçado e desbastado de qualquer atributo pernicioso. E por falar em Disney, falo também em Hollywood e falo também em Carmen Miranda, cuja trajetória hoje pode situá-la como um ícone do período. *A pequena notável* intérprete de obras primorosas como *Tai* e tantos outros sucessos apresentados no Brasil e nos Estados Unidos por uma incrível atriz com seus turbantes, balangandãs e ar brejeiro que a todos seduzia.

#### **3.2.2.4 Anos finais do período: a Bossa Nova e uma Nova Bossa - a Tevê**

E a *Cidade Maravilhosa* prosseguia cantando e alcança os finais dos anos 50 ostentando novos traços também marcantes para a sua fisionomia. No cenário, acordes da *Bossa Nova* se insinuam e no Rio de Janeiro “... um cantinho, um violão...” Não mais os filmes da Atlântida, não mais a exclusivização de Hollywood, não mais o mundo das chanchadas e ao rádio, não obstante seu assegurado lugar, já não cabia o espaço hegemônico que, a partir dali, partilhava com uma grande novidade: a Televisão.

Segundo Napolitano<sup>79</sup> “no início de 1959, o panorama musical brasileiro foi um sussurro que virou terremoto”. Napolitano se refere à *Bossa Nova* e a voz sussurrada

---

78. Ruben Oliven. *Violência*. op.cit. p.65-6

79. Napolitano. *Cultura* .....p.29.

de João Gilberto com seu violão. Era a nova onda que alcançava um setor moderno da classe média que se ampliara na esteira do desenvolvimentismo industrializante de JK. Era o som moderno “emoldurando palavras cantadas” falando sobre amores, paisagens e sem as desabridas paixões presentes em muitas das letras aboleradas daquele tempo. A *Bossa Nova* arregimentou desde logo nomes como Carlos Lira, Antonio Carlos Jobim e Nara Leão, uma espécie de pequena musa. Encontros e reencontros entre grupos desenharam entrosamentos entre a nova proposta e o samba do morro com seus melhores representantes.

De gênero musical a estilo de vida foi um passo para um percurso no qual a onda modernizante acabou sendo apropriada pela publicidade. “O Brasil assistiu a uma febre bossanovista: havia automóvel bossa nova, geladeira bossa nova, moda bossa nova e até o presidente que se retirava do poder passou a ser chamado presidente bossa-nova”. Não sei como foi apelidado o presidente que o sucedeu. Melhor, até sei, Jânio Quadros era o *homem da vassoura*, cuja desconcertante renúncia parecia agourar a outra bossa política que em breve chegaria mas que não se inscreve no balizamento temporal recortado para esta pesquisa, que toma o final dos anos 50 como um ponto de inflexão, para em seguida saltar para o Tempo Presente.

Para fechar este encontro com *a vida como ela era*, reoriento o olhar, deslocando-me da fisionomia sonora do Rio de Janeiro para, por último e não menos importante, centrar-me na cenografia desenhada pelo mundo impresso. Da *coleção*, seleciono o humor com suas *figurinhas carimbadas*, confiando que a interação entre outros suportes da época como, por exemplo, os quadrinhos anteriormente referidos, encontre no próximo item a vitrine desejada. Por outra parte, como se verá, de tais aspectos meus narradores também se ocuparão no próximo capítulo.

### **3.2.2.5 “Nada é uma faca sem cabo que lhe falta lâmina”: talento e ironia a serviço do humor daquele tempo**

Abro este sub-item tomando por empréstimo uma das muitas máximas do autodenominado Barão de Itararé, Aparício Torelly, referência do humor e da cultura brasileira cuja presença marcante na fisionomia do período perpassa as duas vertentes aqui consideradas. Importância do Barão é lembrada na apresentação do Almanhaque,

fac-similar para 1949, incluída no chamado “Projeto Barão”<sup>80</sup>.

O Barão de Itararé é personagem que com sua verve e ousadia animou com bem humoradas sacadas, pelo menos quando não estava preso, a cena cotidiana do Rio de Janeiro. Aliás, mesmo preso, há saborosas histórias relatadas por Graciliano Ramos sobre o tempo em que ambos estiveram no presídio<sup>81</sup>.

Jornalista e humorista, foi um crítico ácido, inteligente e elegante da realidade que o cercava no período compreendido entre os anos 20 até a década de 50 do século assado.

No jornal denominado Manha, título que parodiava *A Manhã*, exerceu funções de jornalista e editor de anúncios, ocasião em que trabalhou com Mário Rodrigues, irmão de Nelson. Os Almanhaques igualmente parodiavam os Almanagues, muito em voga na época. Como observam Andre e Papi, há pouco citados,

Torelly faz a ponte entre o velho reclame e os modernos anúncios [...] sendo assim, podemos também considerá-lo um pioneiro das chamadas duplas de criação, compostas de um redator e um artista gráfico. Jaguar tomando o ratinho Sig como suporte para falar sobre o Barão diz que ele é “bisavô do Pasquim”<sup>82</sup>.

A famosa e ironicamente lembrada batalha que não ocorreu, episódio que se inscreve na Revolução de 30, justamente porque não ocorreu ou como se diria na gíria política atual “deu em pizza”, ressonâncias da nossa já aludida “conciliação”, justamente porque não ocorreu, inspirou-lhe o título irônico – Barão de Itararé.

Aparício Torelly foi um jornalista cuja arguta percepção da sociedade em que vivia foi registrada em tiradas que integram um vasto repertório que fez rir gerações. E faz ainda, conforme ocorreu comigo à leitura do Almanhaque 49, um momento hilário da pesquisa que me fez “gargalhar à larga”, gíria da época lembrada por André e Papi.

Outro personagem que anima a cena humorística do período é o *Amigo da Onça*,

---

80. Aparício Torelly. *Almanhaque para 1949, Primeiro Semestre, ou, “Almanhaque d’A Manha”*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo; Imprensa Oficial do Estado, 2003.

81. Idem p.XII.

82. Idem.

criação de Péricles que atuou na já citada revista *O Cruzeiro*, na qual atuaram também Alceu Penna<sup>83</sup>, com as famosas *Garotas do Alceu* e Carlos Estevão.

Para os propósitos desta tese, antes de falar sobre Péricles, abro um pequeno parêntese para uma observação interessante. No material selecionado para consulta incluí a busca por alguma obra sobre Alceu Penna. Encontrei no livro de Gonçalo Junior importantes informações sobre o lugar que ocupavam as *Garotas do Alceu*, uma referência *da vida como ela era*. “Todas as semanas chegavam centenas de cartas de garotas de todo o Brasil que lhe pedem modelos exclusivos. As ‘Garotas de Alceu’ são vistas como marca registrada do bom gosto juvenil de todo o país”<sup>84</sup>. Perfeito, na verdade desde o título, a cidade do Rio de Janeiro no suportes das *Garotas* confirmava a representação de um Rio de Janeiro, “metonímia do Brasil”.

Mas voltando a Péricles também ele uma referência do período, lembro que sua aparição data do ano de 1943 e cumpre um percurso que alcança os primeiros anos da década de 60. O *Amigo da Onça* é personagem popular cuja complexidade ensejou estudos como, por exemplo, o do historiador Marcos Silva<sup>85</sup>. “O *Amigo da Onça* surge como corporificação de todos os lugares, fonte de força e segurança para quem aceitar suas regras: ou se é o que ele quer ou se permanece na dramática condição do outro”<sup>86</sup>. No desenvolvimento de sua argumentação Silva lembra uma sociedade em que a condição masculina e a naturalização de seus poderes parece ser ainda uma norma. O *Amigo da Onça* sugere com suas tiradas uma reflexão sobre lugares e papéis, questões identitárias para as quais o humor e o traço, como equipamentos retóricos, põem a nu práticas vigentes na sociedade.

Dialogando com Benjamin e refletindo sobre charges, ironia e humor, Thereza Negrão refere-se a

uma dimensão de amargura por parte do sujeito-suporte que as veicula. É possível, então, atribuir ao trabalho do cronista do humor, a mesma análise

---

83. Gonçalo Junior. *Alceu Penna e as Garotas do Brasil: moda e imprensa no Brasil – 1930/1980*. São Paulo: CLUQ, 2004.

84. Gonçalo Junior.p.94.

85. Marcos Antonio da Silva. *Prazer e poder do Amigo da Onça (1943-1962)*. Rio de Janeiro: Paz e Terra 1989.

86. Idem. p.219

que fez Benjamin ao considerar a obra Proust: “ pelo riso, ele não suprime o mundo, mas o derruba no chão, correndo o risco de quebrá-lo em pedaços, diante dos quais ele é o primeiro a chorar<sup>87</sup>.

Parte da obra imortal de Péricles aparece na publicação prefaciada por Jota e Millôr Fernandes<sup>88</sup> na qual o leitor é brindado com noventa e cinco páginas das melhores piadas do *Amigo da Onça*. Folheá-las significa rir muito e também pensar muito, pois ali está a filosofia do *Amigo da Onça*, personagem a quem Péricles emprestou sua criatividade, seu traço inconfundível e um humor reflexivo, popular e intrigante. Segundo Jota Péricles foi “uma figurinha difícil” título do breve comentário colocado em *Box* no prefácio e que merece transcrição:

#### Uma figurinha difícil

Mesmo após a morte de seu criador, a revista *O Cruzeiro* ainda teimou em manter vivo o *Amigo da Onça*. Para isso convidou Carlos Estevão, que foi amigo de Péricles. A reação do desenhista foi de espanto: “Eu substituir o Péricles? Vocês estão ficando loucos?”, perguntou. Mas acabou fazendo o serviço. E muito bem feito. Foi o único que conseguiu fazer um *Amigo da Onça* à altura de seu criador, chegando a inovar o personagem. Mas Carlos Estevão morreu em julho de 1972 e o personagem ficou órfão de seu segundo pai. A revista ainda tentou passar a criança para outros desenhistas, mas ninguém conseguiu acertar o traço. Além do que os Diários Associados já estavam em um processo de franca decadência e a revista *O Cruzeiro* não era mais aquela. Mas aí já é outra história<sup>89</sup>.

No próximo item, conforme fiz no anterior, uma “coleção” de imagens dialoga com a narrativa focada na “vida como ela foi” e na “vida como ela era”. Apresento em seguida os capítulos quarto e quinto, que como se verá, privilegiam as fontes orais.

---

87. Maria Thereza Negrão de Mello. *O espetáculo dos...* op.cit. p.147

88. A OBRA IMORTAL DE PÉRICLES – O AMIGO DA ONÇA. São Paulo: Busca Vida, 1987.

89. Idem. s.p.

### 3.3 Estampas Cariocas: Coleção Rio de Janeiro anos 30 e 50

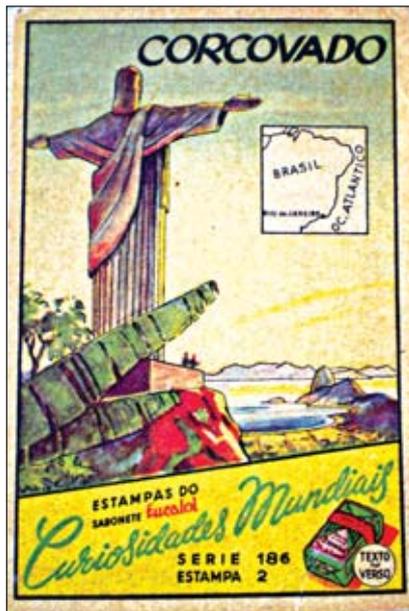


Figura 1

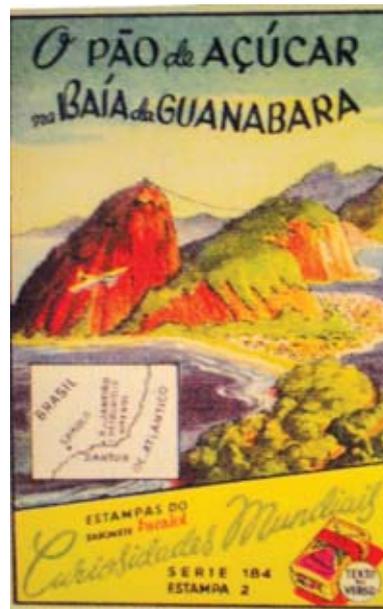


Figura 2

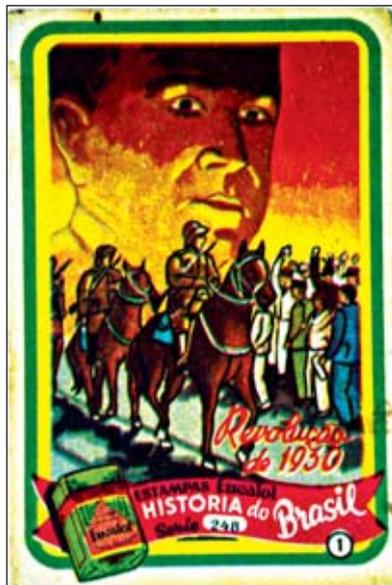


Figura 3

**UM NOVO SPORT!**  
COLLECCIONAR AS INSTRUCTIVAS E INTERESSANTES  
**ESTAMPAS DO**  
SABONETE TOILETTE  
**Eucalol**  
A BASE DE EUCALYPTO

INNUMERAS SERIES  
CADA SERIE 6 ESTAMPAS  
PARA SEREM COLLOCADAS  
EM BONITOS  
ALBUNS ESPECIAES  
Cada caixa EUCALOL  
deve conter 3 estampas  
EXIJAM CAIXAS CONTENDO  
ESTAMPAS

Anúncio publicado na revista  
O CRUZEIRO em 19/07/1930

Figura 4

Figuras 1 e 3, Acervo próprio  
Figuras 2 e 4, Samuel Gorberg. *Estampas*, op.cit.



Foto da queima da primeira bandeira que foi a do Distrito Federal, conforme registrado em reportagem na revista CARETA de 04 de Dezembro de 1937 - coleção Elysio de Oliveira Belchior

Figura 5



Figura 6



Figura 7



Figura 9

**O novo  
RADIO VICTOR  
para 1931**

**COMPLETAMENTE NOVO...  
INTEIRAMENTE DIFFERENTE!**

Em pouco tempo o novo Radio Victor para 1931 tornou-se o instrumento de música do qual mais se tem falado desde a época da primeira Victrola.

É absolutamente moderno, possui melhoramentos até hoje inteiramente desconhecidos. É uma novidade em aparência, em construção e... em funcionamento.

Com a nova Electrota e mecanismo para gravar discos em esta proporção a melhor das direções. O novo Radio Electrota Victor, não só reproduz os programas de rádio com pureza, como também os discos Victor, eletricamente, com uma beleza, considerada como incomparável a qualquer outro meio de reprodução. E pela primeira vez, com este instrumento de música completo, V. S. poderá gozar do prazer de gravar discos com a sua própria voz - "instantaneous vocers", que serão "a vida de uma reunião".

Só a Victor, com os seus 31 anos de experiência, poderia criar o novo Radio Victor. Só os incomparáveis recursos da Victor poderiam proporcionar-vos este esplêndido aparelho por um preço tão modesto.

Agora, todos podem possuir um Radio Victor. Visite o nosso estabelecimento, ou o de qualquer revendedor Victor, e escolha o modelo que mais lhe agrade.

**Modelo RE-37**

Instrumentos em um? O novo Radio Victor microsincronizado de 5 circuitos e válvulas de placa blindada, a nova Electrota Victor e o mecanismo para gravar discos em casa. Grava e reproduz eletricamente, em sua própria casa, a sua própria voz ou trechos de música de rádio.

**ENTRADORAS DESENER:**  
**PAUL J. CHRISTOPH COMPANY**  
Ostler, 96 - RIO DE JANEIRO, 23 - S. PAULO

Figura 8

Figura 5 Samuel Gorberg. *Estampas...* op.cit

Figura 6 SEMANA DE ....op.cit.

Figura 7 Figurinhas dos Cigarros Castelões, Acervo próprio

Figura 8 Careta nº 1176, 03/01/31, BCE/UnB -Obras Raras

Figura 9 - Revista FON-FON, nº 41, 11/10/41.

Acervo próprio



Figura 10



Figura 11



Figura 12



Figura 13



Figura 14



Figura 15



Figura 16

Figura 10 Sérgio Cabral. Grande Otelo - *uma biografia*. São Paulo: Ed.34, 2007, p.88

Figura 11 Postal. Acervo próprio

Figuras 12, 13, 14 e 15. Daniel & Susan Cohen. *500 grandes filmes*. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1994.

Figura 16 João Máximo e Carlos Didier. *Noel Rosa - uma biografia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília; Linha Gráfica Editora, 1990.



Figura 17



Figura 18

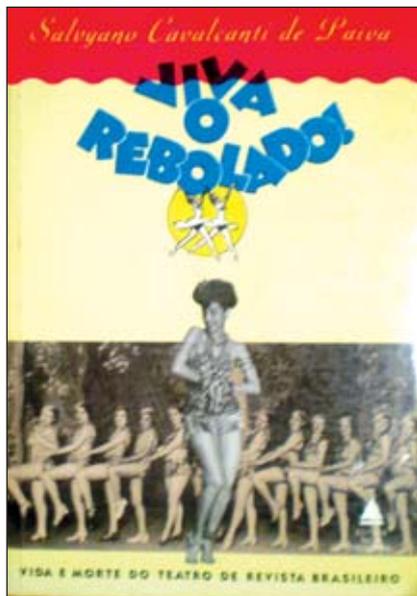


Figura 19



Figura 20



Figura 21

Figura 17 e 18 João Máximo e Carlos Didier. *Noel Rosa - uma biografia*. Brasília: Editora Universidade de Brasília: Linha Gráfica Editora, 1990. Figuras 19 Salvyano Cavalcanti de Paiva. *Viva o Rebolado. Vida e morte do Teatro de Revista Brasileiro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991. Figura 20 e 21 Almanaque para 1949. Aparício Torelli; São Paulo: Editora da Universidade São Paulo; Imprensa Oficial do Estado, 2003, p.87.

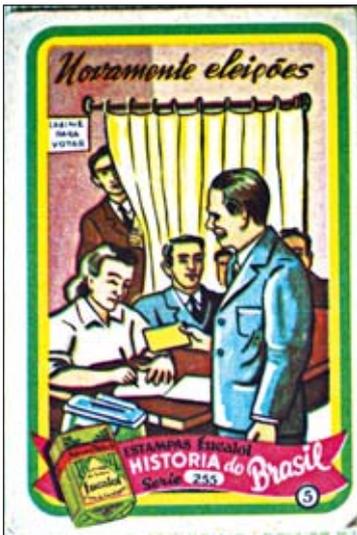


Figura 22



Figura 23



Figura 24



Figura 25



Figura 27



Figura 26



Figura 28

Figura 22 e 23 Estampa Eucalol e Selos, acervo próprio; Figura 24 Almanhaque.....p. 60; Figura 25 O Cruzeiro, 04/04/53; Figura 26 O Cruzeiro, 25/04/53; Figura 27 ABSTRATA BRASÍLIA CONCRETA. São Paulo, 2003. Figura 28 SAUDADES DO BRASIL - A ERA JK. São Paulo: MASP, 1992. p. 53.

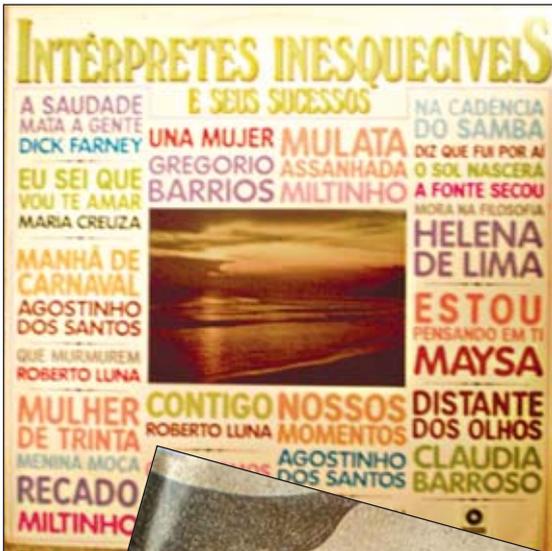


Figura 29



Figura 30

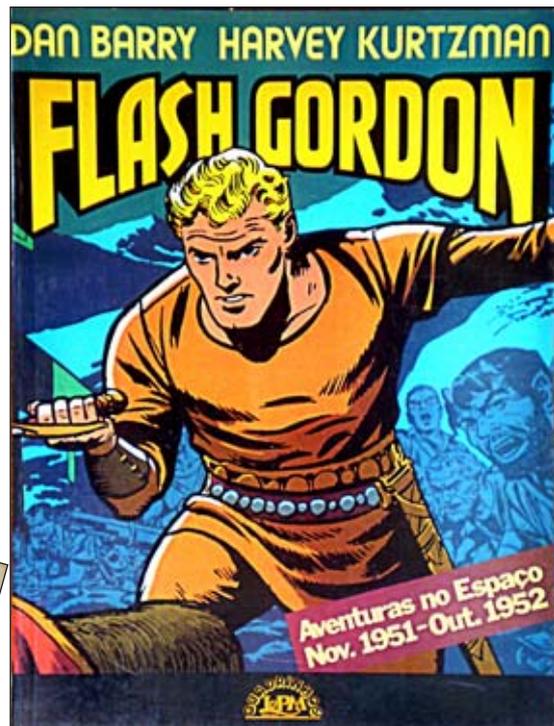


Figura 31



Figura 32



Figura 34



Figura 33

Figura 29 Intérpretes Inesquecíveis. São Paulo: SIGLA, 1984; Figura 30 Bossa Novas - CARAS. São Paulo: CARAS, s.d.; Figura 31 Flash Gordon. Porto Alegre: LP&M, 2002. Figuras 32 e 33 Daniel & Susan Cohen. *500 grandes filmes*. Rio de Janeiro: Ao Livro Técnico, 1994; Figura 34 SAUDADES DO BRASIL - A ERA JK. São Paulo: MASP, 1992.



## PARTE C

### Experiências, memórias e reativações: narradores do Tempo Presente

#### Capítulo IV

##### Lembranças: contadores de uma história

Mapear, colecionar, separar, agrupar, alinhar. Resumindo, vem sendo esta a minha conduta para a montagem da narrativa, até aqui construída com o suporte do diálogo entre o texto escrito e imagens, na convicção de que a iniciativa me possibilita contar uma história.

Nestes dois últimos capítulos, conforme antes anunciado, a base empírica privilegia as fontes orais. Especialmente neste quarto capítulo, o *escrevinhador*, feliz expressão de Vargas Lhosa que já em páginas anteriores tomei por empréstimo, aparece em brevíssimas e pontuais incursões. Em seu lugar entra agora o *escutador* em que me transformei, buscando assim filiar-me à conduta adotada por Ecléa Bosi<sup>1</sup>.

O momento é o da deflagração da memória de meus narradores cujas lembranças, vivências e experiências cobraram-me um esforço de aprimoramento da escuta atenta e da árdua tarefa posterior que significou compatibilizar e editar as muitas horas de gravação. Tudo me parecia e me parece ainda muito importante, mas as falas gravadas e transformadas em textos teriam que passar por ajustes compatíveis ao espaço disponíveis nesta tese.

De todo modo, esforcei-me em preservar ao máximo o que ouvi, pelo menos selecionando os fios que dialogam com aspectos abordados nos capítulos anteriores e concorrem para a composição da trama que venho construindo. Com a palavra, meus narradores. Doravante “quem comanda a narração não é a voz, é o ouvido”<sup>2</sup>.

#### 4.1 O incrível mundo dos tipógrafos

##### 4.1.1 Zózimo Barbosa<sup>3</sup>

*“Existiam muito mais dificuldades do que no momento. Você vê que a gráfica, antigamente, fazia uma página em monotipo, você tinha que ter um cuidado tremendo na hora de engradar aquilo na máquina para ser impresso, para não quebrar, não desmanchar, porque muitas vezes desmanchava a página, a impressora desmanchava a página e você tinha que ir lá e fazer tudo de novo”.*

Não me foi muito difícil chegar até este meu primeiro narrador. Já havia trabalhado com ele, muitos anos antes e desde dessa época já me encantava em ouvir suas histórias sobre como havia começado nas Artes Gráficas, lá no Rio de Janeiro, anos 20, 30. Moramos no mesmo bairro. Aqui um pouco do que vem da experiência de um profissional das Artes Gráficas, não do passado, mas do eterno presente que se irradia de suas lembranças.

---

1. Ecléa Bosi. op.cit.

2. Ítalo Calvino. op.cit. p.1-3.

3. Entrevista realizada em sua residência, em 02/08/2007, em Brasília, DF.

De início o propósito da entrevista foi esclarecido. Ele constava de um grupo de narradores que incluiria ilustradores, colecionadores, publicitários e artistas gráficos. Esclareci também que a memória e suas experiências seria, na verdade, o fio condutor do meu trabalho, desobrigado, portanto, de perguntas pontuais, daí o convite para que ele falasse, fazendo o percurso e escolhas que quisesse.

Meu narrador inicia sua fala com a Imprensa Nacional.

A Imprensa Nacional tinha litografia desde que eu entrei lá em 44, só que, a litografia era utilizada apenas, pelo que eu me recordo, assim, para fazer mapas, para fazer certas coisas. As capas antigamente tinham cinco impressões. O cara no final dava o preto para fazer aquele acabamento.

Mexia com tipografia, só tipo de impressão manual e a Imprensa já tinha máquinas automáticas, tinha até rotativa, lá, então, a coisa era bem mais avançada só que a imprensa não era um casa especializada em trabalho a cores.

Fazer livro além de cultura também é divertimento

Sou Zózimo Barbosa de Assis, natural de Macaé, no estado do Rio e comecei minha vida gráfica na minha própria cidade, na Gazeta de Macaé onde trabalhei uns três ou quatro anos, não me lembro quantos, de lá fui para o Rio de Janeiro, já empregado na Revista da Semana, uma formidável gráfica que tinha quatro ou cinco revistas semanais e uma mensal muito famosa que era o Eu Sei Tudo, era o Almanaque do Eu Sei Tudo, tinha a Revista da Semana, Esporte Ilustrado e trabalhei lá até me chamarem para Imprensa Nacional, onde entrei em 08/05/1944, por coincidência, dia que findou a Guerra Mundial, trabalhei lá durante quarenta anos. Em setenta vim pra Brasília, sessenta, sessenta e um, vim trabalhei em algumas gráficas.

Fiz o meu primeiro grande teste no Rio de Janeiro, porque eu já era tipógrafo, mas nós não tínhamos trabalho em Macaé com a desenvoltura do Rio de Janeiro, nós fazíamos jornal lá manual, que era impresso semanalmente e a revista saía toda semana quatro ou cinco, foram cinco revistas.

A tipografia tinha monotipo. Macaé era só caixa, só tipo de caixa e mais nada é tipografia mesmo. Já na Revista da Semana, não, tinha monotipo, mas era tudo em fundição, não era nada feito à mão, tinha clichéria, era outra coisa e a revista era ilustrada, nós tínhamos a Cena Muda, poderosa. Revista de cinema era um espetáculo. Naquela época, ainda não se fazia o texto ilustrado, era só a capa da revista que tinha ilustração a cores e, lá na revista, eu tive treinamento muito grande e logo a seguir eu fui para a Imprensa Nacional onde o campo foi enorme, tive muita condição de trabalho, além do que, tinha cursos, passei oito anos estudando dentro da Imprensa Nacional. Comecei com o curso básico e fui até o curso técnico, não fui fazer um estágio nos Estados Unidos, como era comum aos que terminavam os porque o Governo, na época, não tinha mais verba para isso, encerraram, mas eu, inclusive, tive direito a isso, a fazer um curso nos Estados Unidos. Conheci algumas gráficas, gráfica Ronel, trabalhei lá bastante tempo fazendo bico. Fui linotipista diplomado e paginador, nem se fala. Eu paginava

livros, revistas, jornais.

Existia muito mais dificuldades do que no momento. Na gráfica, antigamente, você fazia uma página em monotipo, tinha que ter um cuidado tremendo na hora de engradar aquilo na máquina para ser impresso, para não quebrar, não desmanchar, porque muitas vezes desmanchava a página, a impressora desmanchava a página e você tinha que ir lá e fazer tudo de novo. E eles ficavam horrorizados com aquilo, eu muitas vezes até me divertia viu. Quando eu cheguei de Macaé, era muito bom nesse negócio de fazer trabalho manual. Um dia, quando eu já estava na Imprensa, o impressor montando lá um caderno quebrou a página. Encostei do lado dele, botei uma guarnição, não deu quinze minutos a página estava prontinha, ele virou para mim e disse: eu sempre achei que isso aí não tinha mais jeito. Eu disse, pois é, tem jeito se não tivesse jeito não era feito dessa maneira era tudo colado. Tem que ter jeito, tudo tem jeito. Eu quando vim para o Rio de Janeiro eu tive duas ambições: a primeira era trabalhar na Imprensa Nacional, porque eu sabia que na Imprensa Nacional tinha os maiores gráficos do país e eu queria conhecer essa elite e, se possível, trabalhar junto deles. Isso aconteceu. Eu vim para a Revista da Semana. Foi até um negócio engraçado. Eu entrei na Revista da Semana no dia 1º de abril 1943. No dia 1º de abril de 44 entrei na Imprensa Nacional.

Na nossa época fazer um livro dava trabalho. O perigo era você estar com uma página pronta e ela quebrar. Uma vez, eu estava fazendo uma revista, duas cores, dessas revistas comerciais, aí eu levantei a página aqui e ela veio nos meus peitos aqui, de monotipo, abriu tudo tive que mandar para gráfica pra fazer outra vez.

Envolvido na narração das tramas do cotidiano de Zózimo reconhece que havia no Rio de Janeiro grandes gráficas: O Cruzeiro, Manchete e destaca uma manchete de um fato nacional:

Eu me lembro de quando o Getúlio morreu eu fiz a primeira página do jornal a mão. O jornal dele, A Folha do Rio, na mão. A carta, aquela carta testamento.

Finalizando a nossa conversa, Zózimo se mostra um pai com um extremado orgulho de suas filhas:

Três, filhas, todas três mexem com jornal.

Saio deste colóquio com uma sensação muito contagiante de que meu entrevistado, no vigor de seus quase oitenta anos, consegue passar para um dileto aprendiz das coisas gráficas, daquelas que se imprime com a alma, mais do que com a técnica, coisas de um tempo passado onde os mestres iniciavam os aprendizes com o rigor da forma e, sobretudo, com a paixão pelo ofício.

Estava em São Paulo. Havia agendado uma conversa com o presidente da ABIGRAF.

#### **4.1.2. Mário César Martins de Camargo<sup>4</sup>**

*Você vê, a Indústria Gráfica é um camaleão, ela vem se adaptando aos desafios que se colocam através dos séculos, dando sobrevida aos seus produtos, de forma a disseminar a informação; de forma a transmitir cultura; de forma a eliminar os vazios ai da ignorância, eu sempre costumo dizer que a Indústria Gráfica é uma indústria a serviço do bem.*

Meu nome é Mario Cesar Martins de Camargo, eu sou sócio e presidente da Gráfica Bandeirantes, presidente da ABIGRAF Nacinal, que compreende, hoje, 17 regionais no Brasil. Nessa gestão, de agora até 2010, nós estamos em agosto de 2007, eu serei o presidente do SINDGRAF – São Paulo, que é o sindicato patronal da categoria no estado.

A minha história no setor gráfico começa com meu pai. Eu presido uma empresa que foi fundada por ele e outros 2 sócios, em 1953, portanto, este ano, completando 54 anos. Essa empresa nasceu no ABC, em Santo André, para atender, à época, a nascente indústria automobilística. Nós começamos fazendo manuais para indústria montadora e continuamos mantendo a liderança desse mercado de manuais até hoje. Eventualmente a empresa evoluiu para outros segmentos e hoje o principal negócio é a impressão de livros didáticos para o governo, revistas, tem os manuais e a gente também faz CD's e DVD's que são a mídia óptica que nós agregamos ao produto impresso.

Foi uma manobra muito esperta do meu pai, no sentido de convencer-me que o setor gráfico teria futuro, porque a minha visão, na época, é que o setor gráfico era constituído basicamente de um universo de pequenas empresas e que não haveria muito desenvolvimento embutido, não havia muita tecnologia, não havia possibilidade de progresso. E ele, muito habilmente, me convenceu a passar um ano na Alemanha e verificar o “estado da arte” da tecnologia gráfica, que é de onde as novidades vêm. O setor gráfico nasceu na Alemanha, com Gutenberg, nos idos de 1450, com a impressão da primeira Bíblia e, mais, até hoje ele tem raízes muito profundas na pátria alemã.

Um estudo feito pelo Instituto de Tecnologia de Rochester, em Nova York, mostra que haverá uma queda em alguns produtos gráficos, no consumo de papel até o ano 2020. Aproximadamente de 15%, por exemplo, no mercado de livros, mas que ainda assim continuará sendo uma forma de difusão da comunicação bastante expressiva.

Nos últimos 50 anos, da década de 30 para cá, a gente presencia uma revolução no setor gráfico. Primeiro, foi a introdução do processo *offset* que aumentou a

---

4. Entrevista realizada na sede da Gráfica Bandeirantes, São Paulo, em 22/08/2007

velocidade de reprodução e reduziu custos unitários. Um estudo muito interessante, também nesse trabalho, que é publicado pelo Instituto de Tecnologia de Rochester, mostra que o preço do impresso nos últimos 150 anos caiu 99%. Quer dizer, hoje, você paga 1% do que pagava em 1850, por um impresso gráfico, é muito interessante, em valores reais, ou seja, esse processo de fusão tecnológica, no fim e, ao cabo, ele viabilizou a disseminação da informação e a democratização da informação para um universo que até então era impensável. Hoje você consegue o acesso à informação impressa de uma forma barata e relativamente rápida, muito a reboque desses novos processos e dessas novas tecnologias que foram incorporadas ao setor gráfico. Eu diria que até 1930, 1940, o processo estava estagnado em tipografia, com a introdução do *offset* passou a falar de volumes diferentes, passa a falar de velocidades diferentes, de propagação de impressão e, conseqüentemente, da informação e a grande revolução aconteceu na década de 90. De 80 a 90 com o advento do computador nos nossos processos tecnológicos, até então, eu acredito que a gráfica estava extremamente desenvolvida no aspecto da reprodução, de máquina de impressão, mas ela ainda conservava uma face relativamente artesanal na pré-impressão. Saindo da litografia, de 7, 8, 12 cores, que eram verdadeiras obras de arte, dependente de artesão. Nós evoluímos para um segmento chamado fotolito, que era a pré-impressão do processo *offset*, mas que ainda tinha o forte componente artesanal, quer dizer, os primeiros profissionais de fotolitos eram verdadeiros mestres na arte de separar cores, de colocar máscaras, de atenuar cores ou ressaltar cores e eram trabalhos de verdadeiros artistas. Esse trabalho foi sendo gradualmente comoditizado. Com a introdução da tecnologia passamos a disponibilizar isso tudo em arquivos que, hoje, qualquer profissional recém-formado numa escola SENAI consegue fazer um trabalho gráfico de qualidade, a partir de um original talvez até não tão bom. Acho que essa evolução fez parte também da evolução de uma de um processo considerado artesanal, independente do conhecimento de um número relativamente limitado de pessoas. Pessoas relativamente não aculturadas, que não tinham uma formação profissional sólida. Você não consegue falar de um engenheiro que tivesse feito um processo de impressão gráfica, normalmente eram artista e artesãos e com baixa formação técnica. Esse aspecto foi mudando à medida que a tecnologia foi sendo introduzida. Então, ao colocar isso na área de informática, nos meios de comunicação, nos meios de processamento eletrônico, você foi perdendo esse caráter artesanal foi ganhando um caráter de processo controlado, exigindo uma formação técnica mais apurada, mais matemática, e, conseqüentemente, transformando aquilo que era artesanato numa indústria. Hoje, mesmo gráficas de porte relativamente pequeno, 20, 30 funcionários não conseguem sobreviver se não tiverem essa face industrial. O caráter artesanal ficou para a história e ficou para produtos muito específicos, muito especiais, feitos sob encomenda para um público extremamente seletivo, quase que uma reconstrução histórica. Hoje a tecnologia é parte importante do universo das gráficas no Brasil.

O empresário destaca em números a realidade da Indústria Gráfica brasileira, de cunho

familiar, e as demandas em termos mundial.

Nós temos 19.000 empresas no Brasil, paradoxalmente o número de gráficas no Brasil cresce, o que é um contra-senso diante do decréscimo do número de gráficas em nível mundial. Nos Estados Unidos caiu 20% nos últimos dez anos, na Inglaterra caiu também o número de gráficas, na Alemanha também cai o número de gráficas, enfim, nos países de primeiro mundo esse número é reduzido. Ou através da restrição a alguns produtos gráficos ou através da consolidação pura e simples das empresas gráficas, visando adquirir uma saúde financeira e sobrevivência a médio e longo prazo. No Brasil, ainda apresenta crescimento porque nós temos aí alguns rincões onde a Indústria Gráfica não está bem estabelecida e representa oportunidades interessantes para o empresário gráfico, que tem uma gênese muito clara, uma gênese familiar. Noventa e cinco por cento dessas 19.000 gráficas no Brasil, tem menos de 50 funcionários e são empresas de formação tipicamente familiar, onde trabalham as pessoas ligadas ao empresário, enfim, uma estrutura que é até tecnologicamente crescente, mas que ainda tem uma grande carência administrativo-financeira, enfim. Tem problemas de gestão bastante graves.

O brasileiro lê muito pouco. E dos 1,8 livros que ele lê por ano, metade ou 40% disso vem do governo. São compras induzidas pelo governo para o ensino fundamental e, agora, o ensino médio. Quer dizer, se nós continuarmos esse trabalho de difusão da leitura nos infantes, nas crianças, de 6, 7 até os 18 anos, a probabilidade é que estejamos formando uma geração de leitores. Conseqüentemente, vai estar afeiçoada ao livro, vai precisar dele no futuro porque acostumou-se à sensação de troca de idéias que só o livro permite. O processo de leitura do livro é um processo de instigação cerebral, de instigação mental, coisa que você não tem, por exemplo, numa Internet ou numa televisão, que é um processo muito mais passivo do ponto de vista de provocar o cérebro, de provocar a reflexão e o pensamento.

Esse conjunto de ameaças e ao mesmo tempo um conjunto de oportunidades que se colocam na Indústria Gráfica, tanto nos mercados mais avançados, quanto no mercado brasileiro. As principais diferenças são essa, quer dizer, o mercado avançado já tem um índice de leitura relativamente alto. No Brasil, tem baixa, portanto, a perspectiva de um crescimento interessante; um livro, com um passar do tempo, deve se tornar um instrumento de mais cultura, mais disponível e com a incorporação das classes baixas. Hoje ainda, o livro é um produto da classe A, B, eventualmente a classe C, D, quando disponibilizado gratuitamente na escola. Ainda há um longo, longo caminho a percorrer no Brasil para que ele se torne um item de consumo na cesta básica do cidadão. A nossa expectativa é que com crescimento econômico, com a afluência econômica, com a retirada de camadas enormes da população brasileira da miséria, da falta de saneamento básico, falta de comida e da falta de cultura, terá o livro gradativamente incorporado ao dia-a-dia do cidadão. Isso é bom pra Indústria Gráfica e é bom para educação brasileira e a formação da cidadania.

Você vê, a Indústria Gráfica é um camaleão, ela vem se adaptando aos desafios

que se colocam através dos séculos, dando sobrevida aos seus produtos, de forma a disseminar a informação, de forma a transmitir cultura, de forma a eliminar os vazios da ignorância, eu sempre costumo dizer que a Indústria Gráfica é uma indústria a serviço do bem. Nós sempre estamos tentando trazer a informação para melhorar a qualidade de vida das pessoas, ou seja, uma pasta de dente, quando você lê o rótulo da embalagem para saber que tipo de química existe dentro daquele produto, quer dizer, uma instrução para saber se aquele é o produto indicado para você, até o livro, que é um ato de prazer; revista que é uma oportunidade de entretenimento; hábito de leitura do jornal, me parece também, difícil de ser substituído no curto prazo, quer dizer, essa substituição que você tem da leitura constante da manhã, eu acho difícil de ser substituído por uma televisão ou por algo menos instigativo. As pessoas com a palavra impressa elas estão mais acostumadas ao desafio mental do que a pura e simples recepção da informação unilateralmente. Isso é o que dá a expectativa para Indústria Gráfica ter uma sobrevida intensamente.

Um dado, esse numérico, é você estabelecer uma correlação entre o índice de desenvolvimento humano, o famoso IDH da ONU e o índice de consumo de papel *per capita*. Dos 20 primeiros países, dos 20 maiores IDH's do mundo, 17 têm os maiores consumos de papel *per capita*, que é uma outra característica, ou seja, a Indústria Gráfica se beneficia de um ambiente de sociedade avançada, quer dizer, na medida em que o cidadão sofisticava seus hábitos de compra e melhora o nível de sua afluência econômica, começa a se tornar um consumidor voraz do produto gráfico. Isso é muito visível quando você visita um supermercado e faz uma comparação com a quitanda de 50 anos atrás, quando os produtos vendidos eram à granel. Hoje você tem produtos com sofisticadas embalagens, que atraem e que vendem, produto com característica de suplemento alimentar, produtos com suplemento físico, enfim, você tem uma série de informações na prateleira do supermercado que são evidentemente produtos gráficos, que trazem, valor agregado àquele consumidor. É um pouco diferente daquela situação da quitanda de 50 anos atrás, quando você comprava com um saquinho, com um saquinho de papel kraft ou saquinho de cartão, você levava pra casa. A nossa preocupação é estabelecer um elo entre o futuro da nossa Indústria, mas sem esquecer o passado da Indústria.

Então, quando há democracia, há liberdade, há difusão de conceito de cidadania, há liberdade de imprensa, de divulgação de idéias, o setor gráfico prospera. Nós somos um instrumento interessante para difusão do conhecimento, da palavra, da comunicação e do combate à ignorância, o combate dessas mazelas que a ignorância traz.

Outra reflexão importante, meu narrador faz questão de explicar sobre o custo do livro no Brasil. É caro?

Nossos livros são caros! Eles são caros basicamente por duas razões. Primeiro, pela falta de economia de escala. Para você ter uma idéia, nos mercados do primeiro mundo, você tem tiragens economicamente justificáveis à partir de 30, 40

mil exemplares. Aqui no Brasil se você consegue fazer três mil exemplares você já é um *best seller* na primeira edição, ou seja, você tem toda uma lista de custos iniciais que são jogados em cima da primeira edição e faz com que o preço do livro ultrapasse o teto. Essa é uma característica, quer dizer, as baixas quantidades e fica no dilema do ovo da galinha, quer dizer, quem é que vai quebrar esse círculo vicioso? Quem é que vai fazer mais livros, custando mais barato para não vendê-lo? Para encalhá-lo? Ou você vai ter que agregar renda na mão do consumidor para que ele demande quantidades maiores de livros e viabilize preços menores. Essa é uma característica, mas não é suficiente.

O Brasil tem um problema de logística brutal. O quê que constitui o preço de capa de um livro? Basicamente ele é: 10% de direitos do autor; 15% de margem da editora, quer dizer, o editor que está bancando a execução do livro; 25% de custos produtivos, ou seja, gráfica e papel e você tem 10% de distribuidora e 40% da livraria. Então, se você somar, você tem 100% do preço de capa do livro, quase a metade é o custo da distribuição. Por isso um dos grandes desafios do mercado editor no Brasil é encontrar formas de distribuição mais baratas. Hoje, a livraria e o distribuidor, praticamente, dobram o preço do livro que sai impresso da gráfica. E isso é um problema estrutural bastante grave, quer dizer, nós temos que tentar encontrar formas de comercialização e distribuição que reduzam o preço de capa do livro pelo racional logístico. Hoje essa logística é extremamente cara e é seletiva e, ainda, coloca o livro numa loja extremamente sofisticada, que, por vez, inibe a presença de consumidores menos abonados, acho que tem esse aspecto também. Basicamente esses são os dois grandes fatores.

Primeiro as baixas quantidades que acabam carregando todo um custo inicial extremamente alto encima de uma quantidade pequena e um problema estrutural que é o problema da distribuição do livro no Brasil. Algumas alternativas de comercialização via internet, por exemplo, de disponibilização do livro por outros canais, porque não disponibilizar o livro como a revista na padaria, porque não disponibilizar o livro em canais de *shopping centers*, no supermercado e vendido como outro produto qualquer, porque não disponibilizar livros. Hoje catálogos de cosméticos, por exemplo, cuja tiragem somam a milhões. Se você comparar o preço do livro, que já é naturalmente caro, principalmente em função destes dois fatores com a renda disponível do brasileiro, aí extrapola, porque a renda do brasileiro, cumpridas as necessidades iniciais básicas de alimentação, vestuário, escola, ela é muito pequena. O nosso poder aquisitivo é muito baixo e isso naturalmente inibe.

Ciente de que minha proposta de trabalho poderia ser enriquecida com um outro tipo de contribuição, Mário César ligou para seu amigo, Manteigas, da Escola Theobaldo de Nigris e pediu que ele me atendesse, colocando-se à minha disposição, através dele ou de outros colegas mais antigos que pudessem narrar fatos sobre as Artes Gráficas do passado. E lá vou eu confiante de que o acaso é realmente a mãe generosa, não só dos desesperados, como também dos esperançosos, sonhadores e pesquisadores de histórias sem fins.

Móoca. Escola Theobaldo de Nigris. A secretária me atende, o senhor Manteigas me re-

cebe e já chama seu time de ouro das Artes Gráficas: Adão, Franklin e Sebastião.

#### **4.1.3 Adão Alegre, Franklin Roosevelt Lopes Moreira e Sebastião Machado<sup>5</sup>**

##### **Adão Alegre**

*“...achavam que os gráficos eram muito instruídos, tinham a mente aberta. Sabia que o gráfico precisava conhecer bem a língua portuguesa, acentuação, palavras, tem memória de palavras o linotipista.”*

Eu me chamo Adão Alegre, 75 anos, filho de italiano. Entrei nas Artes Gráficas no 2º semestre de 1945, comecei como tipógrafo, era distribuidor. O tipógrafo é aquele que compõe os tipos individuais. Depois que é composta a chapa é impresso, chama-se tipográfica, os tipos tem que ser lavados e distribuídos, colocados no seu respectivo lugar. Comecei estudando no SENAI, fazendo escola, não por *orelhômetro*, como eles falavam: falando, falando. Inclusive, os oficiais não falavam tudo para a gente. Antigamente era difícil aprender, graças ao SENAI tivemos essa oportunidade. Cheguei até o 5º termo, cada termo eram seis meses. Como via o pessoal pegando tipo, via a máquina de linotipo compondo a linha de tipo, catava milho na máquina, compunha linha e título, voltei para o 2º termo e me formei em linotipo, que se chama mecanotipia. Não era só tecladista, batedor de tecla, tinha que aprender a parte mecânica da máquina. Me formei em dezembro de 1950 e fui chamado para dar aula no SENAI, de 50 a 51. Comecei a dar aula de linotipo, mas sempre no meio gráfico.

Meu irmão mais velho era gerente de acabamento da Editora Saraiva. Quando se aposentou, veio outro acima dele, mais velho do que eu, tomou o lugar dele como chefe de acabamento da Saraiva.

E eu continuei a minha vida no SENAI, tocando o barco, formando alunos, dando oportunidade para os outros, se não tivesse aprendido no SENAI, não teria essa oportunidade, porque o ramo de linotipista, o ramo gráfico era um muito fechado, o pessoal tinha medo dos outros aprenderem. Falando dos meus primos, muito mais velhos do que eu, foram linotipistas da Folha de São Paulo e gerente da parte gráfica da Folha de São Paulo, outro foi gerente do Jornal Última Hora. Eles foram do tempo do Getúlio -1937, o Getúlio fechou o Sindicato dos Gráficos que estava em greve, porque achavam que os gráficos eram muito instruídos, tinham a mente aberta. Sabia que o gráfico precisava conhecer bem a língua portuguesa, acentuação, palavras, tem memória de palavras. Porque fica o dia todo compondo. Cada linha, cada palavra errada era uma linha que tinha que fazer outra vez. Então. os gráficos eram muito perseguidos pelo governo de ditadura. Eles tiveram que fugir para as matas de Minas Gerais, só voltaram quando foram anistiados, era mais ou menos depois de 7 ou 8 anos. Então o ramo gráfico, naquela época,

---

5. Entrevista realizada na Escola Theobaldo de Nigris, em 22/08/2007, em São Paulo, SP.

era assim, o gráfico era perseguido. Quando pegava um governo contrário, como se diz, ele não queria uma mente aberta. Tinha que ser o orelha caída. Eu era muito entusiasta pelo ramo gráfico. Comecei a dar aula no SENAI, formei muitos linotipistas. Vem muitos alunos que estão aprendendo *design*, então até a idade de mais ou menos uns 30, 35 anos, alunos com 30, 35 anos eles nunca viram tipos móveis, nunca viram tipos de madeira, eles não sabem, tem alunos aí que quando eu converso com eles e fico explicando a parte gráfica e falo pra eles que os livros antigamente eram escritos por escribas, tem uns que nem sabem o que é a palavra escriba. Então explico escribas eram aqueles os monges que ficavam nos conventos, eles eram confinados nos conventos, seguiam Deus e a religião e não saíam de lá. Também tinham tempo de escrever.

Gutenberg começou a compor um a um tipos individuais, compunha e gravava, fazia as provas, terminou de imprimir, estampava, tinha que lavar os tipos de madeira, distribuir nas caixas, chamada de caixotins; aliás, caixotões porque os tipos eram grandes, porque o tipo pequeno para gravar era difícil, era bem difícil. Aí começaram a fazer de chumbo, uma liga com chumbo, estanho e antimônio. Ficou mais fácil, não precisava gravar mais, era só fazer o molde e fundir os tipos. Aconteceu a mesma coisa, tem que distribuir, tem que compor um a um, distribuir, compor novamente, começou, como se diz, a dar muito trabalho.

Depois, a indústria quer pressa, nós estamos conversando aqui, mas lá fora, está correndo. Aí encontraram outro relojoeiro, um alemão, Ottmar Mergenthaler, conversando ele projetou uma máquina de linotipo, uma máquina de compor, foram feitas matrizes com estanho. Essas matrizes eram colocadas num depósito, todas pela ordem certa, não no abecedário, pela grossura das matrizes, pelo tipo, o “m”, por exemplo, é mais grosso do que o “i”, um “d”, por exemplo, são dois “i”, e assim por diante, não pelo alfabeto pela ordem certinha, para ter distribuição por igual. Ficou mais fácil. Colocava um teclado, acionava a tecla, caía a matriz, ia para a fundição, fundia. Então já fazia uma linha de tipo. Quer dizer ele ganhou muito tempo, como uma linha daquela ele demorava três ou quatro minutos para compor, essa ele fazia seis em um minuto na máquina e o próprio material depois de impresso tudo, a linha de linotipo, a linha de tipo não precisava nem lavar, ela voltava para a caldeira para derreter, era sempre o mesmo material, foi uma revolução, era a máquina no século XX.

Agora em 1970 aí começou a decaída do linotipo, todos os jornais mudaram para a fotocomposição, depois computador. Aí, terminou a era tipográfica e os jornais começaram a ser impressos em ofsete. A tipografia terminou aí, essa é a minha parte, a parte tipográfica.

Diante destes decanos das Artes Gráficas estava a me sentir como um dileto aprendiz, ouvindo e retendo seus percursos, suas histórias, um artífice de tão gratas recordações, de memórias cotidianas e de apaixonada profissão.

## **Franklin Roosevelt Lopes Moreira**

*“Trabalho nisso só há 55 anos.”*

Comecei em Artes Gráficas em 1955, em tipografia, impressão tipográfica, atuei cerca de 10 anos. Depois, fiz curso no SENAI para me especializar em *offset*. Trabalhava há pouco tempo como ajudante, mas queria saber mais, como se processava mesmo, domínio da máquina etc. As máquinas na época eram todas mecânicas, a parte de trás de uma máquina *offset* parecia mais um laboratório do que uma traseira de máquina. Tinha um potinho para cada coisa, porque as chapas eram todas elas feitas manualmente, então saia muito defeito. A gente “puxava a chapa” que era o termo usado para recuperar uma chapa, quando os traços sumiam, a gente ia lá e fazia os traços com cobre, engomava a chapa manualmente, como se faz até hoje, desde o controle da máquina, controle de tinta, e às vezes até do papel. O papel não era nada bom, era uma folha fina, outra grossa, então o controle era muito ruim. A parte tipográfica já peguei mais ou menos estruturada, máquinas automáticas, parti da Minerva até a automática, que era normal na época. A gráfica que trabalhei com *offset* tinha esse tipo, máquinas muito grandes, e os tinteiros chegavam a pesar quase 200 quilos, retirar ele de cima da máquina precisava de três a quatro pessoas. Os aparelhos eram enrolados, pegava umas dez vinte folhas quando não pegava nenhuma, até você conseguir regular a máquina. Tanto na gravação de fotolito, como na impressão eles eram artistas. Não digo eu, os mais velhos que ensinavam, que existia também aquela de não ensinar para ninguém. Você chegava numa máquina a pessoa virava as costas para você. Para ter uma certa idéia se colocava gema de ovo na tinta para ativar um pouco mais a secagem; colocava maizena para não decalcar, a gente fazia pudim na máquina. Então, você era o alquimista, dentro da máquina ácidos para molhagem, a mão da gente ficava uma lástima, toda cheia de buracos e inchada. Fim de semana lavando a camiseta para lavar aquele preto que era uma tinta muito ruim para se trabalhar, tinta de má qualidade. Então era tudo isso, papel e tinta, a gente apanhava bastante.

## **Sebastião Machado**

*“..então o sujeito para ser impressor demorava de cinco a 10 anos, para se formar, conhecer todas as alternativas. Ficava como ajudante, carregando pilhas de papel na cabeça, colocando na máquina, pondo papel em secador. Hoje isso não acontece, foi superado. Então o ofsete no meu entender, é um dos processos mais modernos que existe ainda. Existem alguns processos eletrônicos também aparecendo, mas não fazem frente ao ofsete”.*

Comecei na área gráfica em 1969, trabalhando na parte de acabamento gráfico, com blocagem, aos poucos fui aprendendo outras ocupações. Comecei com a ti-

pografia como o senhor Adão, como o Franklin, também, trabalhei como impressor tipográfico, não cheguei a trabalhar na parte de montagem das formas, mas na parte de impressão, eu trabalhei com impressoras manuais, automáticas, isso aí na década de 70, por volta de 73, 74, posteriormente foi quando tive o primeiro contato com o sistema de impressão *offset*. Nessa época aí, 73,74 foi quando o *offset* estava entrando nas pequenas empresas, já existia há muito tempo, mas só nas empresas de porte, empresas com potencial financeiro, que conseguiram adquirir essas máquinas porque para a época era uma evolução e pequenas empresas não conseguiam comprar essas máquinas. Algumas empresas conseguiram comprar máquinas monocores, às vezes bicolores, e foi aonde a impressão *offset* começou a disseminar de forma mais a atuante, onde começou a concorrer com outros tipos de impressão como a tipografia, explicada pelo senhor Adão, pelo Franklin, também, e dessa forma houve uma disseminação maior, até o senhor citou desde 26 a *offset* já existia, já estava em atividade mas não de uma forma sistemática, somente para pequenos grupos de empresários, que conseguiram adquirir aquela tecnologia, que era na época uma tecnologia cara, uma tecnologia diferenciada no setor do parque gráfico. E nessa época também comecei o primeiro contato com a *offset*, mas não trabalhando efetivamente, eu só fui trabalhar efetivamente em *offset* na década de 80, por volta de 86 mais ou menos

E, o tempo passou, e o dia acabou, e segui para me preparar para a minha próxima tentativa de falar com o Luiz Lastri. A não entrevista com Luiz Lastri me foi favorecida com o encontro de um outro amigo seu, Jurandir.

#### **4.1.4 Jurandir Farias<sup>6</sup>**

Início nas Artes Gráficas foi em 1949, eu tinha então 12 anos. Ingressei como aprendiz do SENAI. Meu nome é Jurandir Farias, tenho atualmente 70 anos, me formei pelo SENAI, em 1952. Passei a ser tipógrafo, era aquele que fazia a montagem das formas tipográficas, que antigamente eram as chamadas de chapas tipográficas, mas o nome correto é forma tipográfica. Comecei na época que era linotipo e a impressão tipográfica é que predominava em São Paulo e no Brasil. Com o passar do tempo tive que fazer um aprimoramento com a chegada de novas tecnologias, fazendo cursos de aperfeiçoamento até chegar a fotógrafo de Artes Gráficas. Trabalhei no ramo de 1949 até 1996, 47 anos de Artes Gráficas, 22 anos como tipógrafo e impressor tipográfico. Depois passei a trabalhar como fotógrafo, comecei com branco e preto até chegar a reproduzir seleções de cores. Na minha época a tipografia tinha uma importância muito grande, pela qualidade de seus impressos e nós podíamos ver e guardar na memória o nome das propa-

---

6. Entrevista realizada em sua residência, em 04/09/2007, São Paulo, SP

gandas que conseguíamos ler nos ônibus, nos bondes, nos cinemas. Aqueles cartazes grandes e lembro-me ainda de todas as propagandas dos bondes – Emulsão Scott, Óleo de Fígado de Bacalhau, sabonete Vale Quanto Pesa; da agência de propaganda que fazia as propagandas nos coletivos, do xarope S.João da Barra, me lembro muito bem que dizia o seguinte: “Veja ilustre passageiro, que belo tipo faceiro que o senhor tem a seu lado, no entanto, acredite quase morreu de bronquite. Foi salvo pelo Rum Creosotado”. Todos esses anúncios eram lidos por todos os passageiros, todo mundo tinha conhecimento. Com o passar do tempo, com as novas tecnologias, com as imagens coloridas, com a disputa das empresas, com seus cartazes coloridos para chamarem mais atenção, criou-se então as empresas de propagandas, as agências com os profissionais que bolavam todos aqueles impressos, já mandavam para a gente tudo montado, tudo distribuído como eles queriam.

Na nossa época não, nós recebíamos o papel escrito, a datilografia, os dizeres que deveriam constar no impresso, qual a finalidade daquele impresso, para que público ia atingir aquele impresso. Nós mesmos os profissionais, principalmente tipógrafos, tínhamos que bolar e criar o impresso, que é diferente de hoje, que já vem tudo pronto, é só olhar e copiar o processo. A nova tecnologia ajudou bastante, mas não sei se valorizou o profissional, como era o profissional de antigamente.

Tivemos aí os processos por volta de em 1950 que se desenvolveram mais, o processo de impressão *offset*, que é um sistema de impressão indireta. Também o sistema de processamento da imagem, que são os filmes, os fotolitos, que antigamente era tudo feito no convencional, era feito tudo numa câmara escura com profissionais competentes, que poderiam realizar trabalhos importantes naquela época. Hoje já é mais fácil, através de computadores, o profissional pouca coisa tem a fazer, é só obedecer ao tamanho, às medidas, as cores, as correções são feitas através dos computadores, ao passo que, naquela época, quem tinha que fazer, quem tinha que olhar e saber qual era o tom, qual era a cor que o cliente pedia, era o profissional dentro de uma câmara fotográfica que ele ia controlar as porcentagens, os pontos. Porque são os pontos do filme que levam a tinta para o papel. Tinha que saber qual a quantidade de tinta para se misturarem e completarem as cores desejadas. A gente, por exemplo, quando ia confeccionar um filme de uma determinada cor, por exemplo, o verde – porque existem centenas de cores verdes, desde o verde escuro ao mais claro, mas nesses intermediários existem tons de verdes completamente diferentes. O que nós tínhamos que calcular, através dos pontos da reticulagem, a quantidade de determinada cor, que seria o ciano e o amarelo para que atingisse o verde desejado pelo cliente. Hoje não, é feito através de uma medição de um equipamento no computador e ele mesmo vai determinar essa quantidade. O profissional não precisa ficar se preocupando. Ele tem que ter um controle, mas não aquele conhecimento de quanto deveria ser. As Artes Gráficas, atualmente, mudaram muito, está muito mais fácil hoje. Se nós fossemos pegar desde o começo até agora, existe muita coisa, tem muita história para se contar. Mas tem que procurar gente que teve infiltrada, que pesquisou

que trabalhou e conviveu nessa época para ter informações precisas, com conhecimento maior. Estou afastado há mais de 10 anos do ramo. De vez em quando gosto de analisar, olhar, de pensar, mas está tudo muito mudado. Tenho saudades dos profissionais com os quais trabalhei, me ajudaram muito, me ensinaram. Às vezes, num momento de descanso, a gente se recorda da maneira como foi feita a coisa, como foi explicado, como deveria proceder para conseguir chegar a ser um profissional de qualificação aceitável, boa. Então essa foi a minha passagem pelas Artes Gráficas.

Têm profissionais bons mesmos que sem isso, seus objetivos, mas com muito suor e muito trabalho, não é fácil. Eu comecei criança nas Artes Gráficas. Não trocaria se tivesse que voltar, voltaria a ser gráfico, faria tudo de novo. Eu tinha um tio que tinha uma tipografia pequena e eu gostava de mexer na caixa tipográfica misturar as letrinhas, que a gente usava o termo empastelar, quando a gente troca pega a letra A e joga no lugar da letra O, P, B, que era complicado. Mas eu era criança, em 1948, em São Paulo.

Foi quando me arrumaram uma tipografia e papelaria Martinelli Monteiro, era uma das mais antigas de São Paulo, foi fundada em 1890 e pouco. Era uma tipografia que ficava na rua Brigadeiro Tobias, lá embaixo, embaixo do viaduto que passa, se não me engano, o Boa Vista. Mas eu não cheguei a trabalhar. Eu quando vim trabalhar ela tinha se mudado para Santana, ali na rua Força Pública, quase na esquina da Voluntários da Pátria. Mas já era uma tipografia grande, só não tinha linotipista, mas era tudo impressão tipográfica, não existia *offset* naquela época, 1949. Não existia *offset*, eram raríssimas e poucas, inclusive o SENAI, quando saí, em 52, não tinha *offset*, não dava aula de *offset*, era só tipografia. Depois é que começaram a aparecer as *offset*, o pessoal do SENAI da aprendizagem foi fazer treinamento na Suíça, para depois darem aula de *offset* e fotografia. Isso começou em 53, mas em 53 eu já havia saído do SENAI, já tinha me formado. Então eu fui trabalhar nessa tipografia, onde eu tive excelentes profissionais que ali trabalhavam e me ajudaram. Fui um felizado em trabalhar com aquele pessoal, me lembro o nome de todos, não esqueço de nenhum e me dei bem como tipógrafo, sempre tive bons empregos, boas propostas, trabalhei em boas gráficas até o dia que tive a oportunidade de prestar concurso para o SENAI, fui aprovado, em 1970, no final de 70 e em 71 comecei na Escola Theobaldo de Nigris, ela foi inaugurada em novembro, eu comecei em fevereiro. Nós fomos lá montar a escola, ela só existia no papel. Não tinha aluno. Eu saí vários e vários dias recrutando alunos pela redondeza, pelos colégios da redondeza, buscando alunos em suas casas, convidando-os para fazerem o curso de Artes Gráficas. Andei bastante e era uma profissão que estava a ponto de explodir, crescer. Setenta, setenta e um a tipografia ainda funcionava a todo vapor, mas já era esperado esses avanços tecnológicos, já eram esperados para o comecinhos dos anos oitenta que tem uma modificação muito brusca.

Esse processo litográfico, para mim, eu era muito jovem na época, via imprimir, via fazer, mas não tinha ninguém que me explicava, sabe? Eu ainda não estava, naquela época, entrosado com cor, seleção de cores, eu era mais tipógrafo, era

mais tipografia. Mas existe um sistema de re-reticulação de trabalho mesmo em filme ou em impressos. Existe, eu não vou me lembrar o nome agora, mas você pegava esses trabalhos que já estavam impressos, dava uma desfocada nele, para poder eliminar a retícula que ele tem, então fazia os tons contínuos. Na época a gente voltava a fazer através do filtro a separação das cores, usava o vermelho, o verde e o azul violeta, que são as três cores primárias em síntese aditiva, em luz. O resultado era ciano, magenta e amarelo, então através dos filtros separava de novo as cores e procurava reduzir o impresso para fundir os pontos da melhor maneira fazia os tons contínuos, medindo através do densitômetro direitinho. Pegava os negativos de tom contínuo para depois levar para um equipamento, se fosse ampliar, era para o ampliador. Se fosse transparente eram os negativos de tom, já eram transparentes, dá para se fazer em máquina fotográfica, porque tanto faz opaco como transparente. Mas o correto era se fosse para ampliar, no ampliador, e se fosse para fazer no mesmo tamanho numa prensa de contato, pois, a prensa nem reduz e nem amplia. Então a gente procurava re-reticular o trabalho procurando sempre evitar aquele efeito que é chamado de moiré, aparece o impresso meio desfocado, meio trêmulo, então a gente tinha que evitar aquilo.

Estou de saída e meu narrador comenta sobre seu animalzinho de estimação: está velho, normal. “A gente só tem duas opções na vida: ficar velho ou morrer jovem. Eu escolhi ficar velho, então não posso me queixar”.

Avenida Brigadeiro Faria Lima, ainda ostenta os ares do luxo, da sofisticação, local do primeiro Shopping Center do país, o Iguatemi. Minha entrevista estava marcado para as 10 horas, e meu narrador é ex-funcionário de uma gráfica muito famosa, a Rebise.

#### **4.1.5 Luis Vasone<sup>7</sup>**

A Rebise era uma empresa dedicada a embalagem, chegou a ter, na minha época, 50% do fornecimento da Colgate, todas as embalagens para tubo de pasta de dente, um terço da Kolynos era de nossa fabricação. O fundador dela se chamava Umberto Rebise, veio da Itália em 1898, com os pais dele, veio num navio chamado Sangottardo, veio com nove anos e seis irmãos. O pai dele trabalhou numa fábrica de pólvora, *expert* em pólvora, vieram sem dinheiro. Montaram um armazém de secos e molhados, na Liberdade e perto dali existia uma gráfica e o Umberto, que tinha dom de desenhista, sem ter estudado nada, superdotado foi lá nessa gráfica e acabou arrumando emprego. Ele gravava pedra, litógrafo, tinha esse dom e ele foi evoluindo, virou dono dessa gráfica. Chamava-se Imigrafica Radium, transformou-se na Rebise Gráfica e Editora. Ele era muito mais artista que empresário. Para você ter extremo sucesso você tem que ser só empresário,

---

7. Entrevista realizada em seu escritório, em 24/08/2007, em São Paulo, SP.

como ele era artista teve um relativo sucesso, acabou crescendo bastante porque tinha um pouco de empresário, mas tinha muito mais de artista, adorava isso aqui. Eu ouvi história sobre durante a guerra ele teve a decepção de ser marginalizado por ser italiano, mas ele chegou com nove anos aqui, ele era só brasileiro. o defeito que ele é que ele tinha pronúncia italiana e os pais italianos. Durante a Segunda Guerra, se você fosse pego, em São Paulo, falando italiano pagava uma multa e tinha que ir para a delegacia.

A matéria-prima tinha que comparar através de terceiros, era uma coisa complicada. Ele fez, lógico, toda essa transição quando a coisa saiu da litografia e foi para as outras tecnologias, aí já com chapas, gravação, assim mesmo ele manteve durante muito tempo as gravações na chapa, sistema mais convencional. E sempre a empresa primou por isso, e se manteve, até após a morte dele, pela cultura da empresa de procurar primeiro e sempre a qualidade, era o que mais buscava. Se fosse perder bastante dinheiro para refazer tudo, ele fazia sem que o cliente soubesse, sem que o cliente solicitasse. Mas o olhar crítico de artista não permitia que saísse nada de lá, que ele como artista, achasse errado, inclusive, tinha muita discussão com o cliente.

Isso era uma característica dele, se envolvia tanto com o trabalho que mesmo entrando numa fase industrial da coisa, claro que as coisas evoluíram, o Brasil cresceu, então aquilo que fazia artesanalmente passou a ser um pouco diferente. Os volumes cresceram demais, mas mesmo assim deixava a veia artística carregar a parte industrial, para a da qualidade, da beleza, estética. Ele dizia que não fazia o feio, acabava perdendo o cliente.

Lógico que as coisas mudam, essa parte artística da indústria ela praticamente acabou, infelizmente, nós perdemos muito com isso, porque quando você tinha a possibilidade da intervenção do olhar crítico do artista, o artista é uma pessoa diferente, bem dotado, incapaz de olhar só a parte comercial, industrial, ele vê a parte estética, isso é muito bonito, se perdeu infelizmente.

Mas o primeiro Pato Donald impresso no Brasil foi impresso na Rebise.

Na época da guerra a empresa Rebise tinha muitas matérias-primas que ela não conseguia comprar diretamente, ela tinha que contar com amigos que tinham outras empresas e que não eram italianos para que comprassem e entregassem daquele jeito e você seguisse com seu processo industrial.

O Umberto tinha um problema de saúde, de respiração, ele acabou adquirindo uma casa no Guarujá, na praia. Veio à guerra, a Marinha foi várias na casa dele, por ele ser italiano, teve que vedar todas as janelas para que não transparecesse luz, as janelas que davam para o mar, porque poderia ter alguma sinalização com os submarinos, e eles achavam que como era italiano pudesse facilitar a vinda de submarino italiano ou alemão.

É uma memória perdida, era um fato que incomodava demais, isso porque era nascido fora do Brasil, mas não tinha nada, não tinha nenhuma raiz, podia se comunicar com alguém que tivesse sobrado.

Tem coisas curiosas: não tinha matéria-prima e tinha que improvisar até para revelação de chapas. Na guerra faltava matéria-prima, tinha que improvisar, ter

criatividade até para revelar alguma chapa usava até clara de ovo e funcionava, ela tem albumina, alguma coisa que facilitava, então, não sei quem, algum químico maluco e foi usado até passar essa época. Os netos dele, se quiser entrevistar a neta dele, é fácil, é minha esposa.

Nos registros, em 1926 é a data de entrada do *offset* no Brasil, mas nem todas as empresas compraram *offset* porque era um equipamento muito caro.

O Umberto, o lado empresário dele, nesse aspecto, ele foi bastante rápido. A indústria dele, não sei se você lembra, era na Vila Mariana, onde tinha o prédio da Bozzano, ali era a Rebise. Ele morava quase em frente. Ele foi para a Alemanha e trouxe as máquinas de impressão, já com chapas para revelação e tudo o mais, nisso ele foi muito rápido, já máquinas bicolores. Acho que foi depois da guerra, esse dado está meio perdido, talvez consiga resolver com a neta dele.

Mann Rolland sempre foi o equipamento que ele utilizou. Ele chegou a ter equipamento inglês, mas era muito ruim, o bom era o alemão. Hoje você tem a Heidelberg e a Roland. Ele partiu logo para isso e ele fazia, não sei se você sabe, as chapas *offset* na época, hoje, são pré-sensibilizadas, na época não. Ele fazia isso lá, tinha aquelas esferas de ar, mesa vibratória, uma barulheira que fazia aquilo, ele fazia o processo inteiro para ter o controle da qualidade do produto. É claro que, depois com a chapa pré-sensibilizada, a coisa teve que mudar, eu mesmo quando cheguei lá ainda usava essa chapa granitada.

Luis recorda dos clientes, como os rótulos da Brahma. Das empresas fabricantes de papel, a Suzano, das tintas, que eram importadas com qualidade fantástica.

Quando garoto, do sabonete Eucalol eu lembro, vivência como consumidor, não como produtor. O difícil é resgatar alguém que tenha trabalhado com isso, mas como consumidor me interessa em saber o seu dia. Tinha novela no rádio, como moleque tinha pião para jogar no chão, futebol, se fosse menina, pular corda; e figurinha que era o que você queria, quando tinha dinheiro. Não era coisa para todo mundo. Lembro que era objeto de desejo na escola. Você via que o pessoal que tinha mais poder econômico chegava com mais figurinhas, outro chegava com uma e outro nem tinha, tentava ganhar do amiguinho, guardar só por preciosidade, olhando o dia inteiro. Quem podia ir ao Butantã para ver uma cobra? Ninguém. Você via figurinha de cachorro, cobra. Hoje todo mundo sabe o que é uma cobra, tem programas, um atrás do outro mostrando na televisão.

Na minha época a gente tinha aquela coisa de você era um sujeito dedicado a ler e ao ler imaginar coisas. Por exemplo, um garoto nascido em São Paulo, já não tinha cobra para olhar, ele lia no livro o que era uma cobra. Hoje em dia é muito fácil, tem televisão, internet, você associa imediatamente a palavra à imagem, o aprendizado é mais rápido. Naquele tempo o livro não tinha imagem, porque a imagem era muito cara.

Morava em casa, a maioria das pessoas moravam em casas, era brincadeira de rua, bola, bolinha de gude. Na escola jogava futebol, arrebentava o sapato de couro, conga. Arrebentava tudo, a quadra era de cimento rústico, chutava, o sapato abria a boca, rasgava tudo, Em casa era brincar na rua com amigos. Lembro-me de política, eram os comitês eleitorais, porque, eu adorava ir até lá, davam um papelzinho escrito, chaveirinho, um pino, um espeto, era um perigo danado, aquilo era uma preciosidade. Eu pegava muita coisa impressa, eu sei lá quem era o candidato, lembro de Jânio, Ademar, da campanha do Carvalho Pinto, mas de memorização, não que fosse partidário de um ou de outro, mas porque tinha o comitê perto de minha casa; pegava o que tinha e achava ótimo.

Fui em busca deste narrador por ser ele o responsável da edição do álbum de figurinhas e *MARCAS DE DESTAQUE NO BRASIL*. O primeiro foi a Coca-Cola. Colecionei e com o passar dos meses não soube de notícia alguma do desdobramento desta ação mercadológica, considerei uma boa oportunidade para saber um pouco mais e ,se, por algum acaso, estava em seus planos incluir a marca Eucalol.

#### **4.1.6 Reginaldo Bertolla<sup>8</sup>**

Iniciamos esse trabalho de tempos das marcas, através de pesquisa de como o *marketing* e a arte, influenciaram o desenvolvimento das marcas. Foi através dessa idéia que apresentamos a proposta para a empresa. Iniciamos com aquela que realmente soube usar o *marketing* em sua trajetória, que é a Coca-Cola, a marca mais valorizada do planeta. Através das campanhas de *marketing*, a empresa levou a sua mensagem, vendeu o seu produto e conseguiu perpetuar essa marca, essa imagem do sabor da vida, que está vinculado com o seu produto principal que é o refrigerante. A partir disso, colhemos imagens que existiram durante 120 anos de história da Coca-Cola, do universo que começou a crescer em termos de importância e riqueza, da coleção de imagens e detalhes que a campanha de *marketing* deles até agora foi apresentando. Chegamos à conclusão que poderíamos apresentar um trabalho que levasse esse conhecimento dessas campanhas, impressos que eles usavam ao longo do tempo e transformar em álbum, pedimos autorização da empresa e eles gostaram da proposta, uma proposta inédita que levamos para eles. A repercussão desse trabalho foi bastante interessante em termos de livro ilustrado, que se conhece como álbum de figurinhas no mercado e a aceitação foi bastante interessante.

Inclusive, quando fizemos essa mesa de trabalho, já pensamos em outras marcas que também pudessem ter esse histórico de campanhas publicitárias que ao longo do tempo alavancaram os seus produtos e fizeram com que seus consumidores até fizessem ficar à marca em função da mensagem que as campanhas iam trazendo.

---

8. Entrevista na sede da Editora Três, em 24/08/2007, em São Paulo, SP.

Têm várias outras empresas com grande material que pode ser aproveitado. Agora, é um projeto que demanda muito tempo, porque tem que ter a compreensão da empresa, porque isso é uma memória que pode ser resgatada até para conhecimento dos próprios funcionários, dessa imensidão que as empresas se tornaram,. Muita gente que não conhece a história de como essa empresa vem permanecendo no mercado, até mesmo para conhecimento da grandeza dessas empresas hoje, que vai muito além do número de funcionários, produto, abrangência no mundo globalizado. Tem muitas empresas com material bastante consistente. Agora o futuro dirá o que vai poder concretizar disso aí.

O grande diferencial aqui é que nós sempre gostamos de figurinhas. Tivemos isso porque o mercado de figurinhas é de muito ciclos, então como nós colecionamos no passado figurinhas, eram outros tipos de imagens e tudo. Hoje ela está muito mais infantil infanto-juvenil. Existe um público de pais que gostam desse tipo de coisa, então, estamos trazendo um pouco essa memória, esse resgate. Acho que a gente conseguia pegar uma outra faixa etária que faria um produto de 8 a 80 anos, que é justamente o tempo que essas pessoas se identificaram com essas imagens, resgatar um pouco essa memória. Acredito que exista um vácuo desse produto no mercado que é justamente isso, fazer um produto que pudesse ser colecionado pela família inteira, independente da faixa etária. Hoje as pessoas nos ligam, nos procuram falando do produto, falam que nos lembramos deles, lembrou dos pais e dos avós, porque todo mundo gostou desse resgate de imagens que eles lembram da década de 50, 60, que viam nos cartazes da Coca-Cola nos bares, nos restaurantes e hoje essa imagem voltou à memória. Isso aí é atividade lúdica que a família inteira está participando, diferente dos temas atuais que estão muito infanto-juvenil que os pais ficam um pouco a margem, fazem o gosto dos filhos, compram figurinhas, mas eles mesmos não participam com aquele prazer de estarem resgatando coisas que viram na infância e na adolescência. Então, acho que esse resgate que a gente faz com um pouco mais antigo foi o diferencial desse produto no mercado e isso tem haver com essas Estampas também, que tem esse perfil de resgate e que vai trazer à memória de outras gerações exatamente isso que eles viram, para passar um pouco dessa vivência, dessa cultura para as gerações atuais

Como produto industrial, voltado para a massa, a questão que se faz é de trazer um contribuição cultural e, dessa forma, lúdica. O narrador prossegue.

Não tenha dúvida, hoje você não tem quem identifique essas marcas, aí sempre tem uma avaliação de quanto à marca influencia no consumo, a gente tem a noção do que isso representa, a pessoa fica fidelizada àquilo e elas não entenderam bem porque, mas ela já nasceu com aquela influência que vem de longe. Se você falar de marca que vem há 100, 120 anos, muita gente não sabe, não se dá conta disso, mas ela já vem influenciada desse consumo, por essa marca vindo de gerações, desse trabalho que existe da perpetuação, identidade. Existe uma cobrança da empresa de melhora e atualização desse produto, em função do valor que eles

tem em mãos, que é a marca, então, existe o pensamento de longo prazo, até em função disso e o resgate mostra bem quanto tempo se trabalhou para chegar nisso. Essa empresa hoje, não aconteceu por acaso, existe um trabalho muito intenso na administração de marca e o resultado é muito interessante e apaixonante.

Tinha conhecimento do sabonete Eucalol por ouvir falar, mas minha geração, não viveu, mas estou vendo, nasci no Paraná, quase no fim da era Eucalol, quando já estava terminado esse trabalho.

Estamos falando de dimensões continentais do país. Tem região do Brasil que até desconhece os produtos regionais que duraram muito tempo, mas que foram regionais a vida inteira, então a gente não tem muito conhecimento. A gente viaja para fora do Estado e vai saber que tem produto que você nunca teve acesso e existe lá por muito tempo para aquela determinada região e isso é um mundo fantástico do mercado.

Rumo à Marginal. Editora Abril.

#### **4.1.7 Bruno Campos<sup>9</sup>**

Trabalho na Editora Abril, gerente de figurinhas e colecionáveis infantis. Hoje em dia tudo que se faz, coloca-se dentro de um envelope, seja *card*, *fotocard*, figurinhas ou algum agregado 3D para criança. Tenho 25 anos, trabalho no grupo Abril há seis anos e, cerca de, um ano e meio nesse mercado de figurinhas. A Editora Abril é bastante tradicional dentro do mercado de figurinhas. Nas décadas de 70, praticamente, só a Abril trabalhava nesse mercado, isso muda em função do próprio relacionamento da Abril com a Disney. Na verdade a Abril começou com a Disney, a primeira publicação foi o Pato Donald e desse tempo tudo era muito em torno desses álbuns de figurinhas, com temas de propriedade dos clássicos da Disney. Hoje mudou muito em função da dinâmica das coisas e da oportunidade de outros estúdios de também fazerem animação da Disney. E o mercado de figurinhas sempre foi muito grande. De 70 a 80, descobriram-se o segmento de futebol que passou a vender muito e representar, hoje, metade desse mercado de figurinhas. A Abril teve em 93/94 quando a Abril se juntou à Panini, que ficou Abril/ Panini, uma gestão conjunta para álbum de figurinhas a Panini para o Brasil isso durou até 97, aí a Abril se dividiu, passou ser o negócio de figurinhas com a Panini. Em 2002 a Abril retorna ao mercado de figurinhas. A Abril desaprendeu a fazer, cinco anos sem fazer figurinhas, voltou aos poucos, começou a fazer de novo álbuns de figurinhas da Disney. Começou a aumentar o volume, começou com dois álbuns, fez quatro, oito. Este ano, já com outras licenças que não são Disney, chega ao número de 14 álbuns lançados e passa a retomar a briga para esse mercado, que sempre foi dela. O mercado de figurinha é muito engraçado, é imprevisível, vive em funções de febres. Você pode ter, dentro de um ano, uma só

---

9. Entrevista realizada na sede da Editora Abril, em 05/09/2007, em São Paulo, SP.

coleção que represente 50, 60, 70% o ano inteiro. Ele tem uma característica viral em cima do mercado de figurinhas e de colecionáveis de um modo geral, muito grande e especialmente no caso de figurinhas está intensificado muito em função do preço, que é sempre acessível. Estamos em 2007, falamos de um produto que custa R\$ 0,60, poucos produtos chegam nesse patamar de preço. Além da questão preço tem a questão de trabalhar com criança. As crianças, muito mais que os adultos, interagem e hoje continuam interagindo, embora por força da internet a gente saiba que se dedica a outras mídias. Brincar hoje é estar no computador, no videogame e fazer outras atividades que não é, necessariamente, o brincar de antigamente, que era brincar de jogar bola na rua, de empinar pipa e o brincar é um outro conceito, assim, as crianças estão sempre juntas. As crianças estão na escola e a escola tem o poder de virar o fabuloso. Uma criança num dia com álbum de figurinhas, significa, no dia seguinte, seis, 10 crianças e depois todo mundo colecionando, naquela pequena comunidade. Então isso faz com que a figurinha tenha um valor potencial aí desconhecido, assim como foi, por exemplo, a indústria do cinema, de animação. Você pode ter um lançamento e vender 1 milhão, 2 milhões e chegar a 20 milhões, isso acontece. O álbum pega, não tem como explicar, nem como prever. O que a gente tenta fazer é, hoje, na área de *marketing*, é criar as condições para que eles se desenvolvam, ele vire essa febre e aí vai em função destas características que você coloca no produto, ou você puxa mais no *marketing*, ou mais na comunicação, ou atribui a uma promoção ou traz através da internet. Você tem um mercado que pode oscilar de 20 a 30 milhões de envelopes de figurinhas vendidos. O mercado é todo misturado por envelopes de figurinhas que em média tem 4/5 figurinhas por envelopes. Há um patamar de mais de 300 milhões de figurinhas, como 2006 que foi o grande ano de figurinhas. Total de figurinhas vendidas no mercado 300 milhões de figurinhas. Estou falando de 45 ou 46 coleções diferentes de álbuns lançados no ano passado, não só da Abril, quase 1 por semana.

Qual a escala de solicitação para se completar um álbum?

Varia muito, Por exemplo, coleção de filme. O filme começa a movimentação, eu quero ver, chamadas na TV, pré-estréia que é mais importante, depois a estréia, aquele povão. Álbuns de figurinhas você tem aquele *boom*, depois de um mês, estreou o filme ou voltou às aulas, acabou. Aí muita gente deixa de pedir as figurinhas por que aquilo passou, por que não é colecionador de verdade, compra por um impulso, é a modinha e passa. Para um álbum que não tenha tanto impulso, tem em média 10% de figuras faltantes; 25% das crianças deixam de trocar figurinhas; 20% terminam realmente os álbuns.

Sigo para o Centro Empresarial Birigui. Nome que parece ter saído das histórias em quadrinhos.

#### 4.1.8 José Martins<sup>10</sup>

Sou José Eduardo Martins diretor presidente da Panini. A Panini Brasil é uma filial 100% controlada pelo grupo Panini da Itália, que é líder mundial de segmentos colecionáveis, figurinhas, *fotocards*, e todos os produtos impressos que você possa colecionar como álbum ou recolhedor.

A Panini foi fundada pelos irmãos Panini, de família italiana da cidade de Modena, mãe com oito filhos: quatro homens e quatro mulheres, que tinham uma pequena banca de jornais e revistas e faziam distribuição das mesmas. Eles fizeram um teste, compravam estampas e figurinhas e davam gratuitamente quando alguém comprava jornal ou revista. Com isso vendiam muito mais que outras bancas, por volta de 1957. Aí viram que o segmento de colecionismo era muito forte. Tinham um *business*, um negócio interessante, formaram a empresa e começaram a produzir, a comprar as primeiras figurinhas. O primeiro produto que eles lançaram foi em 1961, que foi a coleção de cromos e estampas do Campeonato Italiano de Futebol. Essa coleção é publicada até hoje, com venda de 60 milhões de envelopes de figurinhas por ano.

A Panini cresceu muito com as figurinhas, tornou-se a maior fábrica do mundo. Hoje a Panini têm 50% de coleções de figurinhas e de encarte por ano, diferentes todos os anos. Exporta para mais de 110 países. A fábrica do Brasil, tem uma capacidade de 3.500.000 envelopes figurinhas por dia, de quatro a seis figurinhas por envelope e envia tudo para o Mercosul.

Até 1989 as figurinhas do Brasil não eram auto-adesivas e o envelopamento era feito manual. Então você fazia a impressão nas folhas, cortava as figurinhas individualmente, colocava dentro de um saco, ligava o ventilador, misturava todas as figurinhas e você mandava para as favelas, os envelopes e as figurinhas e eles envelopavam. Pesava, na ida e na volta, para ver se estava tudo lá, essa era a forma de envelopar as figurinhas e eram coladas. Até 89 porque não tinha nenhuma empresa no Brasil com tecnologia de envelopamento. Então a partir de 89 as figurinhas começaram a ser envelopadas automaticamente, com custo muito menor, com garantia de qualidade e no final não tinham figurinhas repetidas nos envelopes, você não tinha quantidade diferente da que estava impressa, exemplo quatro figurinhas, tinha quatro figurinhas e todas diferentes. A maioria das editoras que faziam figurinhas e concorriam com a Abril na época fecharam as portas. As outras empresas que puderam competir com a Abril tiveram que investir na compra de maquinários automáticos de envelopamento, uma delas foi a Multieditora, que teve problemas financeiros e hoje atua de forma muito pacata. Então a Panini de 89 a 95 tinha uma participação na Abril e em 95 a Panini comprou a parte

---

10. Entrevista realizada na sede da Editora Panini, em 06/09/2007, em São Paulo.

que era da Abril, porque investimos na fábrica para podermos fornecer para todo o Mercosul. Estávamos substituindo as vendas da Itália para o Brasil, a filial do Brasil que estava unida no mesmo grupo. A Panini se tornou sinônimo de figurinhas no mundo. Tivemos no ano passado uma produção de 1 bilhão de envelopes de figurinhas no mundo. Uma venda no Brasil de 200 milhões de envelopes no ano passado.

Nas estampas temos dois tipos de estampas: nós temos a figurinha que é colada no álbum. Depois que você colar você tem que ter um produto literário, você tem uma publicação, por exemplo, sobre animais, um livro que fala sobre novelas, filmes, então é um livro ilustrado.

Essas coleções de figurinhas o time principal da Panini são as crianças. Nós estamos falando de dois tipos: esporte e entretenimento. São as crianças que colecionam figurinhas, porque é um produto próprio para elas. Ajudam na coordenação motora, pois, as crianças têm que colar as figurinhas nos quadradinhos certinhos, tem que saber como vão fazer.

As crianças colecionam, trocam figurinhas repetidas, então ela incentiva a socialização, induz a leitura, porque, uma vez que a criança coloca, ela cola, ela vai ler o texto.

O grupo influência na fase de entretenimento que é dos seis aos 12 anos de idade e é importante que ela pertença a um grupo. Esse grupo está fazendo coleção de figurinhas, ela também precisa fazer. Então ela só vai fazer se o grupo estiver fazendo. Ela coleciona por que gosta dos personagens, ela quer ter a imagem do personagem na mão, ela conversa com o grupo sobre os personagens. Ainda não está inserida no colecionismo.

Depois ela não faz mais a coleção de figurinhas, a não ser aquela que seja colecionista nata.

Hoje, uma criança de cinco anos já navega na Internet, acessa *sites*. Nós estamos vendo que as crianças estão saindo mais cedo da fase do colecionismo das figurinhas, estão amadurecendo mais rapidamente.

Depois a figurinha se torna coisa de criança, fase dos 11, 12 anos. Isso não é achismo, nós fazemos pesquisas, entrevistamos crianças, pais, jornalistas e colecionadores.

Eles passam a colecionar outro tipo de produto, aí são os *cards*, os *fotocards*, que vai para um público mais adulto. Colecionam também em eventos como a Copa do Mundo, uma forma de obter informação durante o torneio. A gente sempre busca produtos que tenham apelo para as crianças, então uma série de televisão, um filme, um produto delicado como gatinhos e cachorrinhos, série de cartões que possam trocar entre si, fazer a coleção.

E, produto de tema adulto que é colocado em figurinhas, no mercado não vende. Nós já tivemos experiência com personagens adultos, porque o adulto não coleciona por ser coisa de criança. O adulto não tem a disponibilidade da criança, tem vergonha de trocar figurinha, não vai se reunir no grupo para trocar figurinha repetida e não tem paciência. O adulto coleciona junto com o filho, os dois se reúnem e colam figurinhas juntos, o pai compra figurinhas.

Os meninos de 14 anos a 16 anos ainda colecionam figurinhas de futebol, mas o fazem escondido, porque são recriminados pelas meninas que o chamam de crianças. Fizemos o álbum de figurinhas do Simpson, cromo e *cards*, foi um fracasso e verificamos que as crianças que não assistem à série, elas não entendem as piadas, o humor deles, que é um humor adulto, crítico. São jovens e adultos que assistem. Quando o Casseta e Planeta estavam no auge fizemos uma coleção de figurinhas pensando que iria ser um grande sucesso e foi um fracasso, por que não era tema para criança.

Hoje no Brasil o cromo, a figurinha é um produto destinado ao público infantil. Se você verificar todas as coleções da Panini, vai ver que tem sempre um tema voltado para o público infantil.

Fazemos o *fotocard* que é um produto que jovens colecionam que é um *card* maior,, em formato de fotografia ou cartão postal, onde a gente pode fazer inovações.

Hoje com a tecnologia, o acesso que as crianças e os jovens têm à internet, a imagem de seus personagens favoritos, você encontra, imprime e faz cópia. Estamos sempre buscando inovações. Temos hoje coleções com estampas que brilham no escuro, estampas impressas em alto relevo, estampas que são impressas com tinta que tem que colocar na luz do sol para que apareçam; impressas com tinta térmica que você tem que raspar com o dedo, aquecer a figurinha para que possa ver a imagem que tem embaixo, figurinhas perfumadas. Sempre buscando esse aspecto lúdico que você não obtém imprimindo pelo computador.

Hoje a coleção de estampas e cromos é muito mais sofisticada em termos gráficos, porque nós temos um concorrente, nosso maior concorrente é o telefone celular, porque não existia antes, nem mesmo no orçamento doméstico. Com celular hoje, você compra e baixa a imagem de seu personagem favorito, baixa filme. O dinheiro do consumidor era o mesmo.

Nós sabemos que antigamente fazia coleção de figurinhas educativas, no entanto, hoje, essas figurinhas não vendem mais. A criança quer aquilo que está na moda, que sai na televisão. E se o professor falar na aula que uma coleção é muito interessante, não vão fazer.

O colecionismo hoje é maior nos quadrinhos e não nas estampas. Nós estamos falando do público adulto, que é aficionado, é um nicho que nós atendemos: um público muito informado sobre o que está sendo publicado no exterior e nós temos que estar atentos à coisa. Muitos compram dois exemplares de quadrinhos, um para ele guardar intacto e outro para ele ler. Existe muito mais colecionismo nos quadrinhos, por exemplo, a Marvel que fez 40 anos no Brasil. Nós lançamos uma edição especial, onde fizemos uma impressão do primeiro produto da Marvel, que era lançado pela Shell, e era comprada no posto Shell. As pessoas querem porque colecionam histórias em quadrinhos, dos super heróis. O colecionismo é muito forte nesse segmento porque existe o roteirista, o desenhista e todos conhecem e sabem quem é um e outro, isso é muito importante para eles, afeiçoados por esses nichos, enquanto que nas figurinhas as vendas acontecem de forma cíclica em função do personagem. Copa do Mundo vende muito.

## 4.2. A *montra* dos publicitários

Tentei contato com este meu narrador desde Brasília. Agora, já no Rio, continuo na expectativa. Renomado publicitário, hoje, às voltas com a área de marketing da Editouro.

### 4.2.1 Lula Vieira<sup>11</sup>

Do ponto de vista do *marketing*, posso ter enganos históricos, eu não sou pesquisador da história das empresas, mas sim, procuro usar a propaganda para contar histórias, coisas, como produtos da história do *marketing*, muitas vezes até com a própria história do povo brasileiro através da propaganda. Eu tenho uma tese que, talvez, através dos anúncios a gente conheça muito melhor o momento da sociedade. Porque como a propaganda não é arte, a propaganda não deve nunca estar nem na vanguarda nem ser saudosista, ela deve usar exatamente o que as pessoas pensam, falam, o seu vocabulário, os seus símbolos, seus ícones, daquele momento para poder comunicar-se. Então você pode entender o que uma sociedade está pensando ou como está reagindo através dos anúncios. O que ela entende por moderno, o que ela entende por antigo ou o que ela entende por família, o que ela entende por felicidade ou por uma boa relação familiar. Gosto muito, quando faço palestras, quando dou aula, conto coisas para as pessoas, mostrar alguns anúncios, por exemplo, falam que dar um presente no dia das mães é dar uma máquina de costura, panelas. Ela entende que é dona de casa, a mulher era basicamente uma dona de casa, o seu sonho era prestar um belo serviço como dona de casa. Então, não era nenhuma feminista, na época que ficava horrorizada com a idéia de que, o melhor presente no natal era dar um maquina de lavar roupas para a mulher melhor lavar a roupas da família ou no dia das mães, um belo conjunto de panelas para preparar melhor a comidinha do marido e das crianças. Eu falo isso porque Eucalol, do meu ponto de vista, sempre teve o traço da propaganda da empresa, pela evolução do *marketing*, sempre usei o Eucalol como uma demonstração dos diversos momentos da relação das pessoas com os produtos. Eu explico, O Eucalol é uma serie de produtos feitos à base de eucalipto, é uma empresa brasileira, Correia da Silva, um negócio assim, empresa tipicamente nacional, que por fabricar produto de consumo diferenciado, porque era de eucalipto, narrava na sua comunicação a performance de seu produto. O eucalipto tinha essa vantagem, servia para isso e para aquilo, era da natureza, tinha tais propriedades e cada um dos anúncios, específicos para cada um dos produtos do Eucalol, fazia sempre, na performance do produto, a higiene dos dentes. Como eu estava dizendo as primeiras campanhas do Eucalol falavam da performance do produto, era uma época que os produtos eram comprados e as pessoas acreditavam que alguns produtos eram diferentes dos outros, tinham performance

---

11. Entrevista realizada na sede da Editora Nova Fronteira, em 15/08/2007, Rio de Janeiro, RJ.

diferentes, então, o Eucalol botava os dentes mais brancos, lavava mais, deixava um cheirinho de eucalipto, era sempre uma demonstração, uma narração das qualidades intrínsecas da performance do produto. Coisa que não durou muito tempo, aos poucos as pessoas vão percebendo que os produtos tendem a ser parecidos uns com os outros e, na mesma parte de expressão, na mesma categoria, não há grandes diferenças em termos de performance, mas as pessoas começavam a ter, pelas marcas, uma simpatia não consciente mas que fazia as pessoas deixarem de ser consumidores de marca para serem sofredores por marcas. Então, era época que o cara dizia: não, Ford é o melhor carro do mundo. Chevrolet, eu só compro Chevrolet, geladeira é Frigidair.

Então chegou o momento que as pessoas começaram a torcer, mas a sua identidade emocional não era apenas a performance, era uma relação dos anti-consumistas não favorecidos de amor, mas a palavra é essa o mais empedido dos não consumistas ele sempre tem uma relação com alguma marca porque as coisas são as nossas identidade, da mesma forma, um índio se pintava para dizer eu sou assim, está assim meu humor ou eu faço parte dessa tribo ou ele se sentia pertencente à coletividade, breve, rapidamente as pessoas perceberam que carro, a roupa, alguns determinados tipos de consumo eram também identidade, as pessoas se exprimiam através daquilo que compravam. Então, nesse momento o Eucalol passa a ter uma propaganda um pouco menos descritiva e mais emocional e corajosamente inaugura uma parte da propaganda que tinha até alguma ousadia, impensável para a época, por exemplo, eu não sei se é o primeiro mas com certeza é um dos primeiros anúncios que usou na propaganda, evidentemente disfarçando, não mostrando que queria mostrar uma mulher nua, era quase como apenas um flagrante de uma mulher tomando banho, não havia nenhuma evidente intenção de sensualidade mas é claro que o publicitário, não sei quem, não há nenhum registro, podia ser até o Bastos Tigre, podia ser um daqueles grandes publicitários da época, vamos lembrar não há um único grande poeta um grande escritor que não tenha passado pela propaganda, o pessoal começou a separar a vida literária da propaganda há muito pouco tempo atrás, Manoel Bandeira fazia propaganda, Olavo Bilac fazia propaganda, Monteiro Lobato fazia propaganda, um monte fazia propaganda, Antonio Maria fazia propaganda, escolha um grande nome da nossa cultura, com raríssimas exceções, ele ganhava, ele completava o seu dinheirinho, fazendo, cometendo seus anúncios, suas poesiasinhas, teclando. Bom, mas aí o Eucalol consegue ser ainda mais ousado, além de sair da simples narração do produto, da performance do produto, ir para o racional claro para o emocional, faz duas coisa, uma, ela imita, e a brasileira, a campanha do sabonete Lever, ela faz isso com o nome de Lux e usava a campanha nove em cada dez estrelas do cinema usando Lux, campanha essa que levou oitenta, quase cem anos, está no ar a mesma campanha com variações de tema, de texto. Mas a filosofia é a mesma, ela usa a Lux, usava então o testemunhais de grandes estrelas do cinema na época, a Hollywood dominando a mídia no mundo, que dizer, a Hollywood cinema, era o sonho de todo mundo, o que faz Eucalol que não podia ter nenhum ator de cinema. Mais os grandes artistas brasileiros nós estamos aí

chegando à década de quarenta e cinquenta e nós temos gente que pode ser comparado aos astros de Hollywood, coisa rara no Brasil, que são os artistas da Rádio Nacional. Temos inclusive no caso de Eucalol, uma vantagem para Eucalol, as pessoas tinham muita curiosidade de conhecer a cara das pessoas, pelo rádio você só ouvia. No rádio, Eucalol consegue fazer, primeiro patrocina programas de grande audiência, segundo começa a utilizar jingle de uma criatividade raríssima, um jingle., em minha opinião, mais doido de todos os jingle jamais feito em toda a história da propaganda brasileira, o importante é a letra que diz o seguinte tocam um canto de galo e a música diz: todo mundo pensa que o galo canta para saldar o sol, mas, na verdade, o galo quando canta, ele diz somente, se eu tivesse dente, eu usava Eucalol. Imagine a tradução, alguém tem a imaginação de traduzir o canto do galo com essa frase, se eu tivesse dente eu usava Eucalol. Outra jogada do *marketing*, que a Eucalol faz genial, é criar brindes nos seus produtos e cria-se as Estampas Eucalol, partindo de um principio deslumbrante, que as pessoas gostam de colecionar coisas, elas tem prazer em juntar, duas coisas que formam finalmente algo lógico, a Coca-Cola teve suas bandeirinhas dos países, a Jacarézinho fez isso com histórinhas, lendas brasileiras etc. e Eucalol criou uma coleção imensa, com História do Brasil, títulos brasileiros, navios, descobridores, foi criando e as pessoas iam comprando Eucalol na busca de completar suas coleções de Estampas e juntar Estampa Eucalol virou uma mania nacional. Também usava muita a promoção no rádio, rapidamente percebeu que essa infidelidade do consumidor em relação a este tipo de produto, uma vez que, no fim, todos acabam ficando parecidos, ainda, mesmo que, seja na área do emocional, ela vai segurando o cliente através de algo palpável na relação de consumo. Mesmo que for comprar um sabonete, seja lá qual for, a pessoa prefere Eucalol para ter prazer de descobrir, esse fala sobre o curupira, que legal, aquele fala sobre uniforme brasileiro e assim por diante, eu confesso que, muitas coisas que eu sei até hoje, me lembro de ter decorado na Estampas Eucalol, geralmente ilustrado por gente muito boa e uma pesquisa com razoável tranqüilidade, as Estampas Eucalol não é uma coisa muito irresponsável não, é bastante séria. Até inconscientemente a Unilever, na época Gessy Lever, acaba comprando a Eucalol e hoje a Eucalol é uma marca da Unilever mas, o que eu acho que é registrável na Eucalol é essa brasileira trajetória de um anunciante típico, do começo do século, use dentes mais brancos para higiene da boca cientificamente provado dentista inportando lá tai muita ta com muita pouca promessa performance muita pouca promessa pouquíssima muita pouca discrições de qualidade intrínsecas do produto para Bibi Ferreira diz melhor meu creme dental é Eucalol a beleza das mulheres o segredo da beleza sabonete Eucalol e por ai a fora Eucalol é um belo *case de marketing*, é uma bela historia de *marketing*.

A Eucalol muitas vezes focava o orgulho do tipo brasileiro usava aquela expressão brejeiro alegre, um anúncio da Eucalol que fala da morena brasileira, morena cor de jambo, quer dizer falando que nós, brasileiros, temos um tipo deslumbrante que preferimos continuar mostrando a nossa pele tal como ela é e que Eucalol é o coadjuvante desse esforço para gente manter um certa naturalidade, olha só,

falando em natureza tanto tempo atrás. E toda vez que a gente dizia um anúncio de Eucalol, o tipo era sempre um tipo brasileiro. A exemplo de Tônia Carreiro, que é linda em qualquer país, em qualquer língua do mundo, mas é sempre uma artista brasileira, outra coisa importante que Eucalol, eu não sei se de verdade ou de esperteza, usou durante muito tempo uma campanha contra as imitações, ou seja, eu não sei se ela inventou essa história, mas lendo os jornais, parecia que a qualidade do Eucalol era tão boa que tinha muita gente imitando, então, dizia para dona de casa exigir o legítimo, que tem uma fita vermelha, com garantia, é feito com eucalipto, para garantir esse efeito terapêutico tem que ser o verdadeiro, o que dá para as pessoas é a seguinte impressão se todo mundo está imitando é porque é bom.

#### 4.2.2 Altino Barros<sup>12</sup>

Meu primeiro contato realmente com a propaganda foi com o rádio basicamente. Eu me lembro de ter brincado com o rádio Galena, que colocava uma pedrinha e ouvia com toda a dificuldade. Tinha uma disputa com os colegas quem tinha a melhor recepção. Foi substituído pelos chips. Tinha muitos programas humorísticos e eu tinha uma predileção especial pela música. Gostava muito de música. Meu pai também. Um dos primeiros aparelhos de Hi-Fi meu pai tinha comprado. Eu tive uma das maiores coleções das Big Band - Glenn Miller, Benny Goodman.

E é o rádio que o conduz para a propaganda, seu pai, sócio do pai do Armando de Moraes Sarmento, primeiro presidente da McCann Ericsson, na época uma grande empresa, tinha 10 anos de Brasil e conseguiu o emprego de *office-boy*, com ele, começando também, Zivaldo, no departamento de arte. Foi para o departamento de produção gráfica, que selecionava o tipo de anúncio e os desenhos, era setembro 44. Fazia os contatos com o cliente, como *office-boy*, levava o material para a clichéria, levava e trazia até ficarem prontos os anúncios, clichês grandes. Os clientes eram grandes, consequentemente faziam páginas inteiras de jornal, que eram reproduzidas em clichês de jornais, que naquele tempo era A Noite, Correio da Manhã, Diário de Notícias, O Globo. Esses eram os jornais quando entrou na propaganda. Um ano depois foi transferido para o departamento de mídia, eram três pessoas e, ele, fazia contato com os veículos, as autorizações para os jornais e revistas publicarem. A parte de rádio era separada da mídia impressa. Ficou no departamento de imprensa e, no segundo ou, terceiro mês, o Loureiro pediu demissão, a Luciana foi ser freira, o *office-boy* era jovem e tinha feito o científico, estava na universidade Mauá. Entrou em setembro, o salário era 380 cruzeiros, mas tinha QI – quem indica –, o pai do Sarmento, estava na universidade, desenhava coisas, textos, estava entrosado, já não era mais *office-boy*, era assistente. Ficou sozinho, ele e um telefone.

---

12. Entrevista realizada na sede da agência de publicidade McCann Ericson do Brasil, em 23/08/2007, São Paulo, SP.

O contato era o dono absoluto da conta. O contato ligava para mim, dizia o jornal que ele queria, eu era o orçamentista, via o custo, fazia o cálculo e mandava o orçamento para o cliente. Comecei a ler os arquivos, lendo a correspondência anterior, me interessar para saber o que era mídia. Tinha tabelas de preços de jornais e revistas, depois descobri que os preços impressos não valiam nada, conversando eles faziam descontos. Descobri que não estava certo pagar aquele preço da tabela, fui tendo uma idéia de quanto de desconto poderia conseguir. Descobri que os jornais tinham circulação diferente, tiragem diferente, até metade daquela divulgada, depois de uns 3 anos trabalhando descobri uma série de coisas. Os grandes jornais falavam que a circulação dos jornais era de 30% até 50%, não era verdade.

Mas esse negócio de circulação de jornal é totalmente errado. Eu tomei a iniciativa de chegar para o O Globo, que era o jornal mais próximo. Eu tinha saído da Tijuca, tinha passado para Santa Tereza, (contou estória da vida pessoal...) Eu tive a sorte de encontrar o Sílvio Bering, que era o diretor comercial do O Globo. Abriu o jogo e disse que ia me mostrar tudo. O que me espantou foi me apresentar o Roberto Marinho, diretor do jornal. Como a McCann Ericsson era uma grande empresa, a primeira, segunda, fui muito bem recebido, eu representava a empresa McCann Ericsson.

O Dr. Roberto comandava. Ele autorizou o diretor de circulação, o Sílvio Bering que me mostrasse tudo. Eu descobri que os jornais eram distribuídos, os donos de quatro, cinco bancas, de determinadas áreas, prestavam contas diariamente dos jornais, levavam o jornal e traziam o encarte que era contabilizado, jornais recebidos e devolvidos, chamavam de boletos. Eu verifiquei os boletos e vi que era verdade. Todo dia recebia a circulação. O Dr. Roberto me mostrou qual era a situação real do jornal.

Era década de 50, o jornal tinha certo prestígio. Daí eu já tinha a informação certa do O Globo, eu resolvi ir aos outros jornais. Fui ao Correio da Manhã, Jornal do Brasil. O Jornal do Brasil naquele tempo era um jornal antigo, era chamada de jornal das cozinheiras e empregada. Era muito comprado. O diretor era o Nascimento Brito, era militar, assumiu o jornal porque casou com a condessa Pereira, filha do dono do jornal. Ele assumiu o jornal, fez uma reformulação, cortou algumas áreas e chegou concorrendo com O Globo. A Noite era comandada pela ditadura, e ficaram dois jornais independentes, O Diário da Notícia e o Correio da Manhã, no Rio de Janeiro. Tive certa resistência do diretor do Diário de Notícias, mas sabendo que O Globo tinha dado a informação correta também abriu os livros deles também. O JB, Jornal do Brasil, foi reformulado e começou a concorrer também com O Globo. A Última Hora entrou também, com o Samuel Wayner.

Só faltava o Correio da Manhã. O gerente Mário Alves não queria mostrar a situação deles. Ele apoiava o brigadeiro, esqueci o nome. Eu estava no escritório, recebi um telefonema do Mário Alves, do Correio da Manhã, ele resolveu mostrar a posição do jornal. Ele disse: Eu vou mostrar, mas não pode escrever nada. Olha aqui, mostrou os boletos, fechou - não pode dizer que não mostrei... foi engra-

çadíssimo! Logo depois a viúva do dono do jornal, vieram 2 homens evoluídos tomar conta do jornal, e mostraram as informações da circulação do jornal. Eu juntamente com o Hilcar Leite, do JB, fui encarregado de fazer um estudo preliminar para a criação do IVC – Instituto Verificador de Circulação, que veio a se concretizar e hoje é o instituto que tem a maior credibilidade. Eu me sinto quase um dono do IVC. Depois as revistas aderiram. O Globo e a Editora Abril foram os dois que suportaram os custos do IVC, financiaram.

É outra área muito interessante! Trabalhando numa multinacional, fui levado aos Estados Unidos ver como funcionava esse planejamento – aqui quem fazia o planejamento era o contato. Tinha alguma coisa errada, ser feita pelo contato. Programas de rádio eram produzidos dentro da própria agência. Até novelas eram pagas pelos clientes, Kolynos, Lever.

Audiências enormes. O *casting*, a seleção dos artistas, dentro da própria agência. Acompanhava as novelas pela manhã cedo, o horário nobre era de manhã cedo – 10h30min, 11h. “O Direito de Nascer”, almoçava mais cedo, ficava até 10h30min, parte da manhã era dedicado às novelas, o horário nobre era 10-11 horas.

Nos Estados Unidos o departamento de mídia que integrava os dois, existia o *space buyer*, que compravam o espaço e o *time buyer*, do rádio, e um planejador aqui em cima que fazia o planejamento de mídia. Havia certa interferência do contato, mas o contato não era tão dono assim de tudo. Ele já confiava naquele departamento.

Já no Rio de Janeiro, no departamento de mídia, eu convenci o gerente e fizemos a integração dos dois departamentos. Isso no final de 50, início de 60. Por ser mais velho, ter contatos, ter ido aos Estados Unidos, eu comprava livros, me juntei ao departamento de Pesquisa, ainda dentro da McCann Ericcson no Rio. Então, as pesquisas de rádios e jornais, o interesse em ter audiência: quem lê, por que lê, sexo, idade, classe sócio-econômica, funcionaram direitinho por 40 anos. Interessei-me muito por isso. Depois apareceu GRP. A Gillete foi a primeira. Tínhamos uma parte da conta da Gillete. Fizemos avaliação de audiência, primeiro em rádio depois TV.

O assunto das *Estampas Eucalol* aparece e ele se recorda de ter estudado com Carlos Stern. Após algumas ligações, forneceu-me os telefones do Carlos e de seu filho, que moram no Rio de Janeiro. Pediu para que eu falasse em seu nome. Admirável! Retornando a Brasília, liguei e falei com a esposa do senhor Carlos Stern. Não resultou positiva. Alegava que o Carlos estava quase surdo, que eles estavam de mudança, que não seria possível me atender.

### 4.2.3 Luis Cama<sup>13</sup>

Marginal do Tietê. Meu narrador assim se apresenta

Sou Luis Augusto Cama, vice-presidente da Olgivy, sucessora da Standard, há 40 anos, jornalista, radialista. Fui jornalista em Porto Alegre. Radialista em 58 e antes disso, desde 1940. Na infância dediquei-me a observação dos impressos, a comunicação, a observação da imprensa jornalística. Quando você tem no sangue, dentro de você, focado na profissão, naquela que vai ser sua profissão. Meu pai teve uma pequena gráfica em Porto Alegre. Era praticamente sócio do Brizola, sócio quase informal, no tempo em que existia honestidade. Entrou nessa época em 47, o primo da minha mãe que era amigo íntimo do Brizola e grupo dele do PTB, logo após a guerra, após a restauração da democracia. João Goulart, Brizola, quando criança e adolescente cheguei a conviver com eles todos. A morte de Getúlio foi anteontem, 1954.

Meu pai tinha uma gráfica, tinha uma pequena gráfica, com duas máquinas de *offset*, guilhotina, uma máquina dobradeira. Na época, não tinha problema com o trabalho infantil, eu até trabalhei lá.

É uma pena que o Brizola morreu, gente como ele, não deixou registrada sua história, sua memória. Por aí vem a minha ligação com as Artes Gráficas, meu interesse pela comunicação, pela revista, jornal, rádio e até pelas Estampas Eucalol. O que eu tenho para dizer sobre isso são as observações de quem conseguia, eventualmente, algumas delas, eram da minha avó, alguma tia, que consumiam os sabonetes Eucalol. Algumas Estampas chegavam lá em casa, passava a cantada em alguém para dar para a gente, por isso tenho uma pilha delas, mas a minha informação, a minha memória, meu depoimento é muito curto. Primeiro porque havia um enorme interesse pelas Estampas Eucalol e, lá pelos anos 40, 50, sabedor de que elas são mais antigas do que isso, havia um interesse bastante grande por elas e muita dificuldade para colecionar, acho que é isso a coisa mais séria. Elas foram um fenômeno, acho que de frustração. Elas eram inúmeras, eram séries e mais séries e mais séries. Então, nesse plástico tem 9 estampas, e tem algumas das séries 126 e 127 - eram peixes das profundezas do oceano; série 20 - coral cobra venenosa, série 7 - esportes, série 55 - cães de raça; série 3 - produtos do Brasil e por aí vai. Então não posso imaginar, nem ter idéia de quantas séries existiram e ao mesmo tempo, quantas estampas faziam parte ou compunham cada uma dessas séries. Eram milhares de estampas diferentes, sem nenhum controle. Fico imaginando, hoje racionalizando, um pouco isso, você sabia que a série começava no número 1, mas não sabia quantas Estampas compunham esse série, nem quando terminaria. Nunca existiu um manual das Estampas Eucalol. Sei que existiram uns álbuns de cartolina, porque minha mulher trouxe de casa, ela tem

---

11. Entrevista realizada na sede da agência de publicidade Olgivy, em 27/08/2007, em São Paulo, SP

um pequeno álbum desses com algumas Estampas, estilo álbum de cartolina, em que eram presas assim, com Scott, mas não tinha nada que promovesse a busca pela organização. O que se sabia é que era um sabonete muito simpático da Perfumaria Myrta, lembro até do jingle, de uma fase posterior, durante os anos 50, não sei se canto inteiro, tinha uma palavra complicadíssima, efeito balsâmico do sabonete Eucalol. Nessa cachoeira de frases que estou despejando aqui, o mais curioso é a infinidade, a variedade de séries diferentes, que ia bem enquadrada nos produtos brasileiros, que ia de serpentes até uniformes antigos do exército, uniformes históricos.

Tem uma série, essa, sim, é uma coisa notável, talvez historicamente a mais interessante, chamava-se “Incrível, porém verdadeiro”, que eu jamais esqueci, inclusive, porque eu brinquei num programa de rádio com essa expressão. Era nada mais, nada menos que de ilustrações e curiosidades do Museu Ripley, de Chicago, “Acredite se quiser,” que era aquele ator que me falha agora. O Acredite se quiser, então, era aquilo que gerações viram na televisão brasileira, ela existiu nas estampas Eucalol, nos anos 40 ou 50, numa série que se chama “Incrível, porém Verdadeiro”. São 156 estampas, significa que alguém tinha que consumir, só para ter essa série, e desse sorte de encontrar essa serie, 156 sabonetes comprados em caixa, porque as estampas vinham em caixa de 3 sabonetes e as estampas vinham em cima de cada sabonete. Então é isso, esse é o fato mais estranho a respeito das estampas Eucalol, a imensidão e outro tipo, na época não tinha nenhuma promoção. Nunca vi um anúncio nas revistas como hoje haveria uma campanha promovendo as estampas.

O laboratório Beija-flor era concorrente dele. Esse laboratório, a maioria deles, antes da concentração das multinacionais, a grande maioria ficava no Rio de Janeiro, até o final dos anos 50 a perfumaria Myrta, a Regina, a Beija-Flor, o Leite de Rosas e por aí vai. Enquanto que aqui em São Paulo existia a grande Gessy, que era a maior delas, mais tarde a Lever. Havia a Gessy como havia algumas outras no Rio, concentração de perfumarias, inúmeras. No Rio, inclusive, a concentração da imprensa, as edições nacionais, as revistas, mas o que eu vejo é que se encontra anúncio dos produtos Eucalol, mas eu nunca vi, por exemplo, em nenhum deles, menção às Estampas.

Aqui temos uma curiosa, essa aqui, é aquela que Lula Vieira falou que foi o primeiro no brasileiro nos anúncios. O anúncio que fala sobre a menstruação, lá em 1937, que fala fiquei mocinha, que as amigas perguntavam qual o segredo para conservar a vivacidade e o encanto de minha cútis, será que esse ficar mocinha tem a ver com a menstruação, ou será que quando a mulher ficava mocinha, isto é, no sentido de que ela, na adolescência, ficava com a cútis ruim?

Agora o curioso é a afirmação que eu tinha feito anteriormente, ela está comprovada por exceção aqui, com efeito nenhum desses anúncios faz referência as estampas. Alguns anteriores fazem esses aqui não. Os anúncios anunciavam os produtos, você conhece o *jingle*? Lembro de memória: “um espetáculo na sua consistência Eucalol, um espetáculo no seu perfume Eucalol, um espetáculo nas suas virtudes balsâmicas Eucalol, novo e maravilhoso sabonete Eucalol, espeta-

cular Eucalol.”.

Num jingle tinha uma frase, um verso quer era um espetáculo por suas virtudes balsâmicas. Isso era a Eucalol, isso era a publicidade, mas eu nunca vi, não tenho na memória e continuo não vendo aqui referência às estampas. Não havia promoção, um incentivo, uma organização, sabe Deus o porquê. Nós estamos quase em 2008 e hoje falamos por curiosidade de algo que vem de 1938. Tomei conhecimento em 1948 e acredito que em 68 já não existia.

Isso é um negócio muito interessante, de certa elite, muito espalhado, não muito popular, não devia ser muito barato, porque tinha uma embalagem sofisticada, vinha em caixa, como muitos sabonetes da época. Embrulho de papel com essa faixa vermelha e a tal estampa, não era produto como o Lifeboy, da Lever, que era produto popular.

As campanhas eram longas. Você ouvia no rádio, uma frequência diária, durante muitos meses, os mesmos comerciais no Brasil inteiro, estou falando do Rio. Em Porto Alegre tinha três emissoras de rádio, lá todas completas e uma delas com elenco e esportes e esses patrocinadores eram os mesmos Eucalol, Regina.

A curiosidade é essa foi uma grande iniciativa cultural, uma coisa enciclopédica, embora não tivesse muita coisa de informação, informação era zero. Aqui, “Acredite se quiser”, da série 126, tem uma linha, uma pílula de informação, as outras linhas eram de lembretes dos produtos da Eucalol. Devia ser cópias de produtos internacionais.

O tipo de infância de 1940, infância de aprender ler; em 1945, na guerra eu já sabia ler. Meu pai já tinha me ensinado a ler, graças a Deus, já lia desde os 5 anos de idade e, então, por vocação, por interesse. Eu era aquele tipo de criança que estava interessado na leitura, na informação, no colecionismo, sou colecionador até hoje. O colecionismo fazia com que você, no meu caso, a partir de seis ou sete anos, mergulhasse num mundo das histórias em quadrinhos. As Estampas Eucalol tinham alguma ligação com isso, qualquer coisa que trouxesse informação dessa natureza, que fosse colacionável, trouxesse a aventura, a informação, a emoção. E o que trazia emoção era o rádio, o convívio com os outros, era a revista, eventualmente os livros de história. O rádio, repito novamente, não existia a televisão, então quando aparecia coisas como essas, elas tinham influência muito grande sobre a gente. A questão do colecionismo, a questão da ilustração, a questão das figurinhas, aonde entra, paralelamente nessa questão, do livrinho que lia e relia 50 vezes, o gibi, ao quintal da casa; emprestar uns para ou outros. Havia as épocas, as safras das figurinhas, as balas de figurinhas. As balas de figurinhas algumas clássicas nacionais, que por lá chegavam. As balas instrutivas Ruth que era um negócio mais sofisticado, tinha um álbum sofisticado, as balas tinham seleções. Uma quantidade de produtores locais que fabricavam um caramelo de açúcar e tintura, que aquilo só servia para nada, porcaria, mas o importante eram aqueles pedacinhos de papel, 2x2cm, que estavam ali dentro e que envolviam e eram para serem colados em um álbum, ora eram para formar uma figura. Tinha uma figurinha carimbada que você podia ganhar um grande prêmio que era uma bicicleta. Você fazia aquele esforço todo para ganhar uma bicicleta, que era para milhares

de pessoas, ou uma bola de futebol-. Figurinha carimbada com uma bola de futebol, coisa fabulosa, era uma bola de couro, nº. 3, uma bola sem tento. A bola, antigamente, a câmara vinha com um tubo que você soprava, amarrava e botava para dentro. Ela tinha um cordão, que era o tento, como se fosse um cadarço de sapato, que amarrava aquele treco. Uma bola sem tento era um negócio fabuloso, como uma criança hoje em dia, ganhar um *Ipod* de quadragésima geração.

Essa conversa toda foi para dizer que as figurinhas eram muito importantes na vida da gente, eram colecionáveis. Figurinhas do Popeye, que se chamava Brocoió, do Tarzan. Figurinhas para colocar e formar uma figura e quando completava a figura, trocava por um prêmio, só que nunca conseguia formar, porque não tinha dinheiro para isso. Mais tarde vieram figurinhas que seriam quase um sucessor disso aqui, mas era figurinha com negócio em si. Quando a Vecchi, a editora Vecchi em meados dos anos 50 lançou os envelopes, que, mais tarde vários fizeram. Aí você não comprava balas, comprava o envelope das figurinhas, Álbum da Branca de Neve. A história da Branca de Neve em figurinhas numeradas, com legenda e você comprava, vinha cinco figurinhas, isso acontece até hoje.

Mas ali começou o maior sucesso de figurinhas, numericamente ou em guardado as proporções com a população do país - álbum Ídolos da Tela, por volta de 1955/56, que eram 250 ou 360 fotos de artistas de cinema, com uma pequena biografia e história deles, que vinha numa legenda, e foi um sucesso imenso. Teve a editora Tópico que também fazia figurinhas e outras mais. Então tudo isso substituiu e é uma coisa promovida, coisas de época que tinham lançamentos, coisas da moda. O que não acontecia com a Eucalol, ela não tinha uma pressão sobre o mercado. Os Ídolos da Tela já era na adolescência. A infância da gente era envolvimento com essas coisas, era a emoção de comprar, ganhar prêmios, colecionar, ir atrás. Tinha até uma brincadeira que meus filhos, agora nos anos 70, 80, conhecem permanentemente, embora o mundo mude muito que era o jogo do bafo. Não era uma coisa que eu vivi muito naquele tempo, mas é uma coisa que existia e me lembro que meus filhos fizeram.

Essa iniciativa de fazer estudo das estampas Eucalol, seja como for, estudo como tese, o resgate de uma coisa que foi embora, meio que não muito promovida, não muito conhecida, foi um pedaço da cultura brasileira durante décadas, essa história do sabonete Eucalol. Não lembro de ter outro parecido, algumas marcas podem ter feito, é uma vaga lembrança, não estou afirmando, mas tenho impressão que a Lever, fez estampas com artistas de cinema, nunca teve amplitude das Estampas Eucalol, embora tenha tido mais promoção.

#### 4.2.4 Roberto Dualibi<sup>14</sup>

Este narrador foi escolhido por sua marcante atuação na publicidade e, na infância, convívio muito de perto com as Estampas Eucalol.

Na minha infância, morava na loja dos meus pais, em Campo Grande, de 1935/1948. Meu pai tinha um comércio, era uma loja de moda, que tinha tecido botões, confecção de roupas com 6, 7 moças trabalhando, manequins de cera, vendia sabonetes, pastas dentais, inclusive, o Eucalol.

Esse sabonete não podia ser usado pelos comerciantes para evitar que colecionassem as Estampas.

As Estampas estavam nas mãos dos outros, acompanhava a história através das propagandas nos jornais e revistas – Jornal das Moças, Fon-Fon. Não me lembro de nenhuma série. Tenho na memória, muito mais apurada, o Almanaque do Biotônico e para outros recursos promocionais que já tinha ido até Mato Grosso. Porque era um época de conquista de fronteira, para a direção do oeste, recebia influência exclusivamente do rádio, principalmente da Rádio Nacional, que chegava com muita força. Foi o rádio, naquela época, que editou que se falava o espanhol, propaganda argentina, influência do Paraguai, por ser tão próxima, a cidade era bilíngüe, português e espanhol. Depois da guerra foi proibido. A educação era feita por padres salesianos que eram italianos.

A Estampa Eucalol para mim, era comércio, os produtos altamente comerciáveis, promocional de boa venda, produto que tinha muita propaganda em revista, para o padrão da época, já era muito bem feita, as pessoas que administravam a Myrta, tinham boa noção de fabricação, produção, montar, negociar com o veículo, e a série de Estampas tipicamente de alguém que gostava e ia até a gráfica acompanhar a produção litográfica, que era uma técnica extremamente interessante que misturava química com arte, muito recorte e texto. O Rio tinha bons artistas, ilustradores, litógrafos e até uma tradição alemã. Os primeiros cartazes produzidos no Brasil, já eram na época de D.Pedro II, que estimulava essas atividades, eram estampas com técnicos alemães.

A primeira propaganda política, em massa, foi o Cartaz da Princesa Isabel, durante a libertação dos escravos, em que ela aparece com um anjo sobre o ministério ao qual pertencia ao Visconde, depois Barão de Rio Branco, era cartaz onde se mostrava claramente a mão de obra do imigrante que veio substituir a mão do escravo.

Na época, também havia preconceito como todo produto novo, me lembro ouvir falar que a pasta dental, não específica da Eucalol, estragava os dentes, por causa da abrasão. Houve na década de 40 até uma estatística dizendo que 5% escovavam o dente. Campo Grande já era grande, mas nas áreas mais afastadas, a vida era muito primitiva, até o hábito de usar sabonete era pouco habitual. O homem

---

14. Entrevista realizada na sede da agência DPZ, em 28/08, São Paulo, SP.

tinha preconceito por causa do cheiro feminino do sabonete e tomava-se banho mais para refrescar do que por higiene, banho era no córrego.

Sabonete era um luxo, realmente uma invenção européia, pois, se fazia sabão em casa para lavar a roupa.

Lembro das Estampas, exatamente da história de Iracema - era meio sacanagem para aquelas crianças do interior, pelo simples fato de uma mulher aparecer nua, com seios de fora. Era como José Lins Rego, no seu Menino de Engenho – falava sobre o primeiro circo que apareceu na pequena cidade, em que a trapezista, uma moça gorda, baixinha, que usava um colante que deixava as formas das coxas em evidência, deixava os meninos enlouquecidos. Isso aconteceu certamente com a coleção Iracema, os meninos olhavam bastante, com curiosidade, essa é a memória que tenho das Estampas. O meu pai até citava o caso de, nessa época, tinha um produto que dava uma chave, não me lembro, se de carro, e os filhos dos comerciantes furavam os pacotes de todo o estoque do comércio dos pais, na esperança de encontrarem e causou um grande prejuízo, isso serviu de exemplo para nós, de que o sabonete era para vender.

Estampas, tinham de futebol, álbuns, até figurinhas para bater bafo, que eram menores. As estampas Eucalol eram grandes e de cartão.

Era provavelmente uma tradição da litografia alemã em fazer estampas, porque lembro das Estampas da Melhoramento, que as escolas obrigavam a escrever sobre o que se via.

Essas são lembranças do menino de interior, acredito ser o primeiro recurso promocional para criar o hábito do consumo do sabonete, que depois veio com a palha de aço, que oferecia um número que concorria a um prêmio. Não vendia só o produto, mas algo mais, isso era certamente um recurso mercadológico, na ocasião. Aí vem uma tese de Marx que diz “a demanda está na razão direta da oferta”. Evidentemente não era assim, o produto que não era de consumo habitual, se podia produzir quanto quisesse, não tinha demanda, o custo era alto para a tecnologia na época. Provavelmente começou a ser produzido em tachos, o sabonete tinha esses ingredientes, as essências, que era uma coisa cara, mesmo sendo a de eucalipto e, provavelmente, até mais a de eucalipto.

Exatamente por causa dessa escolha era a justificativa de que o sabonete era para a higiene, desinfecção e não apenas para a estética e a vaidade. As coisas da vaidade encontravam forte oposição da cultura católica, tudo que era favorável à beleza, estética, vaidade, nessa época, era considerado meio pecado mortal. A estética era importante para as igrejas propriamente dito, pelas imagens principalmente importadas. É pouco o que lembro. Tinha esses obstáculos, mas sabíamos da importância do produto, do prêmio, que era um brinde desejado mesmo que a pessoa não colecionasse e eram poucos os colecionadores, certamente, mas era um recurso extremamente interessante, porque mostrava a preocupação com o consumidor.

#### 4.2.5 Alex Periscinoto e Carlos Pougy<sup>15</sup>

Meus próximos narradores, publicitários de renome. Pougy, carioca, Periscinoto, paulista. Quando mostro o material, fotos, reproduções, xerox e algumas Estampas eles se maravilham. Dialogam entre si, me incluem, e a entrevista vira um bate-papo. A profissão, o encantamento com os referenciais, as descobertas, as lembranças, as memórias afloradas, itens que não ficaram de fora destas reminiscências. Pougy, como autêntico carioca, entra de passagem, estava com compromisso, mas fica uma meia hora nos entretendo com sua fascinação diante dos objetos de destaque desta narração, creio que a mais lúdica de todas realizadas.

##### **Carlos Pougy**

Trabalho em propaganda desde garoto, sai do mundo publicitário, como profissional, há uns 20 anos atrás, trabalhei em consultoria na área de gestão empresarial, e hoje estou aqui exercendo minha experiência de gestão empresarial e de publicitário em uma empresa de consultoria de comunicação, na SPVA.

Minha lembrança é meramente lúdica, não tenho nenhuma informação técnica, nem profissional. Estou vendo agora aqui os anúncios. Lembro-me quando era garoto, via por acaso na revista Cruzeiro, Tico-Tico, mas não tenho nenhum conhecimento técnico-teórico, a não ser o sabonete que usava no meu banho, quando garotinho essas figurinhas com estampas circulavam em casa, que era uma forma de aprendizado que a gente tinha. Era sempre um motivo de uma conversa qualquer, ou perguntar “mas o que é isso?”, ou dos irmãos virem ensinar, são 9 irmãos sempre tinha um para dar as regras no jogo da gente.

Lembro-me das revistas que eu lia: Tico-Tico, Ibeliquen, uma revista argentina que circulava por aí, que tinha uma série de desenhos, de recortes de colorir, histórias em quadrinhos, uma revistinha interessante, a qualidade era um pouquinho melhor que a Tico-Tico, que era feita de papel-jornal mesmo.

Lembro de um almanaque que a Nestlé distribuía nas escolas, um almanaque grande, de capa amarela, que tinha uma porção de coisas, histórias em quadrinhos, sempre com fundo para ensinar alguma coisa, sempre um objetivo. Pseudo cultural, exatamente. Veículo promocional, mas eu sempre esperava. A gente disputava isso. Era uma idéia boa. Álbuns de figurinhas

O que me chamou a atenção no anúncio, o avançado na época. Essa posição da bandeira é muito interessante e sempre focada. Teve uma época de figuras de bandeiras. E, durante a guerra eles botaram uma estampa dizendo: “deixamos de publicar as bandeiras da Itália e Alemanha porque estamos em guerra, e tal. Olha aqui, foi a época que mudou o nome do clube, o Palestra Itália virou Palmeiras por causa disso, 1939. Oos brasileiros devem preferir os produtos do Brasil. E ele faz esse anúncio fantástico, louvando a morena brasileira, hoje a mulata. A

---

15. Entrevista realizada na sede da SPGA Consultoria de Comunicação, em 29/08 /2007, São Paulo, SP.

mesma coisa hoje com a campanha a melhor coisa é o brasileiro, estão repetindo no “O Brasil que vale”, é boa essa campanha, o tema é muito bom. Livrinho da bandeira única. O cara realmente tinha um posicionamento.

Esse da mulata é fantástico, assumiu uma brasilidade de verdade. Isso era feito muitas vezes com figuras internacionais, se posicionar bem no Brasil. Tem aqui figuras internacionais: Clark Gable. Agora tem uns anúncios da Eucalol com a Tônia Carrero, mocinha. Ilka Soares....

As estampas Eucalol começaram em 30. Veja a qualidade dessas gravuras, parece caricatura, desenho do desenho, desenho bem primitivo. Ninguém cobrava qualidade ou coisa melhor, porque não tinha referência. Iracema peladinha, tem anúncio de mulher nua. Os europeus botaram de costas,

Veja a qualidade destas gravuras, olha para isto aqui, parece caricatura, estética do desenho ninguém cobrava qualidade,

Olha a Tônia Carrero, 56, a linha do Lever: 9 em cada 10, a idéia do 9 entre 10, o mercado brasileiro não tinha dinheiro para pagar o cachê,

Jeca Tatu, é um Jeca, que inspirou o Mazaropi, Sabonete Lavanda Myrta

#### 4.2.6 Julio Cosi Jr<sup>16</sup>

Fui em busca deste meu narrador com uma grande dúvida: A Eclética cuidou da conta da Eucalol? Essa referência está no livro do Ricardo Ramos. Júlio me recebe e discorre sobre o seu fazer de publicitário e suas lembranças. Uma aula sobre a publicidade e suas responsabilidades, para com o cliente, bem como, para o consumidor. Respeito, ética, paixão pelo que faz.

A Eclética começou com o velho Cosi, em 1918. Numa certa época o velho Eugênio se mudou para o Rio de Janeiro e foi aberta uma filial da Eclética no Rio que começou a crescer e se expandiu. Certamente foi um bom negócio. Meu pai se tornou um empresário de sucesso, bem sucedido, que pode fazer casa grande e bonita, com 2 automóveis, 5 filhos, etc. Nasci em 1932, obviamente a agência de propaganda era uma coisa que deve ter entrado no meu ouvido, acho que desde que eu era bebê, mas eu não sabia o que era isso. Aliás, eu tinha uma noção completamente fantasiosa de agência de propaganda e só em 1947, quando eu tinha 15 anos é que eu fui trabalhar na Eclética.

Voltando para as estampas Eucalol, retorno para os anos 30, 40, 41, 42. Os meus vizinhos, da família Ferraz, era uma família bem carioca, com seus hábitos, seus costumes. Aquela família que comia todos os dias arroz com feijão preto. Essa família, com grande interesse meu, usava sabonete Eucalol. Como uma brincadeira eu diria que eles eram cariocas, usavam sabonete Eucalol e, nós, que éramos paulistas, usávamos Palmolive ou Gessy.

O sabonete Eucalol, na minha não abalizada opinião, era um produto carioca.

---

16. Entrevista realizada em sua residência, em 31/08/07, em São Paulo, SP

Eu não tenho idéia, mas imagino que vendesse em S.Paulo, mas não devia ser em todas as farmácias, devia ser uma coisa mais exclusiva, talvez no centro da cidade.

O sabonete Eucalol tinha estampas com as coisas mais variadas. Como eu era um menino você pode imaginar aquilo que me atraía muitíssimo eram as coisas militares, também as bandeiras dos países. Era uma forma de aprender e relacionar a idéia de colecionar selo, a beleza da estampa, era uma forma popular de coleção. Tenho informações que a Eucalol praticamente não fazia propaganda das suas estampas e sim do seu sabonete, da perfumaria Myrta, que era uma empresa do Rio de Janeiro. Eles tinham outros produtos de toalete como água de colônia, etc. Eu acho que eles tinham uma peça promocional espetacular que eram as Estampas Eucalol.

Eu fico muito admirado de saber ou perceber que outros fabricantes de produtos desse gênero não adotaram. [No mundo industrial, o item promocional é muito freqüente copiar idéia bem sucedida. Eu diria que, certamente, as Estampas Eucalol eram uma peça promocional, mas eu nunca vi anunciada.

Lembro do meu tempo de criança que havia estampas de uma barra de chocolate, não lembro o nome, que eram relacionadas com coisas holandesas, então germano-holandesa. Eram chamados de cromos e eram muito bonitos. Tinha a cartolina onde iam impresso, recebia uma pressão de borracha, de modo que ganhava volume, então era muito interessante. Tem que se lembrar que o mundo da informação naquele tempo era isso.

Minha família não só vendia revistas, como tomava assinaturas de revistas do mundo inteiro. Tive a lotérica felicidade de ter nascido nessa família que as coisas eram comuns, de todo dia. Até hoje eu tenho o hábito de, em qualquer país que esteja, por exemplo, na China, eu quero ler o jornal na hora de tomar café. Eu dou um jeito de comprar o jornal porque faz parte da minha vida ler o jornal pela manhã.

Essas coisas são traços herdados de meu pai, de minha mãe que era uma mulher atualizada, era radioamadora. Precisa entender que o radioamadorismo era uma coisa interessante que tomou o mundo nos anos 30, 40,50. 99% eram homens e minha mãe era mulher. Então os radioamadores das diversas partes do mundo tinham um particular interesse em falar com minha mãe, representante das mulheres, era brilhantíssima.

As ondas de recepção e transmissão aconteciam melhor à noite, falava com Moscou. Tive sorte de ser filho deles que eram pessoas peculiares. Minha mãe pintava quadros e era excelente pintora.

O que significava isso. O fato de minha mãe ser radioamadora permitiu que eu entendesse melhor geografia. O fato de meu pai cuidar de número, só fez de eu entender melhor a grandeza da matemática. Não digo que fui aluno brilhante nessas matérias, mas sei, até hoje, coisas que as pessoas nem desconfiam.

É lindo você ter essas Estampas na mão, se considerar a época, o que havia no mundo disponível. O google é menos interessante do que as estampas eucalol, se você considerar a época e as distâncias dos anos.

Voltando para a Eclética. Ouço contar que o Ricardo Ramos, meu amigo do passado, escreveu que a Eclética foi uma agência da perfumaria Myrta. Eu confesso que tenho minhas dúvidas. Eu acho que a Perfumaria Myrta dificilmente teria uma agência de São Paulo para cuidar da conta deles, uma vez que eles estavam no Rio de Janeiro. Porque escolheriam uma agência de São Paulo, longe 500 km de distância, 60 anos atrás. A Eclética ficava no Rio, mas eu acho só ocorreu nos anos 30 e poucos, a filial do Rio. O senhor Cícero fundou a Standard Propaganda, em 1933, que, hoje, se chama Olgivy. Se você parar para pensar esse homem construiu um gigante de agência, chamado Standard do Brasil. Ouvi dizer que a Olgivy cometeu o grande erro de descartar o nome Standard, ela perdeu uma marca importante, uma identificação que sempre existiu e infelizmente por motivos tolos foi descartada. Acho que chamar de Standard Olgivy ou Olgivy Standard teria sido muito mais hábil.

Aqui está à lingüiça Josefina, que fez uma grande carreira no Brasil, um produto cujo nome eu inventei. Por que inventei? Porque precisava anunciar lingüiça, produto comum, mas é diferente, muito boa, mandou explicar que era fina, achei interessante, lingüiça fina, todas as lingüiças são grossas, aquela era fina, ela chamava lingüiça calabresa, ponto final. Isso não é nome, é genérico, então inventei o nome Josefina. Claro que não fiquei contente achei que era uma droga de invenção, nome horroroso e passei 15 dias procurando outros nomes. Inventamos 50 outras alternativas e acabamos voltando para a Josefina que foi um sucesso.

Aí vem o gerente do produto e diz que o chefe do produto encontrou uma tripa mais conveniente, mais durável, mais barata e queria lançar uma lingüiça mais grossa. E aí surgiu a Carlota, porque é um nome gordo.

Se você olhar este anúncio da Eucalol, por que ele tem a curiosidade, aquilo que a gente chamava de tipo latino, o bigodinho. Ela o admira, nada mais natural, é um rapaz cujo fino trato, transparece nos mínimos detalhes, tanto assim que não dispensa o uso cotidiano do melhor sabonete- Eucalol, a base de eucalipto. O legítimo só coma a listra vermelha de garantia. Sabonete Eucalol à base de eucalipto, 4 reais no Rio. Aqui uma curiosidade, ela está escrito com 2 eles, pertence à velha ortografia, no entanto consta de um anúncio publicado na Revista Cruzeiro em abril de 1935. Ora é bem possível que esse anúncio tenha sido publicado mesmo em 35, mas produzido no tempo em que ela tinha 2 eles.

Curioso é que aqui, uma cútis nívea como água, engraçado é que hoje é um registro de outros produtos. O uso constante do sabonete finíssimo como Eucalol beneficia a cútis tornando-a alva e macia, feito com matérias essenciais absolutamente puras. O sabonete Eucalol pode ser considerado como o primeiro em qualidade e perfume.

Aqui meu amigo Wagner chama a minha atenção de anúncio de mulher pelada, anúncio brasileiro, o primeiro em 1937, claro que você nota que tinha discreção desta coisa. Mais que um sabonete um producto de beleza.

Desde que fiquei mocinha minhas amigas me perguntavam qual era o meu segredo que eu possuía para conservar a vivacidade e o encanto da minha cútis. Imagina se a gente falava desse jeito!

Isso era uma luta minha, claro com bastante humor e sem nenhum amargor, mas de vez em quando eu ouvia assim: você diria que a sua mulher fala com essa voz? Claro que não. Então, por favor, escreva como gente. Ser gente e escreva para gente e não fala desse jeito.

Se quiser fazer um bom comercial, bom anúncio tem que ter seres humanos. Tem um anúncio interessante a Bibi Ferreira – o testemunhal vamos dizer um gênero que os americanos colocaram no mundo para tantos produtos. Tem um anúncio do sabonete Eucalol com a Bibi Ferreira, e aqui tem um anúncio do sabonete Lever com a Liz Taylor, o estilo é o mesmo. Então pela cuidadosa comparação escolhi o meu sabonete Eucalol, diz Bibi Ferreira. Ela usou, comparou e decidiu pelo melhor, sabonete Eucalol, é uma repetição do mesmo título e começa o texto dizendo e você já comparou? Certo já se decidiu pelo sabonete Eucalol. Hoje em dia esse texto não vai nem até a esquina, imagina andar pelo mundo, ou andar pelo Brasil.

A perfumaria Myrta do Rio de Janeiro aqui é anúncio de 1956, portanto, já é um anúncio 20 anos mais jovem do que aquele que falo antes, que era dos anos 30. Esses são dos anos 50. Aqui a Bibi Ferreira diz: cada papel que eu interpreto é o resultado de uma cuidadosa escolha e uma demorada comparação, escolhi o meu sabonete Eucalol. Poucas vezes na minha vida ouvi tanta repetição do mesmo argumento, se isto é argumento, porque primeiro não é uma característica do produto, segundo porque também não é um benefício, é apenas uma informação, que diz assim, as pessoas famosas escolhem tal coisa se o público acreditar nisso.. Acho que limpar a pele, o fato dele ser balsâmico eram fatores provavelmente bem mais importantes. Características, precisa transformar características em benefícios. Está faltando promessa nesse anúncio, não tem promessa nenhuma.

Aqui está contando que eu escolhi, mas escolheu porque, qual a promessa que o fabricante ou o produto está fazendo para mim que sou pobre, não famoso e precisaria, talvez, desse sabonete. Ninguém falou nada, esse é um defeito, anúncio medíocre.

Voltando para as Estampas, você vê a Tônia Carreiro que diz: examinou, comparou e escolheu o sabonete Eucalol. O mesmo anúncio da Bibi Ferreira feito pela Tônia Carreiro. Não vejo qualidade. Claro que o nome Tônia Carreiro deve ter despertado certo interesse.

Aqui já é o creme dental Eucalol, Jeca e a dor de dente - Jeca é o personagem criado por J.Carlos e Monteiro Lobato, dono do Almanaque que foi feito especialmente para o Dr. Fontoura, que era o homem que criou um considerável império - Fontoura. Tinha o biotônico e outros remédios.

O Jeca, magricelo, como todos os doentes, vivia triste e banguela, não tratava dos dentes - era uma boa rima, divertida, mas não tinham nada que ver com o sorriso de saúde do Biotônico Fontoura. O Biotônico estava mais de acordo para usar o personagem Jeca Tatu, que então tratando dos seus problemas de ancilostomose e tomando Biotônico, pode ter energia para plantar, criar e construir uma fazenda, quem sabe até uma fortuna. Aqui não, dor de dente, e a pasta de dente não passa a dor de dente.

Mostre o sorriso, remova o amarelo dos dentes, creme dental Eucalol. Ele não diz como, porque, qualquer característica que o produto possua para remover o amarelo dos dentes, portanto fica naquele limbo das pessoas achar simpático e lembrarem de comprar, mas motivação que tenha lógica não. Mas pelo amor de Deus, não estou dizendo que lógica é importante apenas. Lógica é boa, mas emoção é melhor. O Jeca Tatu do J.Carlos e Monteiro Lobato era emoção pura, portanto, isso que era importante.

Este anúncio aqui diz que todo mundo ri sem o amarelo dos dentes. Você imagina criança pequena com amarelo nos dentes, deve ser uma moléstia difícil de consertar. Amarelo nos dentes de uma maneira geral ou é hereditário ou é problema de fumante e que certamente não se aplica a criança, nem mesmo a esposa do cavalheiro aqui.

Aqui tem peças promocionais, a Myrta oferecia para os hotéis a embalagem com uma pasta de dente e 2 escovas, muito bom, bela promoção.

Aqui já é uma coisa diferente, ao invés de eucalipto, ele fala menta. Menta é um sabor diferente, mas não encontrei nada falando sobre a menta.

Aqui um canivete, uma caixa de fósforo e aqui outro produto Melly, finíssimo sabonete lavanda chamado Mirna. Aí é mais ou menos natural que você faça extensão de linha, quando você tem uma indústria. Eu posso vender um sabonete e porque não, 2, 3,4 e principalmente se eu tiver uma personalidade diferente para cada um deles. Em geral se procura pelo preço e não pela personalidade.

As Estampas Eucalol que nós estamos vendo agora são de animais, zoologia, na verdade quando eu era menino gostava dos uniformes, bandeiras. Na minha família não se comprava continuamente o sabonete Eucalol, não fez muito parte da minha vida. Lembro muito do sabonete Palmolive.

Bacana o que escrevem: Eucalol fabricado com matérias escolhidas é o mínimo que se espera na vida.

Aqui por exemplo a reprodução das estampas Eucalol – a vida de santos Dumont - 14 Bis, balão Demoiselle, uma estátua e uma foto do Santos Dumont. Eu acho que era uma coisa muito interessante para uma criança. Basta lembrar que a informação para elas, vinha do circo, teatro infantil, rádio, livros e isso foi muito importante.

Interessante agora vejo os episódios nacionais, com estampas da Primeira Missa, desembarque em Porto Seguro, Enforcamento de Tiradentes e outros. Aqui tem a série da Cultura do Café, fabricação da borracha. Perceba bem, a gente estudava a história, a geografia do Brasil, mas não existia ilustração sobre isso.

#### 4.2.7 Márcia Lacerda<sup>17</sup>

Minha próxima narradora é filha de um dos donos da agência de publicidade Record, que por algum tempo assinava os anúncios da Perfumaria Myrta. Depois de explicar detalhadamente qual era meu objetivo de trabalho, suas muitas dúvidas de que a agência Record havia atendido a Eucalol. Eu dizendo, tenho em mãos um anúncio assinado Record.

Falando de meu pai, ele faleceu em 1969. Eu me lembro de acompanhar muito um programa de rádio chamado Balança mas não cai. A gente subia todo fim de semana para Araruama, tínhamos uma casa de veraneio, na região dos Lagos e ia ouvindo o Balança mas não cai, porque nos intervalos passavam os comerciais, tinham dois sabonetes Eucalol e eu me lembro de ler revistas, muitas, todas as revistas chegavam lá em casa e aí me lembro daqueles desenhos. Eu liguei para o Samir Mattar, ele está morando em Teresópolis, está com 78 anos e foi desenhista naquela época, hoje é um pintor, e diz que só foi para a propaganda para poder comprar tinta. Ele não lembra de nada.

E tudo que eu lembro é que eu era pequena e eu adorava sentar no colo dele e vê-lo desenhar.

Meu pai, Otávio Fernando de Lacerda Teixeira, foi diretor de arte com o Samir e outros desenhistas. Meu pai era formado em Belas Artes. Foi para Nova Iorque e fez curso de direção de arte

Você tem certeza de que a é tem certeza de que a Eucalol foi conta da Record?, Uma vez eu conversei com aquela senhora quer tem o Arquivo da Propaganda e ela disse que não tem nem videoteipe.

Eu me lembro muito pouco eu lembro do programa Balança mas não cai, os humoristas fazendo a propaganda, encontrava dois sabonetes, e os sabonetes eram os peitos das mulheres. Não cheguei a colecionar estampas.

.... Tinha pasta de dentes, talco, tinha um monte de produtos. Pelo que eu me lembre eu achava o cheiro muito gostoso, era um perfume gostoso.

---

17. Entrevista com Márcia Lacerda, do Rio de Janeiro, RJ, por telefone, em 07/11/2007.

Nelson Cadena, pesquisador e escritor de vários livros, tem um carinho muito grande por esta terra e suas dimensões culturais, aplicadas na publicidade e nas coisas do cotidiano. Já havia listado seu nome em razão de um de seus livros: *Marcas do Brasil*, onde ele e o publicitário Lula Vieira trazem a público várias marcas de produtos e não menciona a Eucalol.

#### 4.2.8 Nelson Verón Cadena<sup>18</sup>

Sou colombiano, cheguei ao Brasil em 1973, cheguei numa condição de consumo, eu cheguei como hippie e permaneci como hippie até 79. O primeiro contato com as Estampas Eucalol foi no Instituto Nacional e Geográfico da Bahia, eu tive a oportunidade. Algumas pessoas na Bahia colecionavam, chegou em minhas mãos alguns álbuns completos, infelizmente, não pude comprar, na época, porque era muito caro e nunca mais encontrei. O colecionador Antonio Marcelino, que não era propriamente um colecionador de Estampas, era colecionador de postais, mas ele tinha mais ou menos uma centena de Estampas Eucalol.

Cadena lembra de um senhor na Bahia, um alemão, tinha umas 4 ou 5 mil estampas diferentes, vendia a 2, 3, 5 reais numa feira no shopping e foi através de suas pesquisas de propaganda que tomou conhecimento das Estampas Eucalol. Consta que houve centenas de ações promocionais, cigarros, chocolates, praticamente não ficou nada na memória, mas nada marcou tanto como as Estampas Eucalol. A prova disto está na *web* um monte de página querendo vender, com um apelo sentimental muito grande, o fato das estampas serem educativas, de várias temáticas. Forneço os dados: 54 temas diferentes, 339 séries, 2400 estampas.

---

18. Entrevista com Nelson Verón Cadena por telefone, Bahia, BA, em 02/11/2007.

### 4.3. Eles se dedicam às Artes Gráficas

Rio de Janeiro. Leblon. Meu narrador é Benício,, um ilustrador que carrega no traço uma alta dose de “vida, não quis carregar nas palavras, tipo erotismo, banalizada e por vezes distorcidas, mas que poderiam ser usadas tranquilamente, poderiam.

#### 4.3.1 José Luis Benício<sup>18</sup>

Meu nome é José Luis Benício, sou gaúcho, nasci numa cidade chamada Rio Pardo, mas fui criado em Porto Alegre. Comecei a trabalhar lá no sul mesmo, numa agência de propaganda aos 13 anos, primeiro contato com os feras do desenho, era a Clarim Publicidade em Porto Alegre, dirigidamente pelo Ernesto Soiner, que era um, cromolitogravurista. Mas ele era muito bom, era um alemão muito rígido, aquela disciplina que eles exigiam da gente que não combinava muito com a minha adolescência. Então um dia eu me enchi o saco daquilo tudo levantei fui embora, de repente. Sai da prancheta deixei tudo lá e fui embora.

Eu gostava de tocar piano desde o tempo de colégio, tocava em baile, tínhamos um conjunto, passei pela Rádio Gaúcha. Um dia, cheguei na portaria, digo: eu sou pianista, gostaria de fazer um teste e ver se eu posso tocar, ser funcionário da Radio. Todas as pessoas que precisavam me ouvir estavam lá naquele momento, inclusive, o diretor, me ouviu. Com quatorze anos tocava piano relativamente bem, para eles era um novidade um pianista assim adolescente e me contrataram. Então fui ser pianista. Só que, a minha mãe coitada, não sabia nem que eu tinha saído da agência, cheguei em casa com a cópia de um contrato para ela assinar, coitada, quase que a matei do coração. Mas ela sempre me apoiou em tudo e eu fui ser pianista na rádio. Então, vim pro Rio estudar piano aqui, no conservatório. Eu tinha que trabalhar para me manter aqui no Rio, o que eu sabia fazer além de tocar piano? Era desenhar. Fui contratado pela Rio Gráfica, consegui um emprego como auxiliar de desenhista, aí que entra a história da história em quadrinho, no ano de 1953, 1954. A Rio Gráfica era a editora que é, hoje, a Editora Abril, naquele tempo, dominava o mercado de histórias em quadrinhos porque era subsidiária do Globo, do Globo Juvenil. Completar história em quadrinho, as histórias vinham em tiras de papel cuché dos Estados Unidos, então se recortava, porque elas eram publicadas em jornal e a editora comprava as tiras de jornal e publicava em revistas aqui. O gabarito das revistas era diferente do tamanho da tira de jornal, então, recortava a cena principal e colava no gabarito da nossa revista aqui. Ora, muitas vezes ficava faltando completar o quadrinho, tinha que ter o trabalho de completar aquele quadrinho no estilo do desenhista. Não era nenhuma complicação mas, às vezes, aparecia um Harold Foster, que fazia o Príncipe Valente e se caísse em suas mãos, tinha que completar. Então, Alex Raymond que era o Papa da história em quadrinho, maior desenhista, maravilhoso, que eu tinha a maior admiração,

---

19. Entrevista realizada em sua residência, 14/08/2007, Rio de Janeiro, RJ.

você tinha que completar aquilo no gabarito do desenho dele, claro não ficava igual, mas você tentava. Esse trabalho de história em quadrinho não era o que eu queria. Queria ser um ilustrador, então eu tinha que ficar fazendo meus desenhos lá, sobrava um tempinho eu estava desenhando, deixava em cima da prancheta. As editoras das outras revistas femininas que tinha lá olharam meus desenhos se interessaram, gostaram e eu comecei então a ilustrar para outras revistas, como Cinderela, Querida, Contos de Amor, aquelas revistas daquela época. A Cinderela era uma revista que corresponde hoje em dia, talvez, à revista Capricho, dirigida ao público adolescente feminino. Dentro desse trabalho fui me desenvolvendo, fazendo ilustrações, até cheguei a fazer as capas da revista Cinderela, naquele tempo estava muito na moda a revista Cláudia, que a editora Abril tinha lançado, eles precisavam de uma concorrente. Cláudia tinha ilustrações de mulheres bonitas na capa, eram características e eu comecei fazer as capas da Cinderela, com aquela característica de mulher bonita. Ali fui desenvolvendo desenhar mulher. Quando se faz uma capa de uma revista, evidente que seu trabalho aparece muito mais, porque está numa galeria permanente na banca de jornal, a pessoa que passa vê, queira ou não queira, não precisa abrir a revista para tomar conhecimento do teu trabalho e assim meu trabalho ficou conhecido e despertou atenção das agências de propaganda, pelo fato de desenhar mulher, figura humana, charmosa, bonita, aquele tipo de desenho que a propaganda exigia sempre, saudável, mulher saudável, pessoa saudável, não só mulher. Os diretores da McCann-Ericson me chamaram, depois de oito anos que eu trabalhava na Rio Gráfica, para o campo de propaganda. Quando eu estava saindo dos últimos tempos da gráfica eu já tinha começado a fazer outra coisa que marcou muito minha vida profissional, que foram as capas de pocket book, público da Editora Monterrey, passei, sei lá, mais de dez anos lá, não fui funcionário, mas, no final das contas, eu tinha um estúdio dentro da Editora, um estúdio meu praticamente, quer dizer, eu fazia as capas da editora e fazia meus free lancer para agências de propaganda. A figura humana sempre foi um encanto na minha vida porque se pegar meu livro vai ver que tem lá publicações, desenhos meus que minha mãe guardava com sete, oito, nove anos, sempre a temática era a figura humana, nunca fui de desenhar heróis de história em quadrinhos, como geralmente, os meninos gostam de fazer, mas eu sempre desenhava figura, homem mulher, criança, figura assim do nosso dia a dia. Daí então o que me encantou ,naquela época, quando eu era pequeno, o quê que eu via? O quê que eu tinha pra ler? Era revista Tico-Tico que tinha história em quadrinho mas era uma coisa muito infantil. Mas era também de história em quadrinho com ilustrações, ali já começou a me encantar, já estava nos anos 40, 45,46, por ai. E ai, começou outra fonte de encanto para mim. O quê era? As Estampas Eucalol, porque eu não tinha hábito de colecionar, mas como elas eram muito acessíveis todo mundo tinha aquelas Estampas, então, volta e meia eu tinha uma daquelas na mão, que era onde tinha a ilustração que eu queria fazer, quer dizer, o tipo de desenho. Eu sempre tive uma coisa muito clara na minha cabeça eu nunca fui voltado para artes plásticas, para pintura de cavaletes, de quadro, essas coisas, pinturas artísticas. Eu gostava de fazer era gente, cotidiano, era gente no

dia a dia, fazendo coisas que eu via que faziam parte no meu dia a dia. Aquelas estampas foram o primeiro contato que eu tive com o tipo de ilustração que queria fazer, que gostava de fazer, porque ali tinha tudo ali, era variada, tinha artista de cinema, conhecimentos gerais, tudo ilustrado, aquilo me encantava porque era o tipo de desenho que eu gostava de fazer, muitas vezes não era o tipo de desenho que eu soubesse fazer, mas era o que me chamava a atenção, eu menino, não sabia nem definir nada disso, mas sabia olhar e gostar. Acredito que eu não tinha possibilidade, naquele tempo, de fazer coleções, de comprar sabonete, mas volta e meia elas eram uma coisa tão marcante, tão conhecida naquela época que não precisava muito para você ter uma daquelas estampas nas mãos, várias delas até. E daí então a minha afetividade com esse tipo de coisa foi isso, inclusive essas estampas e os anúncios do sabonete Eucalol eles eram publicadas nas principais revistas, naquele tempo, lá no Sul, por exemplo, tinha muita acesso à revista do Globo, que era uma revista magazine, uma revista periodista semanal e sempre tinha anúncio da Eucalol com aquelas artistas maravilhosas que eu ficava encantado vendo.

Analisando o material que forneci, Benício constata o que Gorberg fizera em seu livro, os desenhistas das Estampas Eucalol, se apropriavam – em meus tempos de publicidade, diria, chupavam – referências de imagens de várias origens para as ilustrações, neste caso, a referência foi do desenhista americano Harold Foster.

O Harold Foster, que era o desenhista do Príncipe Valente, desenhava também o Tarzan. Mas aquilo era uma coisa completamente inacessível, aqui no Brasil não tinha, eles eram o top do desenho. Aqui no Brasil não se tinha a cultura da história em quadrinho ainda, no desenho de história em quadrinho. Talvez o André Le Blaque, são aquelas pessoas aqueles desenhistas que começaram a desenvolver um tipo de desenho aqui, mas não era nada que tivesse muita presença. Então o que você via quando era publicado, até nas Estampas Eucalol, que a gente falou antes, quando era desenho nacional, era de uma qualidade muito inferior do desenho estrangeiro, porquê? Porque não tinha desenvolvido ainda essa cultura aqui, que era toda nascida e criada nos Estados Unidos praticamente. Na Europa tinha, mas era outro tipo de desenho, era um desenho menos charmoso, não sei, o desenho americano era um desenho que continha, hoje em dia que a gente sabe, continha glamour, aquele sexy appeal, aquelas coisas que tinha no desenho americano que no desenho europeu não tinha, muito mas voltado pra desenho artístico feito Acadêmico. É exato seguia as regras acadêmicas.

Benício reflete sobre a ausência de escolas para o aprendizado das técnicas de ilustração, lembra da Escola Técnica Barobé, que preparava para os cursos superiores, nada voltado para desenho comercial, escolas de correspondências, muito precárias, teve a Escola Pan-americana de Artes, em São Paulo, mais específica de ilustração, frustrado, não encontrava o que apreciava como o desenho e relembra uma realidade preocupante.

No início da minha trajetória, anos 40, tinha o J. Carlos, o Nássara e o Calixto que eram desenhistas de imprensa, outro tipo de desenho, da charge, da caricatura e não era o tipo de desenho natural, desenho fotográfico, digamos assim, não gosto muito desse termo mas, basicamente funciona a imagem como uma fotografia, pela exatidão das linhas. O desenho não tem nada a ver com fotografia porque, inclusive hoje em dia, quando alguém analisa meu trabalho, geralmente, fala isso, que meu desenho é fotográfico, mas você sente que é uma ilustração, um desenho não chega a ter nada de fotografia, de textura fotográfica, tem estrutura fotográfica, talvez. E naquele tempo, os desenhistas que se destacavam eram nessa área, desde o tempo da Careta, aquela revista antes de eu ter nascido, já era especializada e como a fotografia não era desenvolvida, todas as notícias eram por meio de charges e esses desenhistas que faziam. Eram outros tipos desenhos, desenhista de história em quadrinho, que era o que deu início à ilustração. Para ser desenhista de história em quadrinho tem que ser um bom ilustrador, se não você não consegue montar as cenas que precisa, que usa o mesmo critério para montar uma cena de história em quadrinho, uma centração de um conto, seja o que for, é o mesmo critério. E esse tipo de desenho ainda não estava desenvolvido aqui. Ai começou na revista O Cruzeiro, o Alceu Penna, o Percy Deane, mas mesmo o Percy Deane, já era baseado numa coisa mas artística, não era aquele desenho que você via nas revistas americanas tipo Post, Good Housekeeping, que eram revistas femininas, naquele tempo ainda não tinha isso, só o Alceu Penna no Cruzeiro, tanto que ele se tornou essa figura lendária, por causa da excelência da criação inovadora dele, que mais tarde, Ziraldo veio aparecer, você olhava o traço sabia que era do Ziraldo, do Alceu Penna, do J. Carlos, quer dizer, cada um com uma identidade própria. Mas nesse setor de ilustração mais genérica, assim mais fotográfica, naquele tempo não existia.

Voltando aqui para Estampas Eucalol, aqui a gente tem uma estampa Eucalol que tem que representa a morena. Sim, mas é digo era anúncio Eucalol que possivelmente não sei se tinha estampa disso mas podia até ter. Ah esta aqui. Aqui tem as características. As estampas Eucalol, por exemplo, olham aqui eles se baseavam no que existia e iconograficamente sobre o assunto ou com foto ou com desenho, mas tudo baseado no que já existia entende, não tinha nada você não nota nesses desenhos aqui característica específica de nenhum desenhista, então por quê? Porque naquele tempo não existia ainda quem tivesse se especializado só naquele tipo de desenho. O que mas tarde que veio se firmar isso.

Aqui uma estampa do Partenoon, é quase que um desenho a traço, quer dizer, uma coisa bem sucinta, bem simples, bem modesta de detalhes até. Mas mesmo assim era o que tinha, era o que aparecia e o que encantava a gente era isso, através desses desenhos você começava a viajar e a sua cabeça ia para esses lugares todos aqui que as estampas sugeriam.

Recordamos que os processos iniciais de impressão a cores, era feito através da técnica litográfica, a mesma técnica que vai dar origem ao processo *offset*. Então estas Estampas recebiam mais do que as quatro cores convencionais do processo de impressão atual. E a sua admiração.

É, cada tonalidade tinha que ser uma tinta específica e na pedra. Mas é isso, tinha muita variação de qualidade de desenho pelo simples fato de serem desenhadas por várias pessoas, cada um tem o seu traço tem, o seu grau de desenvolvimento como desenhista, uns mais, outros menos, mas todos eles, sempre, dentro do desenvolvimento da fantasia das pessoas, quer dizer, então interessava para eles, isso que encantava a gente.

Então, de ilustrações para o interior das revistas, passando por suas capas, para as capas dos pocket book e por causa do sucesso das capinhas dos pocket book despertou a atenção dos produtores do cinema, tudo porque desenhava mulher bonita. Trabalhei para muitas revistas também fora, como eu falei, nunca abri mão de fazer free lancer, então embora eu trabalhasse nas agências de propaganda, tinha sempre metade do viver para outras agências ou pra editoras. A revista chamada Status, na época, concorrente da Playboy, eu fiz muita ilustração para eles.

Esse cartaz da Dona Flor foi um cartaz muito famoso, o filme maior de bilheteria do cinema nacional até hoje, eu acho que foi esse filme, não sei se teve outro. E o cartaz então ficou muito conhecido ficou muito famoso.

Bairro, Perdizes. O encontro com Elifas estava agendado desde Brasília. Um narrador de grande importância e relevância em termos culturais e políticos no país.

#### **4.3.2 Elifas Andreato<sup>20</sup>**

Meu nome é Elifas Andrato, artista gráfico, cenógrafo, jornalista, especialidade artes gráficas, há 40 anos trabalho com artes gráficas. Como o assunto desta entrevista são as Estampas e eu sou do interior do Paraná, nasci em Rolândia, uma pequena cidade, me criei num sítio, um pouco mais ao norte, com meu avô. Passei minha primeira infância na roça. Não tive oportunidade de estudar, nem ir à escola. Ter contato com a civilização de fato, em São Paulo, quando meu pai adoeceu e nós tivemos que mudar para lá. A partir daí passei a viver de pequenos biscates. Sou o filho mais velho de uma família numerosa e pobre. Quando entrei na fábrica com 14 anos, tive a oportunidade de aprender a ler, num curso de alfabetização para adultos, não dava para fazer diferença e precisava trabalhar.

Em pouco tempo passei a me interessar por imagem. Mas, não havia ninguém na família que fizesse arte nenhuma. Com exceção de um tio que tocava acordeon e uma pequena experiência lá na roça, quando minha mãe insistia para eu tocar violão. A gente só ouvia rádio, que só pegava música do interior, sertaneja, não a que se ouve hoje, mas de qualidade. Isso marcou muito minha vida.

Trabalhava na fábrica de fósforo Fiat Lux.

Comecei a ter contato com essas imagens, chamar de imagens antes de estampas,

---

20. Entrevista realizada em seu estúdio, em 29/08/2007, em São Paulo, SP.

porque tinha alguma habilidade para desenhar. Comecei a desenhar num jornalzinho da fábrica, que fazia ainda no estêncil. Pintando e como eu tinha começado a ler, fui me entusiasmando, me tornei conhecido, aparecia em jornais. Mas a história das imagens desenhadas tem um peso muito grande. Nessa fase decorando esses bailes descobri, numa revista Manchete, umas imagens de Di Cavalcanti e depois, numa edição do Cruzeiro, encontrei um ensaio sobre os Meninos de Brodóski, do Portinari, um desenho de crianças pobres feito a carvão. Foi nesse momento que senti que podia desenhar daquele jeito.

Ao mesmo tempo me identificava com os meninos desenhados, isso foi o que me impulsionou para buscar nas imagens ou no desenho uma forma de expressão, que no início começou como uma espécie de revisão de baú de tristezas, de frustrações que foi a minha infância.

Eram pinturas e desenhos revoltados, revelando coisas bastante ruins e que eram quase todas autobiográficas. Mas com o passar do tempo passei a me interessar por imagens. Além de serem brasileiras, dessa brasilidade que hoje todos os meses público no Almanaque Brasil de Cultura Popular. Oito anos, 100.000 exemplares/mês, se esgota rapidamente, que é exatamente o resgate da cultura popular brasileira.

Evidente que quando comecei a desenhar, como não tinha dinheiro para pagar escola, buscava nas imagens prontas os modelos para o meu desenvolvimento artístico. O tempo passou, fui para pequenas agências de propaganda quando sai da fábrica. Sai de lá por que os ingleses achavam que com 15 anos tinha uma grande oportunidade com artista, me indenizaram. Meu pai consumiu toda minha indenização e fui para as pequenas agências trabalhar como desenhista.

As imagens que me interessavam conhecer eram as muito antigas, por não ter tido uma formação acadêmica ou formal. Era autodidata, o único curso que fiz foi aprender a ler. Era através das imagens que copiava as fotos de alguns desenhistas americanos, embora me interessasse muito conhecer as coisas brasileiras. É evidente que desde o tempo da roça havia os almanaques, especialmente do Biotônico, que meu avô trazia regularmente da cidade. As pessoas que chegavam da cidade grande traziam revistas velhas, antigas, que foi meu primeiro contato com o mundo. Ver uma foto daquela era como se tivesse chegado num planeta.

Primeiro as imagens, depois a busca pelas referências nacionais. Até que aos poucos fui descobrindo as Estampas Eucalol. O curioso é que na verdade me preocupava menos as imagens, embora achasse muito bonita, muito bem feita, me interessava o aspecto educador e brasileiro que elas traziam. E como era uma pessoa semi-alfabetizada, passei a ter nessas imagens uma aliada e tinha muita dificuldade para achar.

Quem me ajudava nisso era o João, jornalista, que foi um dos meus anjos da guarda. Ele sabia que tinha talento para desenho e falava para não ficar na esquina com os caras que ficavam por aí, jogados, bebendo até altas horas, você tem chance de uma vida melhor. Era ele quem me arrumava as coisas para ver. E foi dele que recebi as primeiras Estampas e recebi, no caso, agora revendo aqui, algumas eram extremamente erotizadas você imagina com 15, 16 anos havia histórias

misturando os gozadores com índice extremamente gostoso, bem desenhado. Mas ao mesmo tempo havia um grande interesse pela história brasileira, pelos fatos brasileiros. Revendo agora algumas, puxa vida, quando você tem dificuldade para ler, não tem uma educação, uma disciplina que a escola te dá, a imagem é muito, muito importante. Até hoje, olha que já fiz um esforço enorme para melhorar o meu nível de conhecimento, mas ainda hoje sinto que minha memória auditiva e visual é muito mais eficaz do que a leitura. Claro que por força do ofício preciso escrever, ler, pesquisar, mas não tenha dúvida devo muito da minha formação, não só artística, mas intelectual às imagens, aí as Estampas Eucalol prestou um enorme serviço, desde histórias, não apenas histórias brasileiras, mas aquele conhecimento que depois vim a descobrir fazendo o Almanaque Brasil. Tem tudo a ver com isso, você tem um pequeno texto, tem uma longa história resumida e que estimula a procurar um pouco mais de informação sobre ela.

Tenho lembranças ótimas desse tempo e dessas imagens que o João me arrumava, por que havia figurinhas. Alguns álbuns eram raros, mas as estampas Eucalol durante um período foi uma coisa muito procurada, não apenas pelas informações que continha sobre peixes, História do Brasil, mas também pelas histórias da humanidade, adaptações. Às vezes fazendo adaptações grosseiras, mas, enfim fazendo o que tinha que ser feito. Trabalhando há quase 40 anos com imagem na Imprensa, hoje vejo que muitas vezes as imagens não eram muito boas, mas eram fundamentais para aquele momento da história e acho que nesse sentido as Estampas Eucalol ou mesmo os anúncios usados atendiam perfeitamente.

Estamos falando de 1937, você falando de menstruação de uma maneira extremamente elegante, mas sutil. Essas coisas fazem parte da minha formação e depois tem uma coisa que acho fundamental essas imagens me deram uma definição de estilo, porque veja bem não fui a nenhuma escola de arte, nunca tive acesso à História da Arte, as técnicas, etc. Conheci as imagens produzidas em calendários, todas muito próximas do naturalismo, do renascentismo, e isso ajudou a formar o meu estilo de desenhar. Via nisso uma maneira de me comunicar com as pessoas iguais a mim, com as dificuldades que tinha, com meu nível de capacidade de entendimento e compreensão. Então foram essas imagens que me deram grande suporte no desenvolvimento do meu desenho e definiram praticamente o meu estilo.

É claro, que, com o tempo você vai fazendo experiências, fiz uma porção delas com recortes, esculturas, gravações, mas aquele estilo básico, fundamental, está baseado em todas essas informações virtuais que aprendi nos almanaques e nas Estampas Eucalol. O que me impressionava era que num tempo em que a impressão era extremamente precária, nós já tínhamos nas Estampas Eucalol uma sofisticação de impressão que maravilhava. E aí vinha aquela coisa da curiosidade. Como é feito isso? Então quando fui para a Editora Abril, em 67, entrei como estagiário, passei rapidamente a ser chefe de área, ouvi do senhor Vitor um conselho que, no meu caso, foi decisivo. Ele disse: Todo mundo acha que o trabalho é feito na máquina, numa prancheta e que aqui está pronto e estão todos arrogantes. O trabalho fundamental que você tem que aprender é lá na gráfica. Pensei, era um

moleque de 20 anos, um homem que construiu um império desses não daria um conselho assim, de graça. Fui aprender a fazer todo o processo de reprodução, era capaz de fazer tudo, fotolito, retoques. Estou falando da década de 70, época em que as indústrias gráficas se desenvolviam bem no Brasil, já tínhamos uma boa qualidade de fotografias e boa qualidade em reprodução.

As Estampas Eucalol estão na minha memória como referências de um tempo e de um grande anseio que tinha de conhecer a história brasileira, por que foram elas que me estimularam a conhecer o Brasil. Além das informações que a gente aprendia, ainda tinha a beleza dessas imagens. Quando fui fazer o Almanaque comprei várias estampas. Tem uma delas que é a descobrimento do Brasil que achei quando estava fazendo o Almanaque, me impressionou muito, por que sempre que eu via a imagem do descobrimento, via imagens muito próximas da religião. Até um dia, você tem recomendação de ver o que significa a coisa. Séries que também marcaram época: episódios nacionais. Se você pensar em tudo que falei, juntando tudo, não é à toa que uma pessoa como eu, depois de tantos anos de trabalho faça um Almanaque de Cultura Popular, continuando a mesma postura de comunicar a História do Brasil de uma maneira muito objetiva, bem pesquisada, para dar uma contribuição até para contar uma história que a própria história escondeu. Cumprimento pelo seu trabalho.

A proposta do Almanaque é, infelizmente, cuidar dessa memória é a coisa mais complicada que tem. Ninguém quer mexer nisso, ninguém quer saber disso. Nós temos um massacre de uma mídia perversa, que contempla a pseudo-modernidade e juventude, considera a tradição como uma coisa velha; como se fosse possível construir o futuro e o novo sem ter as bases do passado. Esse é o dilema que enfrento há 30 anos, porque fiz a opção de recuperar a Memória Brasileira, História do Brasil. Fazendo desde 1970, quando fiz a História da Música Popular Brasileira, quando aqueles compositores já velhos estavam esquecidos. Aquilo foi um relançamento de Cartola, de Nelson Cavaquinho, Pixinguinha, etc. Moleque fazendo aquilo com entusiasmo.

Tudo que faço na minha vida é tentar recuperar memória da História Brasileira e não apenas a memória visual, que é uma coisa a ser cuidada, mas, a gente precisa também salientar gente como você, o Armando que faz a memória da propaganda. Nós estamos publicando no Almanaque a memória da propaganda. Nós fizemos recentemente um trabalho sobre Pixinguinha. Nesse pequeno estúdio nós só cuidamos da memória do Brasil, nós só trabalhamos com isso. A gente tem enorme dificuldade para fazer isso, porque vivemos sob jugo de uma mídia que nos oprime com o moderno, o novo, o futuro, com bobagens, Não tenho nada contra isso, a questão não é essa. Exemplo: Na folha de S. Paulo leio: abre hoje a exposição Retratos da Música Brasileira, de Elifas Andreato e dá uma página inteira para Sandy e Jr. Nada contra eles; e toda a capa de cultura da folha ilustrada era uma personalidade estrangeira que não acrescentou nada para a nossa vida. Isso é um problema da mídia em geral, TV Globo, dos jornais, das grandes revistas. Tenho dado uma declaração pesada sobre isso, porque considero uma afronta o que a mídia brasileira faz com o povo brasileiro, principalmente a TV

Globo, que produz lixo o ano inteiro e depois faz um mea culpa com a Criança Esperança, que fatura milhões, com o que ela enfia de comerciais entre uma chamada e outra e continua produzindo lixos, dá uma hora no horário chamado nobre para educar o povo, quando muito faz umas vinhetas-cultura, você acha aqui ou uma peça de teatro com atores da Globo. Nós devemos o abandono da nossa memória, da nossa história às editoras Abril, à TV Globo, às agências de propaganda que se lixem, basta você olhar e ver o que fazem com a propaganda de automóveis, bebidas. Nunca vi propaganda que tivesse na História do Brasil, uma referência para lembrar aquele produto. É um bando de mulheres gostosas vendendo um carro ou cerveja, você não sabe que produto foi anunciado, porque tudo é igual.

Tentei por diversas vezes agendar um entrevista com Ziraldo. Nenhuma possibilidade de acontecer. E eis que sou agraciado com a oportunidade de entrevistar Zélio, seu irmão.

#### **4.3.3 Zélio Alves Pinto<sup>21</sup>**

Jornalista, artista, pintor, artista gráfico, moro em São Paulo, 68 anos e, infelizmente se tivesse um pouco mais, teria convivido com mais intimidade com as Estampas Eucalol, sabe como é, a gente não escolhe nem ano, nem data para nascer. Quando eu nasci as Estampas já existiam e eu vim a tomar conhecimento desse Universo muitos anos mais tarde. Eu era um senhor, de 7 ou 8 anos, quando fui para o Rio de Janeiro. Meus primos, no Rio, colecionavam, fiquei encantado. Mas no sertão de Minas, não tinha essa, facilidade toda, não chegava as Estampas, nem o Globo, Jornal do Brasil, a Folha, nem o Estadão.

A gente, ficava isolada do mundo e não existia televisão, pior ainda, ficava ligado nos ruídos estranhos que o rádio transmitia, que nem sempre era uma voz, mas alguma coisa parecida como grunhidos humanos. Mas então vim tomar conhecimento disso bem mais tarde. E a conviver, aí já era artista. Observei e vi, inclusive um fato curioso que desconhecia até relativamente a pouco tempo. Observei que há 20 anos atrás, fui convidado para fazer um livro sobre a Bayer, que também é alemã como a Myrta, que produzia as Estampas Eucalol e toda a linha de perfumaria. A Myrta era uma empresa fundada por alemães. O que achei estranho, meu irmão, que morava no Rio e eu em São Paulo, naquela época era um universo distinto um do outro, quando começou a surgir as primeiras Estampas e a Bayer estava sendo instalada no Brasil. Pelo fato de ambas serem alemãs, chama a atenção no processo de instalação de uma e de outra, no Brasil é o enfoque que elas deram na mensagem que anunciavam os seus produtos.

Considerando que era alemã e que a tecnologia alemã, desde séculos, era muito apreciada mundo afora, e principalmente no Brasil que tinha dependência muito

---

21. Entrevista realizada em sua residência, 03/09/2007, em São Paulo, SP

grande, tudo que era técnico e mecânico de boa qualidade, tudo era alemão, acidentalmente, suíço, inglês talvez, americano, nem pensar, eram os japoneses daquela época, não tinha qualidade, poderia até ter força.

Eles poderiam simplesmente dizer que esse era o mais belo produto alemão, de Berlim direto para o Rio, ou para São Paulo, Brasil, mas não. O que é curioso, exatamente isso, a mensagem tomou como ponto de partida os valores locais, os valores dos futuros consumidores dos produtos que estavam sendo lançados pelas empresas alemãs. Isso é muito interessante.

Mário Pedrosa, nos anos 70, fez discurso nacionalista, mas 50 anos de distância de uma coisa e outra.

Curioso é que a Myrta e a Bayer pegaram carona na Semana de Arte Moderna, pegaram momentos, frases, literatura e ícones nacionais, para poderem passar a investir junto ao consumidor brasileiro. Pegou os valores nativos para serem agentes, para poder convencer os seus consumidores de que seu produto era de boa qualidade, sendo que obviamente poderiam colocar o prestígio dos alemães, que era de boa qualidade. Pouco faltou falar que Pedro Álvares Cabral adorava os produtos Eucalol.

As estampas Eucalol foram o marco de processo da Myrta se transformar na indústria brasileira de grande sucesso. Se olhar bem, vai descobrir o início da construção da primeira enciclopédia brasileira, porque eles trabalharam a fauna, a flora e a História. Os momentos e os personagens mais importantes da nossa História e os animais, exemplares da flora, como exemplares típico de uma nação exótica dos trópicos que era, exatamente, aquele todo imaginário que hoje temos.

A Estampa Eucalol tem um valor como memória insuperável, porque trata alguma coisa que aconteceu há um século atrás. Nós temos muito pouca memória. Não é hábito dos brasileiros preservar o passado, muito pelo contrário. Nós temos volúpia pela renovação do passado, queremos o passado mais recente, esse é o perfil da cultura do povo brasileiro. Esse tipo de coisa nas Estampas Eucalol passou a ser direcionada de maneira mais nobre porque hoje as Estampas Eucalol trazem o tempo de volta. Os atores de cinemas da época dos nossos pais, animais, acidentes geográficos, até a reprodução ou releitura de famosas gravuras do Zebreck, hoje para nós tem um valor incomensurável.

As Estampas Eucalol já tinham visto isso há 70 anos atrás, antes das primeiras coleções, dos primeiros museus. O processo de reprodução era muito precário, de difícil de reproduzir, mistura de litografia, com offset, com fotografia, começa a surgir as retículas, tem história riquíssima por trás daquilo que não se vê.

Vivi uma das maiores experiências da minha longa vida, a de diretor dos museus do Estado de São Paulo, num período em que os museus eram considerados depósitos de coisas velhas, isso foi em 1982, quando foi criado o Primeiro Departamento de Museus e Arquivos do país, aqui em São Paulo. Fui o primeiro Diretor desse departamento, o interessante é que tive oportunidade de conviver com o que era com o que tinha havido então com os nossos museus, onde se preservava oficialmente o memorial nacional do Estado de São Paulo. Os nossos

museus eram considerados instrumentos absolutamente secundários na vida nacional. A memória hoje, ainda é considerada complemento secundaríssimo na nossa evolução, como nação, como sociedade humana, porque acredito que não estejamos vivendo como nação Brasil, porque ainda estamos muito preocupados com a primeira parte que qualquer nação vive, com a questão da sobrevivência, porque ainda está muito ameaçada. A segunda parte que a convivência, que é a certeza de que sobrevivemos na convivência. Embora na sobrevivência a memória ainda seja um instrumento muito importante na convivência a memória é fundamental aí que então passa a dar mais atenção à memória.

Os povos do primeiro mundo 99% deles a sobrevivência estão garantidos, podem investir na convivência que já é o aprimoramento da vida, você começa a conviver.

Nesse conjunto histórico surgem às estampas Eucalol, surge às primeiras iniciativas voltadas para organizar enciclopédias brasileiras, porque não temos um compêndio de onde tiramos as formas de sobrevivência. Os alemães nos deram a dica há 70 anos atrás, mas ignoramos porque estávamos muito preocupados com a sobrevivência.

Nós brasileiros temos problema de identidade que é crônico, problema de interpretação de nós mesmos.

Nós brasileiros temos um problema crônico na interpretação de nós mesmos. Henfil tinha necessidade de fazer sucesso nos Estados Unidos, para ser reconhecido no Brasil, Sério, mesmo, é o que sai no New York Times, aí o brasileiro leva a sério, isso na época da ditadura.

A nossa maneira de ser é avacalhada e a nossa cultura é o reino da avacalhação, o ideal é que se pegasse à objetividade e o pragmatismo germânicos com a nossa avacalhação.

Estampa Eucalol está no inconsciente. Meu sonho é transformar as estampas em enciclopédia. A primeira oportunidade sairá a enciclopédia.

A qualidade das imagens das estampas Eucalol-

O importante das imagens das estampas da Eucalol não é a qualidade intrínseca, só a qualidade, mas a impressão excepcional e revolucionária que era feita em São Paulo, a cores, na época, onde se fazia a melhor, coisa cuidadosa.

Artistas importantes assinavam suas estampas, mas nem todas são assinadas, mas teve um Percy Lau, importante, ilustrador oficial do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística, viajava pelo Brasil fazia fotografias com ilustrações dos seringais, dos pescadores, ia pelo mundo urbano o que se tinha acesso por informação oral. Essa qualidade excepcional das imagens, qualidade intrínseca e exponencial, como testemunha de nossa história, ela faz parte do conjunto da memória que a gente tem que preservar, considerando do ponto de vista da iconografia, enquadrando nas devidas proporções do tempo, tão importante quanto às gravuras do Debret.

Dirigia um jornal chamado The Brazilia, nos Estados Unidos, em 1990, recebi uma pesquisa que mostrava que o Brasil foi o país que tinha mais rápido evoluído nos últimos 100 anos no mundo, mas não foi bem assim, é que estávamos muito

atrasados.

Evoluímos, quando começamos a pensar na memória como instrumento de nossa felicidade, sabemos que precisamos dela. Temos consciência mais definida. Hoje os nossos museus são arquivos importantes de centro de preservação e conservação da memória, quando começaram a preservar o imaginário brasileiro. Antigamente quem ia a museus era bocó ou que não tinha nada para fazer. Hoje conhecimento e sabedoria têm muito mais importância

### 4.3.3 Álvaro de Moya<sup>22</sup>

Meu próximo narrador é um importante pesquisador e escritor sobre obras de quadrinhos, uma referência.

77 anos, jornalista, produtor de TV e cinema, escritor de diversos livros, principalmente sobre histórias em quadrinhos e TV Excelsior. Quando criança copiava os desenhos do álbum do Flash Gordon, do irmão mais velho, imitava o estilo do Alex Raymond, Hall Foster, Newton Kennedy. A Editora Abril me contratou para fazer as capas do Pato Donald e Mickey, imitava o Walt Disney – e assinava como Disney. Para escrever sobre histórias em quadrinhos, lia muito Robert Stevenson, Jean Paul Sartre, Dostoyevsky, Shakespeare, para aprender a escrever. Achava histórias em quadrinhos muito parecido com cinema, mas não era cinema, parecido com literatura, não era literatura, mas era parecido. Defendíamos os quadrinhos como uma forma de arte. Expressão artística.

Íamos muito ao cinema, Hitchcock, Bergman, Kurosawa, John Ford, cinema B americano, faroeste do Roy Roger, para ver cortes, enquadração, movimento de câmera, escurecimento, passagem de tempo para usar o mesmo tipo de linguagem. Um dia o João Batista Queiroz falou de uma revista humorística genial importada, era o número um, do Mad, do Kurtzman.

Fiquei sectário: se não fosse nesse estilo do Alex Raymond, Hall Foster, eu não gostava, olhava a Tico-Tico, achava mal desenhada, os comics book, Superman, do Jerry Siegel e Joe Shuster; Batman, do Bob Kane, também eram mal desenhadas. Minha formação era do Suplemento Dominical colorido e tira diária de jornal, Globo juvenil, tablóide.

Então minha formação era a literatura, o cinema de qualidade, e os melhores quadrinhos, J. Carlos e Tico-Tico eu não gostava, não segui as Estampas Eucalol. Segui mais o Café Jardim, por outro motivo. Quando passava de bonde da Voluntários da Pátria para Av. Tiradentes, era um sonho, o cheiro de café, quando comprava o café vinha uma figurinha, ganhava o álbum, depois descobri que quem escrevia era o Jerônimo Monteiro e quem ilustrava era o Sigis, Sigismundo Valpetri. Insistia com meu pai para comprar o café, porque eu e meus irmãos

---

22. Entrevista realizada em sua residência, 10/09/2007, em São Paulo, SP.

coleccionávamos aquilo, e quando conseguíamos completar a coleção ia na avenida Tiradentes e ganhava um livro da Terra, Mar e Ar, que tinha Robert Louis Stevenson, Jack Rolman, Tarzan, uma coleção maravilhosa. Eu não sabia ler, meu irmão trocou o livro pela Vingança de iroquês, a capa tinha um desenho, acho que, do J. Alcântara, um cavalo correndo e um índio com o escalpo na mão. Eu fiquei impressionado por aquela imagem.

Se a história não fosse boa, o enquadramento eu não gostava, desenvolvi um senso estético muito apurado. Ou era genial ou era uma porcaria, não existia meio termo.

Quando fui trabalhar em TV, que vi que em quadrinhos não dava, eu achava que meu trabalho não era bom e queria sempre melhorar mais, mas eu chocava porque meu trabalho era muito melhor que o dos outros. Os outros achavam que eu nunca gostava do trabalho deles, e não gostava mesmo, mas eu nunca falei isso para ninguém, mas eu não gostava também do que estava fazendo. Eu tentava imitar os meus inspiradores, mas nunca dava certo, jamais cheguei a ser como aqueles caras.

As Estampas Eucalol eu não seguia por que não tinha concurso, não era para trocar por livro. O professor da Escola Pan-americana de Arte, Mário Tabarique, trabalhou comigo na TV Paulista, tem ainda um desses álbuns. Ele teve a felicidade de não trocar esse álbum pelo livro, outro dia me emprestou.

Eu tenho em casa recortes do Príncipe Valente, impresso no Suplemento Juvenil, mal impresso, fora de revista, aquele papel de má qualidade, impressão tipográfica, às vezes com só 2 cores, mas aquele visual é que ficou na minha cabeça. Hoje compro álbuns importados com papel de melhor qualidade, impressão offset e não é a mesma coisa – acho que aquilo gravou no papel, muita gente que sonhou com aquilo está dentro daquilo. Só Umberto Eco, Ítalo Calvino que é capaz de dizer que sentimento que você tem quando vê aquele papel de má qualidade, mal impresso, mas cheio de sonhos de crianças gravados. Não é esse álbum de hoje que custa um dinheirão e que não tem aquele negócio.

No caso da Eucalol, assim como os desenhos do Monteiro Lobato, eu não ia ler Monteiro Lobato porque estava em outra literatura, estava lendo Lewis Carroll, eu perdi o Monteiro Lobato. Aquelas ilustrações do Monteiro Lobato, que eram copiadas do Flash Gordon e do Alex Raymond eram cópias mal feitas. Quando nós fizemos a primeira exposição de HQ em 18 de junho de 1951 nós convidamos o Caio Prado Jr., era o dono da Brasiliense, ele viu que estávamos denunciando o plágio, nós éramos desenhistas e escondemos o nome do Augusto e do J. Alcântara, para não criticar outro desenhista. E o Caio Prado Jr. disse que não sabia que era plágio e acabou contratando o André Le Blanc para fazer as ilustrações e foi o melhor ilustrador do Monteiro Lobato, nessa fase. O Villin e o Belmonte também fizeram as ilustrações de Monteiro Lobato de qualidade. Quando o Jaime Cortez chegou de Portugal, em 1947, ele nos ensinou a trabalhar com modelo ao vivo, com referência, e não ficar copiando o material estrangeiro. Com o material estrangeiro devíamos saber como se faz, mas tínhamos que achar uma forma nossa, brasileira, de reinterpretar aquilo. A mesma coisa de quando fomos para a

TV e cinema, estávamos preocupados em acharmos uma forma brasileira.

Álvaro discorre sobre sua experiência nos Estados Unidos, onde trabalhou na CBS e conheceu os expoentes da TV norte-americana, esta experiência foi trazida para enriquecer e criar as condições necessárias para um padrão brasileiro de televisão.

Quando vim para o Brasil tentava adaptar para o Brasil essa linguagem que a gente sabia fazer. De certa forma essa linguagem era também o universo do Walter Jorge Durst, Lima Duarte, Demerval Costa Lima, Dionísio Azevedo, aquele pessoal da rádio Tupi que foi para TV que gostava de cinema, e começaram a imitar o cinema na TV. A TV de Vanguarda que o Durst e o Dionísio faziam na TV Tupi, ali que se encontrou a linguagem da TV brasileira. Se hoje a TV Globo vende novela para o mundo inteiro é porque ali na TV de Vanguarda houve uma pesquisa para fazer um tipo de enquadração, de movimento de câmera, de linguagem, de ritmo em que a TV brasileira é uma das melhores do mundo. Você tem a BBC, a NBC, um pouco a TV canadense, e depois o Brasil. O Brasil tem uma das TV do mundo mesmo com os defeitos que tinha na época e dos que tem ainda hoje, mas como linguagem e identificação do veículo com o povo brasileiro – o povo brasileiro tem enorme identificação com a TV. Aquela identificação que tinha com a rádio, que era a Rádio Nacional do RJ, a Tupi, a Piratininga, a Difusora, a Rádio SP, migrou para a TV. A TV conseguiu um sucesso maior que o cinema, que o futebol, que a música popular, que todos os demais veículos, principalmente por causa desse começo da TV. Até o período da TV Excelsior, que eu dirigi a primeira rede brasileira baseada em network americano. De lá até aqui, a criatividade da TV foi muito grande. Quando então a TV Globo usou o esquema da TV Excelsior e fez a rede de TV, a Globo conseguiu a padronização de televisão profissional, industrial, de altíssimo nível, porém engessada na sua criatividade. A TV Globo é uma TV excepcional, porém ela é muito amarrada dentro do seu próprio sucesso. Entretanto a Globo é o estágio maior que a TV conseguiu atingir, a TV Excelsior tentou isso e não conseguiu porque a ditadura militar fechou a TV Excelsior, por ser considerada, pela ditadura, como esquerdista e a Excelsior não pôde completar seu ciclo.

Mas eu não gostava da Eucalol porque era plágio do Príncipe Valente e Flash Gordon. Os caras do Tico-Tico que decalcavam, colocava papel vegetal, copiava e simplificava os traços. Todo mundo me critica porque eu falo que os desenhos Buster Brown, que se chamavam Chiquinho aqui, e eles copiavam. Quando o Buster Brown deixou de ser publicado e, os desenhistas faziam aqui, eles desenhavam muito mal, quer dizer, eles ficaram anos copiando, mas não aprenderam a desenhar, na hora que perderam a referência, os desenhos eram de péssima qualidade. E as pessoas me criticam porque sou muito cáustico nesse tipo de coisa.

Will Eisner, do Spirit, que era a linguagem mais avançada que o quadrinho conseguiu até hoje, e o Frank Miller e todos que existem até hoje são calcados no que o Will Eisner fez em 1940, com o The Spirit, e depois ele ainda inventou a idéia de graphic novel, abrindo um novo caminho para o quadrinho.

Então não gostava do Monteiro Lobato, Eucalol, por causa da minha formação. Não era bom o suficiente.

Acho que o colecionismo é uma coisa importante. O quadrinho, o cinema, o teatro a literatura são mais importante porque eles têm conteúdo, participação artístico-histórica, mas o colecionismo, seja de tampinha de cerveja seja de Estampas Eucalol, Café Jardim, isso tudo tem uma relação com o momento histórico, reflete um momento cultural, o comportamento social daquele período, e se reflete não só no cinema da Hollywood daquele tempo, não só na música daquele tempo, nos programas de rádio, mas também no cinema classe B e C, nas Estampas Eucalol. Se você pega um rótulo de cerveja, a Boemia, de 150 anos atrás, aquele rótulo tem a ver com o gosto estético da época, com o nível cultural do público que aceitava um tipo de estética, que é superior à estética de hoje. Isso aqui é superior ao que você encontra na internet. Porque isso aqui tem um caráter difícil de pesquisa, porque hoje você consegue com grande facilidade o acesso a essas coisas, mas na época era muito difícil conseguir esse tipo de referência, e eles conseguiam esse tipo de referência e passar adiante esse conhecimento. Acho que aquilo que é considerado tampinha de cerveja, que seria menor em relação ao cinema, ao rádio, aos primórdios da TV, literatura e pintura, ela também tem uma importância.

Encerro com um caso que demonstra bem isso. Hoje nos Estados Unidos os pesquisadores estão pedindo para as pessoas levantarem filmes familiares que foram feitos em tempos antigos. Se uma pessoa na década de 20-30 filmou a família comendo um barbecue no fundo de quintal da casa dele, aquilo é um documento histórico mais perfeito do que um documentário de Hollywood que mostrava Clark Gable e a Carole Lombard comendo filé mignon. Quer dizer, eles acham que o registro de comportamento da sociedade americana está nesses filmes sem a menor qualidade artística, porém, refletem muito mais a realidade daquele tempo. É provável que essas tampinhas de cerveja, essas Estampas Eucalol, no futuro sejam consideradas mais importantes que a HQ porque a HQ já está suficientemente estudada e aqui ainda não se fez pesquisa como a sua que vai levantar o que existe por de trás disso, qual é a magia.

#### **4.3.5 Lorenzo Baer<sup>24</sup>**

Estou neste país há 34 anos, me formei em dois países, principalmente em Israel, onde fiz meu mestrado, bacharel, mestrado numa escola que tinha sido fundado por ex-professores da Bauhaus. Quando a Bauhaus foi desmantelada, dois grupos saíram dela, um, obviamente judeu, onde todos os judeus estudavam, e o segundo grupo parou em Chicago. Eram mais fora do *designer*, muito mais um sistema alemão de ensino e depois quando eu terminei fui estudar mais três anos em Turim, na politécnica de Turim, onde tinha uma faculdade de etimologia gráfica.

---

Entrevista na Escola SENAC, em 03/09/2007, em São Paulo, SP.

Vim para o Brasil e estou dando aula há quatro anos.

Devo ter formado quase todas as pessoas de São Paulo, incluindo os professores das próprias escolas. Aqui por exemplo dou aula no SENAC da Lapa, tem alunos meus que estão dando aula na Pós-graduação e isso muito me orgulha, sou um designer que fez produção gráfica.

Diria que um dos problemas do Brasil é que se investe bastante em maquinários e pouquíssimo em pessoas. Você tem empresas com máquinas de primeiro mundo e os computadores de caráter de suas impressoras. Obviamente é uma coisa que não vai dar certo.

As escolas não estão concluindo a sua função, não estão suprindo mão de obra qualificada de verdade e nem os programas de estudos são dirigidos para o mercado, mas dirigidos por diretrizes nostálgicas do passado, de 30, 40, 50 anos atrás. Não está atualizada para as novas tecnologias e tanto isso é verdade que muitas empresas no lugar de enviar seus funcionários para estudar, fazer curso médio e superior, preferem fazer treinamento em *offset*, e digo mais, treinamento *offset* nas máquinas deles, não nas máquinas de *offset* de todo mundo. Tem que ser uma coisa prática e extremamente pontual e nós perdemos nesse sentido.

Estou muito contente em colaborar com esse trabalho porque é feito por uma pessoa que pensa da mesma maneira e que sofre dos mesmos males de todos. E a gente tenta militar sozinho e tenta semear nos corações dos nossos alunos uma vontade de continuar o nosso trabalho.

Eu diria que chegou a hora do governo abrir um pouco os olhos e começar a dar um apoio de verdade. Você por exemplo faz as aulas em todas as escolas que conheço em São Paulo e fora. As escolas não sabem ainda o que estão fazendo. Os professores são os que decidem e praticamente militam no dia a dia e não recebem nenhuma ajuda, então acho que chegou à hora de mudar.

Estava falando que livros de memórias a respeito do passado, as desgraças do Brasil são bem-vindas primeiramente porque são pouquíssimas. Em segundo lugar porque se a gente quiser continuar com a produção de impressos versus mídia eletrônica, nós temos que saber muito de onde nós viemos, porque somos ainda necessários. Então nós temos que zelar pelo nosso passado e quem não tem passado, não tem presente.

Nós temos hoje em dia, a produção gráfica dividida em três seções: a norma, exceção radical colocou o designer na frente, onde ele deveria estar há muito tempo. Justamente para criar uma simbiose entre o *designer* e a produção gráfica. O designer para nós ainda é técnico, tanto quanto o produtor. Esses laços mais íntimos entre as partes economizariam muito dinheiro, agilizaria muito o processo e dispensaria um monte de trabalho supérfluo e deixaria tudo mundo feliz. Tanto é que falando dessa tese a gente tem que modificar totalmente a nossa abordagem porque do contrário como é que se explica um designer de normas não conhece nenhuma cedo do ponto inicial do processo seja totalmente canalizado.

Então chegou à hora de rever tudo, absolutamente tudo, reprogramar todos os cursos a nível nacional, unir um grupo de gente que vê as coisas do jeito que acho eu, correto e começar tudo de novo.

Se a gente não quiser perder o bonde a gente tem que fazer isso às pressas, como falei antes, o Brasil tem que investir mais no ser humano porque do contrário às máquinas vão enferrujar por falta de gente que saiba operá-las e resumindo tudo isso: não se preocupe tanto em turbinar o computador, do contrário, não vão tirar o 1% do que ele pode dar a você. O computador não é parafernália para todos os males, o computador é como um lápis. Se comprar o lápis e deixar na mesa, esperando que ele faça alguma coisa sozinha, você pode ficar frustrado.

#### **4.3.6 Diamantino da Silva<sup>25</sup>**

Este meu próximo foi e, continua sendo, um de meus mestres das Arte Gráficas.

Meu nome é Diamantino da Silva, eu nasci dia 10 de janeiro de 1926, desde garoto sempre tive uma queda muito forte pelas histórias quadrinhos, primeiro porque eu desenhava também, sou desenhista, cheguei a fazer até histórias em quadrinhos.

Trabalhei em publicidade, em jornais em Santos, na Tribuna e o Diário, e agências de propaganda, lá em Santos uma chamada o Pai da Publicidade e aqui quando vim para São Paulo, a outra chamava Petinati.

O cinema também me atraiu bastante com a idade de 7 anos fui pela primeira vez ao cinema e desde então passei a freqüentar todos os domingos as matines, tanto é que agora estou escrevendo um livro: “No tempo das matinês”, onde eu retrato tudo isso aí os primeiros cinemas que fui, os primeiros gibis que vi e procurei a incentivar os outros amigos meus a freqüentar os cinemas aos domingos.

Desde de garoto eu começava a ler gibis, história em quadrinho e as revistas, que eram Cruzeiro, a Cigarra, a Revista da Semana, Eu sei Tudo, agora o que me atraía bastante e chamava a atenção era a diagramação destes exemplares, tanto é que anos depois eu me tornei um diagramador de revista e trabalhei para Revista dos Criadores e Revista Pecuária Brasileira como diagramador.

O professor Diamantino vai elencando os locais por onde passou, jornais de Santos, lembra do desenhista Gedeone Málaga, que trabalharam juntos, de fazer histórias em quadrinhos para a Editora Brasil-América, do Adolfo Aizen, Última Hora de São Paulo, Rio e Porto Alegre, desenhos de propaganda e desenhos que nem sabe onde foram publicados.

Quando surgiram as Escolas de Comunicação, falavam de quadrinhos e cinema, eu falei essa é minha área, vou entrar nela, passei a dar aula também na Anhembí Morumbi, na FAAP, onde fiquei 10 anos e na Escola Protec Desenho de Propaganda, de Anatomia da Figura Humana, fiquei mais de 15 anos. Ai despertou a vontade de editar alguma coisa, comecei a escrever livros. Meu primeiro livro Quadrinhos

---

25. Entrevista realizada em sua residência, em 11/09/2007, São Paulo, SP

para Quadrados que, segundo muitos que leram, e alguns até que também fizeram livros, diziam que este livro, dentro dos quadrinhos foi um o precursor porque eu me baseei em muitas informações que eram as verdadeiras, porque eu tinha a coleção completa Gazeta Juvenil, Globo Juvenil, Gazetinha,, que era feita aqui em São Paulo, e do Gibi.

Escrevendo uma matéria sobre o desenhista Belmonte, tinha três informações diferentes sobre a data de seu falecimento. Sabendo que havia sido enterrado num cemitério de São Paulo lembrei descobriu onde era a campa dele e localizei a data, pesquisei os livros, verifiquei a data exata, pois e todas as três estavam erradas.

Passei a lecionar, como eu falei, comecei a dar aula de cinema e dar aula também de Produção Gráfica que é uma coisa que eu sempre gostei, tanto é que eu fiz um curso lá em Santos, de tipografia e de impressão, impressão com máquina Minerva que batia e botava o papel e tirava com esta outra e ia imprimindo assim. Lembro que uma vez mandaram para lá pra imprimir as entradas de cinema do Cine Atlântico, então, era eu estava imprimindo aquilo, peguei um monte delas para mim e comecei a freqüentei um bom tempo. Aí comecei a me interessar por cinema por aqueles quadrinhos que tinha na porta, os cartazes grandes. Comecei a juntar tudo aquilo tudo. Assim como eu juntava aquilo comecei a juntar Estampas do sabonete Eucalol, as estampas do sabonete Lever. Meu pai tinha uma venda, uma mercearia e vendia esses produtos para os fregueses e sempre aproveitava e tirava as Estampas e guardava, durante muitos anos eu guardei isso ai comigo. E, além disso, colecionava gibis que eu comprava.

O professor chegou a organizar um grupo onde cada um dos integrantes se revezavam comprando revistas variadas, que guardadas em sua casa e disponibilizadas para todos, uma sociedade de leitura, então Suplemento, o Globo, a Gazetinha, o Gibi, revistas de cinema, Cruzeiro, Cena Muda, que eu ainda tenho bastante exemplares aqui em casa, a Cinearte, O Malho, a Careta.

Me despertava a atenção vendo a diagramação, os tipos de letras que eram usados, ai comecei a procurar procurar manuais com os nomes dos tipos de letras, grotescas e outros tipos, maiores e menores. O que é caixa alta, caixa baixa e tornei-me quase um especialista nessa parte de diagramação, paginação, de digitalização que é feita hoje em computador. Sempre me interessaram e eu, até hoje, me valho disso tanto é que faço uma revistinha, tipo de um Fanzine, que tem já vai para 22 anos, tem uma circulação pelos Correios, não ponho em banca porque se eu puser em bancas sofro concorrência da Abril e da Globo e os jornalheiros dizem: se você quer colocar isso aí mas eu vou ter que esconder, senão não me fornecem mais as revistas deles.

Sobre as Estampas do sabonete Eucalol, como falei, meu pai tinha uma venda então e eu conseguia muitas estampas quando era vendida uma caixa, eu não podia tirar as estampas que eram fechadas, mas quando era aberta uma caixa para tirar um sabonete para vender, as estampas ficavam, ia ficando, cheguei a ter uma

monte delas, ao mesmo tempo que a gente se divertia vendo o desenho ou a foto, era educativa, a gente se divertia vendo o desenho que estava estampada. E no verso tinha um textozinho, explicando a origem daquela Estampa

Eu, por exemplo, quando desenhava peguei muita estampa de Uniformes Militares que eu aproveitei para por nos meus desenhos, Peguei uma porção de animais, tinha sobre bichos, elefantes, crocodilos, leão, girafa, para fazer meus desenhos me ajudou bastante, para desenvolver uma cultura artística.

E comecei a observar que nas revistas saiam os anúncios dos sabonetes e o equilíbrio que davam naqueles anúncios e como passei a trabalhar na área publicidade me ajudou bastante. Lembro quando era garoto, saiu estampada no Suplemento: escrevendo para a perfumaria Myrta, do Rio de Janeiro, receberia um livrinho chamado a “História do menino que virou tamandú”. Recebi o livrinho. Não lembro o desenhista que fez aquela historinha, mas marcou bastante. Foi usado durante vários anos como veículo de propaganda do sabonete Eucalol, até pouco tempo ainda tinha essas estampas. Um amigo meu, que também era um grande colecionador de figurinhas, álbuns e Estampas fez uma proposta, ele me arrumava uma porção de revistas americanas de cinema em troca daquelas estampas, fiz negócio com ele e fiquei com aquelas revistas, interessava bastante porque eu estava fazendo trabalho sobre cinema, tinha bastante fotos, feita em papel couché, dava boa a reprodução ao passo que as nossas aqui era feita em papel jornal.

Acontecia com as Estampas Eucalol, via uma Estampa e notava que aquele traço lembrava o traço de um outro desenhista, aquilo naturalmente o artista que fez essa estampa, baseou naquele de desenhou, para ver o traço, a posição, o enquadramento que tinha e por mais que a gente Acaba caindo naquele que é nosso inspirador. Lembro também, que no começo, quando fazia história em quadrinhos, muito desenhos meus lembravam os desenhos do Alex Raymond, como eu gostava tanto, principalmente, aquelas mancha, histórias do Rick Kirb ou. Nick Holmes, que é o nome em português, ou então Flash Gordon, histórias do Jim das Selvas, X9, gostava tanto, lia tanto, que acabava assimilando o estilo. É possível que o próprio Alex Raymond, no começo da carreira andou imitado alguém. Vê cantores, o Roberto, no começo imitava fulano depois é que começou com estilo próprio.

#### 4.4 *Colecionadores de memórias*

Cheguei até este meu narrador através do senhor José Martins, da Panini.

##### 4.4.1 **José Roberto Diniz**<sup>26</sup>

Engenheiro, 48 anos, trabalho numa multinacional da indústria automobilística, tenho com hobby colecionar figurinhas e revistas de futebol. Tenho quantidade razoável. Coleciono há 20 anos, tenho meu foco principal álbuns e figurinhas de todos os temas e revistas de futebol. 3.000 álbuns de figurinhas e revistas 5.000 específicas de futebol, só do Brasil.

Colecionismo traz a história do passado para quem está vivendo o presente, a gente pode resgatar aquilo que a gente teve no passado, quando era criança e colecionar figurinhas e bater bafo, trocar figurinhas com os colegas, isso era uma coisa muito agradável. A gente pode reter o passado, a gente vivência pela segunda vez. O elo de amizade com o colecionador também é interessante porque passa a conhecer pessoas de outras cidades, estados. Com a internet isso é mais fácil, a troca de figurinhas pelo correio, nosso correio é muito bom, eficiente, isso facilita bastante. É uma integração muito grande, com isso tem essa forma de lazer cultural, a gente vai preservando as coisas, é muito bacana, quando a gente consegue um exemplar da década de 30, 40. Meu pai contou que o meu avô tinha isso, mesmo a gente não ter vivido numa época mais remota é muito bom a saber o que aconteceu naquele tempo. Espero que continuem fazendo isso daqui a 40, 50 anos, estejam falando do que aconteceu hoje. Acho que é um ciclo, tudo é uma decorrência, é uma seqüência, e se hoje as coisas estão acontecendo, é por que teve alguma coisa que aconteceu no passado. O colecionismo permite que a gente passe elos que vai formando a cultura de um povo. É muito interessante a gente poder trocar essas informações, ideais, através de coisas do passado.

Os do passado são os mais difíceis, todos os álbuns que são publicados recentemente eu continuo colecionando de todas as editoras, de todos os temas. A gente vai comprar, trocar figurinhas escreve para a editora, é uma coisa bastante ágil, tem que ser bastante rápido, porque as publicações são rápidas, de pouco tempo de duração, tem que correr um pouco senão perde o bonde da história e para recuperar é muito difícil.

Hoje o enfoque é dado um pouco para o colecionador mais do que para o consumidor. Eu ainda não consigo perceber a diferença, eu ainda continuo achando que eles estão mais voltados para o consumo. O colecionador é um consumidor em potencial, mas o foco principal não é esse. Tem-se muita dificuldade em conseguir com a editora, continua existindo figurinhas difíceis, mesmo não sendo figurinhas carimbadas. Existem figurinhas que foram feitas em tiragem bem menores do que as outras, porque falta a mesma para todo mundo. A grande

---

26. Entrevista realizada em sua residência, em 08/09/2007, São Caetano do Sul, SP.

maioria das editoras continua fazendo figurinha difícil, isso é estatística. Então eu acho que ainda não somos considerados na categoria de colecionadores, ainda fazemos parte do consumismo,

Antes eles tinham maior preocupação com o colecionador até por que é uma cultura européia que veio para o Brasil.

Apesar de muitos anos que o Brasil, ele é um país jovem, não pode se comparar com a Europa. Que é onde o colecionismo é uma coisa muito mais efetiva. Nas Américas, nos Estados Unidos é mais o consumismo, apesar de ter mais colecionador do que aqui. Aqui é mais consumo.

Mas pela quantidade de pessoas que colecionam de tudo, acho que já estamos chegando mais próximos de termos uma cultura colecionista. Eu acredito que a gente já teve esse avanço que o colecionismo resgata a história, não é só ter ou manter uma coisa, mas o poder de ter alguma coisa material, tem um significado muito grande por trás disso, que é o resgatar a história, preservar e documentar a história no Brasil, já se coleciona muita coisa. Mas se joga muita coisa fora. Por exemplo, há 40 anos atrás eu era criança e colecionava álbuns e todos foram pro lixo, toda mãe joga o álbum fora. Depois quando você adquire a maioridade você vai querer resgatar aquilo que foi embora. Coisa antiga, não quer dizer coisa rara, mas existem coisas raras que foram jogadas fora. É jogado fora para liberar espaço, para uma limpeza. Quando se muda mais de 50% das coisas são jogadas fora, livros, álbuns, coisas de família. Ainda bem que tem pessoas que, apesar disso, tentam resgatar de ferro velho, sebo e voltam para circulação. A gente constrói o futuro aprendendo com o passado, tem que olhar para os lados e para atrás, para ir para frente.

Colecionismo está ligado à economia da população. Para você investir no colecionismo primeiro precisa ter uma sobra. Você não tem o que comer, como é que vai se dar a esse luxo. Eu concordo em parte com o que o Zélio disse. Só que nós temos vários Brasis, e uma parte da população privilegiada pode fazer isso. Mesmo os mais modestos também podem colecionar alguma coisa. Muita gente coleciona concha, pedra, cacos, então é o espírito do colecionismo. O valor material é uma coisa decorrente disso, eu conheço, pessoas que colecionam pedaços de papel, papéis de carta. Quem coleciona, não coleciona pelo valor, mas pelo espírito de querer uma seqüência, de ter uma coleção de alguma coisa. É óbvio que está ligado à economia, quanto maior o poder aquisitivo a probabilidade de ter uma coleção mais ampla, mais vasta, mais extensa é maior. Mas você pode colecionar papel de bala, eu coleciono embalagens de chicletes, guardo todas as embalagens. Para isso não precisa poder aquisitivo extraordinário.

Dentro da publicação, da época das estampas Eucalol não tem dúvida que isso foi uma coisa fantástica feita pela indústria brasileira, que contou a história de várias séries, cultura, dança, vestuário, folclore. Isso tudo ficou registrado e a gente pode didaticamente mostrar como eram as coisas: a parte gráfica, o colorido fantástico, embora as mais raras serem em preto e branco, um colorido muito bonito e bem feito, isso é amor, um marco dentro do colecionismo brasileiro, muito bonito e muito bem feito. Não perde, nem fica devendo nada para uma grande coleção do

exterior, com toda diferença cultural e econômica.

#### 4.4.2 Celso Lopes<sup>27</sup>

Meu nome é Celso Lopes, 52 anos, natural de São Paulo, médico, atualmente comerciante, antiquário, especializado na área de brinquedos antigos e colecionáveis. Eu coleciono brinquedos acho que desde meu primeiro brinquedo. Ainda tenho muita coisa da minha infância. E durante muito anos eu colecionei brinquedos juntando, no começo não era uma coleção, era juntamento de brinquedos e assim foi a vida inteira até que alguns anos atrás eu tive problema de saúde e, uma das pessoas que me vendia brinquedos, um de meus fornecedores me propôs a abertura de uma loja especializada na venda de brinquedos antigos. E aí a gente começou com a brincadeira, acabei largando tudo montamos a loja e hoje eu só me dedico à loja, abandonei totalmente a profissão, me aposentei e hoje eu sou mais feliz, mais relado em trocou a seriedade da roupa branca pela seriedade de trabalhar com brinquedos antigos e com itens colecionáveis que também é uma coisa muito séria. Tentou trazer da profissão de médico para profissão do antiquário, todo o cuidado, toda a dedicação, horas de estudo enfim, o cuidado. Hoje o meu paciente é o brinquedo.

Celso recorda de quando começou seu interesse por “figurinhas” ou os cards do chiclete Ping-Pong, uma senhora apareceu na loja com umas fotografias, queria vender várias caixas de brinquedos, não pode fazer essa avaliação, pois sem ver os brinquedos seria impossível, mas, havia uma foto em especial, onde apareciam os tais cards e ele lhe disse, se forem do Ping-Pong, pago tanto por cada uma. Semanas depois ele teve uma surpresa muito cara, as tais figurinhas

Por solicitação de clientes aderimos a outros ramos da atividade de antiguidade, que foram as figurinhas que é o motivo principal dessa narrativa. Tudo começou com uma senhora que esteve aqui na nossa loja. Ela queria vender um grande acervo de brinquedos antigos, veio em busca de uma avaliação. Foi dito que era impossível fazer qualquer tipo de avaliação sem ver, mesmo observando uma fotografia, ela não queria os brinquedos que estavam num sítio no interior de São Paulo, era complicado trazer para São Paulo, de repente, poderia não compensar o trabalho. Uma das caixas tinha uma foto e eu comentei com ela, os brinquedos eu não posso avaliar, mas os cards, se forem os cards da Ping-Pong eu posso pagar “xis” reais a unidade e ela se interessou, levou nosso cartão e sumiu. Semanas depois ela me ligou e perguntou se eu realmente pagava aquilo mesmo por cada figurinha daquelas. Eu confirmei, falei que sim e veio um baque, ela tinha mais de mil, aquilo na época era uma quantia alta, eu levei aquelas figurinhas. Eu não vivi essa época da Ping-Pong, não foi uma coisa da minha infância. Eu não vivi, não tenho essa lembrança, eu vim conhecer muitos anos depois. Mesmo na época

---

27. Entrevista realizada em sua loja, em 11/09/2007, em São Paulo, SP.

das figurinhas começaram a circular eu fazia internato, último ano de faculdade de medicina, não tinha tempo pra mascar chicle, vida de estudante era muito difícil. E juntando e olhando aquelas figurinhas que eu tinha pago uma quantia considerável por aquilo, percebi que tinha quase 80% da coleção. Se eu tenho 80% eu vou correr atrás e acabei completando a coleção, alguns anos depois consegui a coleção completa.

Mas o colecionador é um bicho incurável a gente sempre busca outras alternativas e das figurinhas Ping-Pong eu parti para as figurinhas Eucalol, as famosas figurinhas Eucalol, que a gente sempre escutou falar, tinha algumas na loja. E a gente começou essa busca insana pelas figurinhas Eucalol. Muito mais difícil de completar do que a Ping-Pong, mesmo porque são praticamente sete vezes mais, devido ao tempo, a Ping-Pong circulou três anos. A Eucalol mais de 30 anos, a dificuldade de juntar as figurinhas Eucalol justifica esse tempo todo que a gente busca a coleção completa e quem sabe um dia a gente vai conseguir.

A loja compra, vende, troca figurinhas Eucalol também, foi uma coisa, mais um item foi agregado ao nosso material e a nossa busca incessante de tentar reter o tempo. O colecionismo nada mais é do que a primeira manifestação humana, o desejo humano de reter o tempo. Todo colecionador ele busca reter aquele tempo que trouxe lembranças, que trouxe boas recordações, enfim, essa para mim é a melhor definição que eu já ouvi em colecionismo.

A história que a gente vive na loja no dia a dia, são dignas de qualquer tratado médico, são casos interessantíssimos, eu lembro uma vez chegou um senhor e ele viu um aviãozinho na vitrine e por nada ele começou a chorar, então aos prantos ele queria o avião, queria o avião e pagava o que fosse e depois que ele se acalmou ele contou a história do avião. Era uma história que é muito curiosa, quando ele era pequeno ele sempre quis ter aquele avião e o pai não queria dar, por algum motivo o pai negou a dar o avião e era uma família de posse. Ele arrumou um emprego escondido do pai, numa quitanda que tinha perto da casa dele e trabalhou durante dois meses para poder comprar o aviãozinho, que tinha um motorzinho na traseira e era preso o teto, botava no teto e ligava e ficava dando volta. Quando ele chegou em casa foi colocar no lustre da sala, porque não podia furar o teto, o pai não poderia saber que ele tentou prender o aviãozinho no lustre. E nessa tentativa ele despencou, despencou da escada, ele, o aviãozinho e o lustre. Era lustre de alabastro que estava na família há algumas gerações. E o lustre se espatifou inteiro. No fim, ele apanhou do pai, segundo o relato dele, como gente grande, não viu o avião voar, perdeu o avião, perdeu dois meses de trabalho. Uma criança de 14 anos, na época, perdeu a infância dele, tinha posses, agora, passados quase 30 anos ele dava de cara com o avião que desejava ter na infância e ele acabou levando o avião. E saiu muito satisfeito.

Tem uma outra história, nós compramos um jogo de tabuleiro e dentro do jogo de tabuleiro um cartão de época, de uma pessoa dando de presente a outra, então: “Minha querida amiga, parabéns pelo seu aniversário, assinava Magda e datava, 1958”. Eu quando vi aquilo achei interessante o cartão e coloquei o jogo e o cartão exposto na vitrine. Um dia passa uma senhora na vitrine, não era cliente

da loja, e ela entrou e perguntou o preço do jogo. Sem pestanejar disse: Eu vou levar. A pergunta que a gente faz a todo cliente novo: a senhora coleciona? Eu não coleciono nada é que eu sou a Magda, era a autora do cartão. São histórias bonitas que poderia ficar dias contando, são histórias interessantes e que muitas vezes acabam por nos emocionar.

Internet hoje permite você levar seu produto a mais pessoas e, nós utilizamos esse sistema de vendas, e certa feita, colocamos um set, um conjunto de figuras de 70, da Guliver, Tarzan, Jane, a Chita, a arvorezinha dele se pendurar. Foi colocado e fotografado na internet, no site de leilão e começou a chamar a atenção porque começou uma disputa muito grande por uma peça que o mercado não busca com muita intensidade, essa peça acabou fechando por um valor muito alto, comprada por uma pessoa de Belo Horizonte, uma pessoa até então desconhecida do mercado de brinquedos antigos e, quando encerrou o leilão, mal deu tempo de fechar, o telefone toca e a pessoa entra em contato e a justificativa que ela nos deu o valor até onde se propunha chegar, um valor muito alto, porque, segundo um relato dele, era um brinquedo que tinha ganho da mãe no dia que a mãe faleceu, foi a última recordação que ele tinha da mãe, não bastasse isso, segundo o relato dele, a maneira com que foi fotografada a peça era a mesma maneira com que ele montava, que brincava com o referido brinquedo, na infância dele. A impressão que dava, é que tinha colocado do jeito que ele punha. E a terceira coincidência da história era a data do leilão, se encerrava, exatamente, no dia em que a mãe faleceu. Então são coisas que a gente sempre se questiona qual o sentido disso tudo e qual o objetivo disso tudo, se era para ser não era para ser, são coisas que talvez ficam até um pouquinho acima de nossa compreensão.

O público consumidor do brinquedo antigo, o colecionador é a pessoa que teve isso na infância e que se perdeu no tempo, quer resgatar aquela época antiga ou dela. Resgatar e a família não pôde lhe dar por questão financeira, quis ter o brinquedo, então, hoje, o brinquedo é muito mais barato. O Autorama, sonho de consumo da geração dos 50 anos, porque era um brinquedo que, na época era muito caro, um brinquedo muito desejado, porém, era um brinquedo caro, nem toda família podia dar Autorama. Isso ficou arraigado na cabeça das pessoas e, hoje, trabalhando numa situação melhor elas tentam adquirir o que quiseram ter na infância, esse é o perfil clássico do comprador do brinquedo antigo.

O resultado de uma entrevista num programa de rádio, a pessoa pegou nosso telefone e ligou perguntando se tinha um determinado brinquedo. Ela se descontrolou, vocês me esperam que eu vou hoje, vocês me esperam que eu vou hoje. Quando ela chegou comprou o brinquedo, pegou o brinquedo, é pequeno tinha a impressão que era tão grande, mas é pequeno. Quando ele era pequeno aquela caixa parecia ser muito grande, a caixa mudou de proporção, então a proporcionalidade, então esses brinquedos antigos, muito infantis acabam não tendo mercado, não gravou, não ficou gravada a memória, o tipo que era então esses brinquedos antigos muito infantil não ficou gravada na memória o que o tipo de brinquedo era. A gente começa a ter uma lembrança dos 10 anos para frente, então quando o brinquedo é muito infantil acaba não tendo muito atrativo

para o colecionador de brinquedos antigo.

Acaba tendo oportunidade mesmo as pessoas que não tem posse. Não existe. O brinquedo ele é uma coisa que atrai o rico e o pobre na mesma intensidade, quer dizer, não existe diferença social da classe se consegue notar e classe social na vontade classe A tenha preferência por determinado brinquedo e a classe B por outro são, não, eles são equivalentes, o desejo de possuir aquele brinquedo é igual tanto para a classe mais favorecida quanto a menos favorecida..

O mercado do futuro é muito questionável porque a criança de hoje é muito ligada aos jogos eletrônicos, aos jogos de computador, aos videogames. Então a gente tem assim, não existe hoje tanto, com raríssimas exceções, a gente falaria linha feminina, a linha da Barbie, já persiste por alguns anos, da linha masculina, da Hot Wheels, que também persiste desde o final dos anos 70, virou mania. Não se consegue vislumbrar um mercado muito bom, a qualidade dos brinquedos também caiu muito. Tenho uma passagem maravilhosa com o meu filho, com um aviãzinho feito no pós-guerra, na Alemanha, era um avião que era todo seqüencial, então você dava a corda, acionava o motor, depois o outro, depois o outro, ligava os quatro motores, sai andando, em determinado ponto para, desce a escadinha, a aeromoça vem na porta e dá tchauzinho, a escadinha recolhe, o avião sai. Quando mostrei para meu filho ele disse: Qual a graça disso é um chipizinho que tem lá dentro e faz tudo...Não é chipizinho, isso tudo é um estudo. E esse brinquedo reeditado com o chip de alguns milímetros faria tudo isso e muito mais. Naquela época não, era tudo um efeito de proporções, enfim, de mecânica, quando parar, um ponto chegada, uma seqüência de uma verdadeira obra de engenharia mecânica.

Os brinquedos de hoje, embora façam mais coisa, brinquedo chinês é um brinquedo automático. Um brinquedo que quebra sozinho, não precisa fazer nada. Por outro lado, os colecionadores antigos a vida não perdoa, a única certeza que nós temos é que vamos morrer e os colecionadores antigos, a idade começa a chegar num ponto em que nós não vamos mais ter mais ninguém aqui. O mercado não cresce na mesma velocidade de novos colecionadores, por outro lado novos itens aparecem todos os dias. Por exemplo, hoje a Coca-Cola é um item que é super colecionável, você tem copo Coca-Cola, garrafa Coca-Cola, novos itens vem aparecendo. Voltando para a Eucalol, que talvez seja o principal ponto da nossa conversa. Eucalol, o que vai ser das estampas Eucalol daqui a 100 anos e, eu comecei a colecionar Estampas Eucalol, primeiro para matar a minha vontade, por motivação, terminar a coleção da Eucalol. O que me levou à Eucalol e não a uma outra coisa qualquer? A pureza do desenho, a combinação de cores, enfim são verdadeiras obras de arte, mas daqui a cem anos pouquíssima gente vai se lembrar da caixa de sabonete, muita gente vai gostar porque são bonitas, são bem feitas, tem um traço ingênuo, traço puro mas por outro lado as pessoas não vão se lembrar que aquilo vinham dentro da caixa de sabonete, a tendência do mercado no futuro não é acabar mas é mudar o perfil dos itens colecionados.

A busca por patrocínio para a montagem de museus, existe o Museu do Brinquedo Brasileiro, em Belo Horizonte. A tendência dos grandes colecionadores é

exatamente buscar e transformar seus acervos em Museu de Arte, pra isso a gente precisaria primeiro apoio do governo,

A indústria de brinquedos no Brasil hoje está limitada às multinacionais que não tem interesse nenhum no passado do brinquedo brasileiro, mesmo porque a grande maioria deles era de origem estrangeira. Nós temos muito pouca coisa criada no Brasil a maioria dos brinquedos brasileiros era de origem estrangeira. Temos muito pouca coisa criada copiada de fora, pagamento ou não de direitos autorais conta que muitas coisas foi feita aqui nos anos 40, nos anos 50 sem até que o detentor da patente ficasse sabendo. No Brasil, infelizmente, nós temos um grande problema que é a memória brasileira, a mentalidade de um povo, a mentalidade de uma nação, nos deixa muito triste saber, por exemplo, fato muito triste, a indústria de brinquedos Matarazzo, a famosa Metalba, não existe um catálogo de brinquedos feitos no Brasil. Os brinquedos que foram feitos na Argentina, além de catálogos, existe até livros feitos sobre brinquedos produzidos pela Matarazzo, na Argentina. Nós no Brasil não temos esse material.

A Estrela, talvez a maior fabricante de brinquedos, não tem acervo próprio, o acervo que ela tinha na Casa da Estrela, o showroom delas, a maioria dos brinquedos antigos eram brinquedos doados por curadores que deixavam lá porque a Estrela não tinha esse tipo de memória, o próprio fabricante não tem a memória, só resta a nós colecionadores tentar fazer essa coisa. Queria parabenizar pela sua iniciativa, mais um maluco que se junta ao nosso grupo.

## Coleção Iluminuras I: Dialogando

**MORENA BRASILEIRA**

A morena brasileira, morena air de jante e dançadora de pernas, inspirada adentro de joelhos e possadora, é o encanto supremo do nosso país. Todos procuram em conservar-lhe as graças naturais. Nossas mães escrupulosas e perpetuam em suas mãos e com os cabelos em suas belíssimas modistas. Os cientistas também estudaram para que ela possa conservar, por longos anos, o brilho de sua pele maravilhosa e a sedução de seu sorriso encantador. Caram! para isso, o sabonete Eucalol, emulsões, suaves e ativos, essencial de epiderme, e o Creme Dental Eucalol que impede a formação de tártaro, dentes suaves e saudáveis e gengivas.

**Eucalol**

Anúncio publicado na revista O CRUZEIRO em 1935 - coleção Samuel Gorberg

Figura 1

Embelezar mais na pele, como faz TÔNIA CARRERO

Ela examinou... comparou... e escolheu o superior o Sabonete

**Eucalol**

**TÔNIA CARRERO**  
Belleza de Tônia e do Cinema

Atleta: "É pela comparação que escolho sempre ao papão que me inspira, quer na vida ou na pele. Também, pela cuidadosa comparação, escolho o sabonete para minha pele: Eucalol - o mais antisséptico".

Para sua vida com a pele mais linda!

Caram! Não se deixe, depois de compare, se escolher a melhor... se não sabe o superior Sabonete Eucalol. Escolha o mais antisséptico porque é bom com as habituais infecções de pele. É mais refinado porque seu perfume permanece no corpo mais tempo. É econômico porque com duas moedas dá um banho de sabão. Eucalol - o mais antisséptico. Um banho com Sabonete Eucalol!

*Das Cosméticas Tônia e Creme Dental EUCALOL*  
FARMACIA WYEMA S. A. - RIO DE JANEIRO

Anúncio publicado na revista EDIÇÃO MARAVILHOSA em Outubro de 1933 - coleção Samuel Gorberg

Figura 2

**ELLAS O ADMIRAM**

Nada mais natural. É um rapaz cujo tipo todo transparece em nobreza, equilíbrio, bom gosto que não dispensa o uso quotidiano do melhor sabonete: EUCALOL, à base de eucalyptol. O verdadeiro só com a lista vermelha de garantia.

**Eucalol**  
SABONETE à base de eucalyptol

CAIXA 100 GRAMAS

Anúncio publicado na revista O CRUZEIRO em 20/04/1935 - coleção Samuel Gorberg

Figura 3

Nem se pergunta

**só uso Koly nos!**  
diz Carmen Miranda

A beleza brasileira

É claro que não! Ela sabe que seu tipo bonito é indispensável ao sucesso e que Koly nos mantém a pele bonita. Ela reconhece o valor e a beleza que o sabonete Koly nos oferece ao manter a pele sempre limpa e saudável. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o melhor para a pele brasileira. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o mais econômico. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o mais agradável. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o mais eficaz. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o mais seguro. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o mais bonito. Ela sabe que o sabonete Koly nos é o mais brasileiro.

**KOLY NOS**  
SABONETE

W. G. GORBERG

Figura 4

Figuras 1, 2 e 3 Samuel Gorberg. Estampas...op.cit  
Figura 4 Anúncio da revista O Cruzeiro, sem data.





Figuras 8



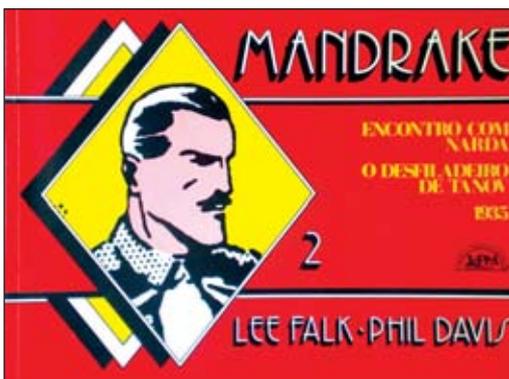
Figuras 9



Figuras 10



Figuras 11



Figuras 12

Figuras 8 e 9 Museu da Imprensa - DF  
 Figuras 10, 11,12 Publicações de acervo próprio



Figura 13



Figura 14



Figura 15



Figura 18

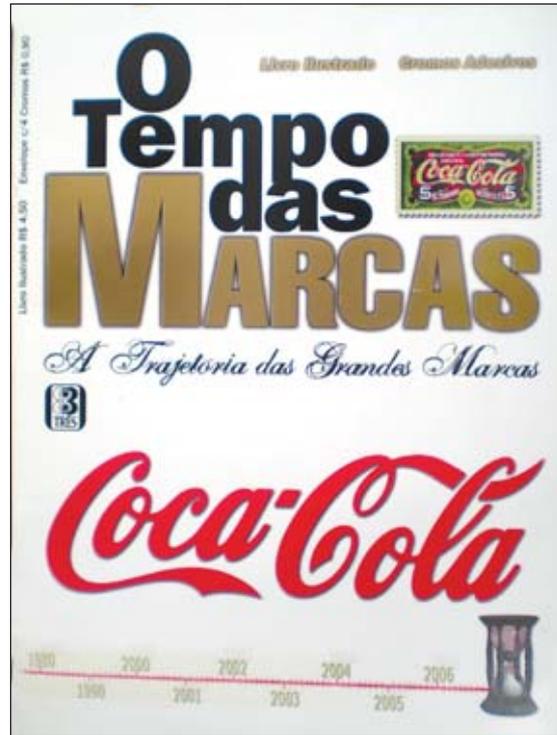


Figura 16



Figura 17

Figuras 13, 14 e 15 Acervo Celso Lopes  
Figuras 16, 17 e 18 Acervo próprio

## CAPÍTULO V

### De volta ao passado na esteira do colecionismo: brincando, colecionando e sempre aprendendo.

#### 5.1 “Cada coleção é um teatro da memória”

“Cada coleção é um teatro de memória, um *mise-en-scène* de passados pessoais e coletivos, de uma infância lembrada e da lembrança após a morte. Ela garante a presença dessas lembrança por meio de objetos que a evocam. É mais do que uma presença simbólica, é uma transubstanciação”<sup>1</sup>.

Lendo, recortando, fazendo fichas e arquivos, selecionando e colecionando, o fazer-se da pesquisa acabou aumentando razoavelmente a minha biblioteca pessoal, com novos livros e álbuns, pelo menos os vários que considere *imperdíveis*<sup>2</sup>. Foram momentos em que me peguei como pesquisador e colecionador, pois não me bastava a consulta às Bibliotecas e os livros, sempre disponibilizados para empréstimo por parte de colegas solidários, amigos e minha orientadora, eu muitas vezes optei por tentar encontrá-los em livrarias, sebos e consultas na internet. Não raro o colecionador falava mais alto e eu sonhava com livros que fossem meus.

O mesmo Blom acima transcrito se refere à coleção de livros como relíquias de personalidade para sempre jovem, que falam: “coleccionar livros é uma atividade multifacetada”<sup>3</sup>. Sem dúvida, uma coleção de livros pode atender a vários propósitos, como no meu caso, na conjuntura da tese em que eles atendiam a um objetivo específico.

Pela mesma razão, já há algum tempo obras de Benjamin estavam na minha estante, dele e dos autores que se dedicaram ao estudo de suas reflexões, como Bolle, bastante lembrado nesta tese. Benjamin com sua *flâneire*, com suas idéias sobre a repro-

---

1. Philipp Blom. *Ter e manter: uma história íntima de colecionadores e coleções*. Rio de Janeiro: Record, 2003, p.219.

2. Esta iniciativa permitiu que o *corpus* iconográfico selecionado fosse construído com material do meu acervo particular. De todo modo, os encontrados em outras publicações foram registrados e a lista será entregue à banca examinadora e anexada ao exemplar da tese.

3. Idem, p.288.

utilidade técnica, aura, narradores claro, como se viu o entendimento quanto à atribuição dos anos à sua fisionomia, como um modo de escrever uma história. Mas chegava o momento de buscar na sensibilidade benjaminiana<sup>4</sup> e seus interlocutores subsídios para uma reflexão sobre o mundo infantil, os brinquedos, as coleções e a literatura. Encantome com tudo o que leio, as críticas, as informações sobre as litografias, as referências à policromia das ilustrações no século XIX e o imaginário infantil.

E ainda no afã de obter subsídios, retomo Blom, autor da transcrição acima. “Colecionar é uma transubstanciação”. Achei interessante, mas na memória da infância a palavra me vinha com entendimento único, associada ao vocabulário católico, à hóstia, enfim, melhor consultar o dicionário. A primeira entrada remete ao meu entendimento, outras, porém, aludem a “converter-se”, “transmudar-se”<sup>5</sup>. Bem, sendo assim concordo com Blom e trago a reflexão para o caso das Estampas que, como vimos se descolam da proposta inicial de cunho mercadológico e acabam convertendo-se, transmudando-se em objeto de desejo de colecionista, objeto que se descolou do produto que acompanhava e alçou vôo próprio. Os colecionadores atuais, em muitos casos encontram as possibilidades da internet um instrumento hoje disponível para intermináveis operações que a oportunidade desta tese me levou a conhecer, além dos contatos pessoais.

Em sofisticada reflexão, o antropólogo James Clifford aborda o colecionismo<sup>6</sup>. Mesmo sendo outros os seus objetivos, selecionei e arqueei e arqueei algumas de suas idéias que mais de perto me interessavam. Ele fala das coleções das crianças como rituais, exercícios do indivíduo para se apropriar do mundo mas pode-se e deve-se, fazer do gesto de “selecionar, ordenar, classificar [...] para fazer boas coleções”. E prossegue “o bom colecionador tem bom-gosto e é reflexivo. A acumulação se desdobra de *maneira pedagógica e edificante*”<sup>7</sup>. (Grifos meus)

Nas minhas andanças, escolhas e escutas, os *bons colecionadores* estão bem representados e foi de suma importância ouvir suas memórias e experiências. Antes de

---

4. Walter Benjamin. *Obras escolhidas. Vol. I. Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1996. pp.235-253.

5. Aurélio Buarque de Holanda Ferreira. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. op.cit. p.1400.

6. James Clifford. “Colecionando arte e cultura”. In. *Revista do Patrimônio Histórico Artístico Nacional*, nº 23/1994, p.69.

7. Idem. p.71.

passar-lhes a palavra, na esteira da referência ao colecionismo associado ao pedagógico, encaminhando algumas reflexões que dialogam com aquele entendimento.

## **5.2 E ainda puxando prosa com outros narradores**

### **5.2.1 Professora Margarida Menezes<sup>8</sup>**

Meu primeiro contato com esta narradora foi através de um *site* da web. Falava de sua publicação sobre os álbuns de figurinhas do Brasil e busquei em livrarias, sebos e nada. Através de *e-mails* e telefonemas, consegui seu telefone.

Eu me chamo Margarida Tereza Nunes da Cunha Menezes, professora aposentada da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como também do Estado do Rio de Janeiro. Minha vida inteira sempre tive interesse por coleção. Gostava de guardar as coisas, mesmo na época difícil, minha família é de pessoas com dificuldade financeira, mas sempre guardando pedacinho de papel, recortando revistas, colando, sempre tive essa mania de conservar coisas. E quando cresci, vim para o Rio fazer o curso de Educação Física, na UFRJ, da antiga Universidade do Brasil, comecei a ter mais recursos para ir investindo nessas manias, nesse hobby que é tão gratificante para mim. Comecei a fazer os primeiros álbuns de figurinhas, que eu tenha lembrança quando eu cheguei aqui no Rio, foi das balas Fruna, porque era uma bala muito saborosa da Lacta e eu gostava de comer bala demais, a partir daí não parei mais. Então um álbum, outro álbum, quando podia às vezes comprava só o álbum, não tinha dinheiro para comprar as figurinhas e com o decorrer do tempo, na proporção que eu fui superando as dificuldades, que assumi uma posição econômica razoável, quando contratada como professora, fui investindo sempre nesse hobby, não só nesse como, também, em escudinhos, pin, chaveirinho, então sempre teve o estilo sempre voltado pra objetos assim e os papeizinhos, as figurinhas, que eu sempre tinha uma particularidade maior. Depois, comecei a me transformar, de ser uma boa colecionadora. Preocupada sempre em conservar bem os livros, porque, na verdade, a coleção é uma coisa interessante, que desperta na gente o cuidado, a organização, a limpeza, a ordem, quer dizer, é um hobby que preocupa como todas as pessoas que tem gosto de ajeitar de conservar de completar as série e tudo, que é difícil, a gente às vezes conseguir às vezes anos e anos, eu levei aproximadamente vinte anos pra ter um álbum da Vecchi, um álbum de plástico, vim conseguir há uns oito anos ou dez anos, com uma troca de um álbum raro que eu tinha e consegui o álbum de plástico da Vecchi. E naturalmente o que foi importante em tudo isso, foi a convivência com pessoas que também que tinham aquele mesmo interesse, que gostavam de

---

8. Entrevista realizada em sua residência, em 12/08/2007, no Rio de Janeiro, RJ.

guardar aqueles pedacinhos de papel, colecionar, colar, completar certas coisas. Isso fez com que o círculo pessoas amigas aumentasse também. Convivi muito em universidade, com alunos, com colegas professores, com funcionários, mas esse outro lado de colecionador é muito gratificante porque a gente conhece pessoas de diferentes idades. Na época do futebol aparecia àquela criançada todinha na feira do passeio e a gente pedindo para trocar, pedia para conseguir alguma figurinha, a gente dava, trocava era muito interessante, às vezes, as figurinhas amassadinha,s que as crianças não cuidavam, jogando de bafo-bafo. Sempre dei atenção a essas crianças que chegavam lá e que eu via que não tinham muitos recursos, para que elas alcancem algum objetivo. Bom, e com o decorrer dos anos, trabalhei na universidade 51 anos e oito meses, comecei como aluna e, depois, como professora, quando me aposentei, em 1994, com 70 anos pela “expulsória”, eu não digo nem compulsória, porque me expulsaram mesmo. Eu então me dediquei, graças a Deus, eu tinha essas manias, o que fez com que eu continuasse uma pessoa viva. Porque o aposentado depois de trabalhar muito, se mora num apartamento maior a família diz: eu se fosse você ia para um pequeno porque esta dando trabalho. Eu pensei diferente, comecei a agir de forma diferente, vim para um apartamento maior, espalhei, porque é o apartamento das minhas coleções, eu espalhei minhas coleções para tudo quanto foi lado, quem entra aqui sabe que eu sou colecionadora, me identifico desde o momento da entrada. E conseqüentemente fui adquirindo um acervo muito bom, não digo o melhor, mas um grande acervo de álbuns de figurinhas de certas relíquias, como de escudinhos, eu tenho até um escudinho, dois escudinhos com a cruz suástica, que o Hitler deu , por ocasião da olimpíada de 1936, em Berlim. É uma raridade aquilo realmente é uma raridade. E têm muitas muito importantes. Minha maior, tendência de colecionadora era mais pra filmes Disney e também o futebol porque, como Brasileira eu não podia deixar de ser interessada pelo futebol e sendo professora de Educação Física, embora nunca tivesse jogado futebol, eu não podia deixar de adorar também o futebol e me preocupar em manter uma coleção sobre futebol muito boa. E comecei a batalhar, infelizmente não consegui tudo, foi de uma época difícil da minha vida com problemas de doença da família e não pude adquirir o que eu gostaria de ter, hoje me sinto realizada diante do que conquistei. Não sou a maior colecionadora mas eu adoro ter sido colecionadora.

A figurinha como, o selo, eu considero um trabalho, embora exista álbuns que não tão instrutivos quanto outros. Todos os álbuns tinham um sentido educativo, instrutivo e isso enriquecia o conhecimento da própria pessoa, então, tem um valor educacional muito grande como, o cuidado por ele que as pessoas devem ter muito cuidado, não destruir, não jogar fora, hoje em dia as pessoas devem se preocupar com isso também. Aqueles pedacinhos de papel, representaram, traziam sempre uma mensagem boa. E por mais insignificante que fosse o álbum, em termos de cultura, representava uma época. Uma de Digimom, uma do Pokemom, época dos gibis, dos heróis, heróis Marvel, então eles tinham, nessa época atual, a mentalidade da época das crianças dessa última década. Colecionei tudo. Eu me vi interessada por tudo. Eu não selecionei elementos, eu quis colecionar. Tenho

Pokemom, Digimom, Dragonbol, Cavaleiro do Zodíaco, eu tenho de toda natureza. Mas na verdade os meus álbuns foram muitos voltados para esse tema de cinema, Disney, que eu acho interessante a filosofia Disney, a preocupação, um dos pontos interessante que eu acho da Disney, é a importância dos tios, porque não aparece a figura, às vezes, nem da mãe, nem do pai, aparece o Tio Patinhas, o Vovô, a Vovó. Acho isso muito interessante, em termos de família. Gosto demais e gosto daqueles, embora eles devessem estar velhinhos, mas eles continuam sempre jovens encantando todas as gerações existentes.

Freqüentei a Feira do Passeio Público durante 27 anos, indo todos os domingos, hoje em dia vou poucas vezes. Deixei de dirigir com o tempo, por conta da vista, não de reflexo, até que eu me considero bem equilibrada nessa parte, mas o lado da visão que realmente eu me preocupei e, conseqüentemente, deixei de frequentar. A feira era o domingo ideal para mim, eu me preocupava em ir todos os domingos ao Passeio Público. Encontrava amigos de todas as idades, brigando por figurinhas, brigávamos, discutíamos, era uma coisa terrível mas, no fundo, existia um vínculo de amizade muito grande, tão importante na vida das pessoas, esse lado afetivo e esse vínculo de amizade entre as pessoas. E, realmente, o colecionador desenvolve muito isso, ele gosta daquele grupo, ele se identifica com aquelas pessoas, e procura inclusive ajudar essas pessoas a alcançar o seu objetivo de completar o seu álbum.

Como colecionadora me preocupava em buscar informações sobre coleção. Então juntava, tenho muito recorte de jornal e revistas, sobre os assuntos, não só de figurinhas, de outras coleções. E a figurinha teve o período de muita decadência, houve realmente uma quebra de interesse, não sei bem quais os motivos que as editoras deixaram de editar os álbuns e houve um período meio fraco, aquilo me preocupou. Tinha vontade de fazer alguma coisa para que as pessoas gostassem e voltassem a colecionar e procurassem, que dizer divulgar. Para isso eu precisava fazer um livro com o objetivo de divulgar um trabalho e incentivar as pessoas ao retorno das coleções de figurinhas, na verdade como selos, são muito importante na vida das pessoas, é um elemento de cultura e também de comportamento que é interessante que a pessoa se desenvolva e, não só desenvolva, como adquira esse tipo de comportamento e conservar, de lidar, de se comunicar de tudo que a pessoa possa utilizar na vida do dia a dia. Na verdade o colecionismo é uma coisa muito importante na vida de todas das pessoas, porque ele aproxima pessoas, desenvolve um espírito muito grande, não só de convivência, um espírito de solidariedade, um espírito de companheirismo e ao mesmo está associado a uma atividade atualmente prazerosa porque o colorido, as coisas, as figuras, os tipos de propostas das editoras e tudo que a gente se envolve é muito interessante. Fiz um livro e, nesse livro eu gastei um bocado de dinheiro, gastei bastante dinheiro e não consegui publicar. Fiz um livro encontrei pessoas que se interessaram em fazer e editar alguns exemplares e tive dificuldade junto, inclusive, a Editora Panine que mandei um documento sem interesse, porque eu não tenho interesse comercial em qualquer tipo proposta, minha vida inteira foi trocar ou comprar, nunca vendi, então, sempre tive o espírito do colecionador. Eu observava nas

peessoas e essas pessoas se modificam quando começavam a pensar em dinheiro, resultado, comecei sempre a procurar fazer que os outros vissem em mim, talvez, até um exemplo de que colecionar não é vender, colecionar é adquirir e ajudar uns aos outros, isso é muito importante. Eu até hoje coopero com algumas coleções, até de São Paulo, mando quando alguém me pede e, eu tenho, porque eu tenho, realmente, um acervo muito grande de figurinhas duplicadas, uma coisa imensa. No livro eu não me preocupei em divulgar o meu acervo, me preocupei em divulgar as listagens que eu recebia de colecionadores para que eles encontrassem os álbuns que não eram só os meus e sim o deles também.

Tenho aqui tenho três mil e tanto, mas os que eu tenho no meu acervo eu devo ter mais ou menos agora é que eu vou ter a certeza porque eu estou fazendo um levantamento por álbum, porque eu nunca me preocupei em contar muito, não é e agora vou saber realmente o numero certo mais eu devo ter mais ou menos em torno de uns dois mil e seiscentos, dois mil e oitocentos álbuns. Com as duplicadas eu tenho mais de quatro mil.

E sempre fiz eu não me detive nunca em uma coleção. Eu sempre tive muitas manias. Eu cheguei ao ponto não sei se as pessoas conheceram que deve ter conhecido Nise Magalhães da Silveira, era psiquiatra, minha prima. E eu cheguei ao ponto de ir a Nise e fiz essa pergunta a ela: será que eu tenho algum problema psicológico? Mas porque você tem isso, você é uma pessoa tão alegre. Eu digo não, mas é porque eu tenho muita mania. Disse menina, se você tem muita mania você não pode ficar louca nunca, porque o louco é aquele que só tem uma mania. Isso foram palavras textuais de Nise Magalhães da Silveira. Então, ai não tive limites, era chaveiro e tudo foi que colecionei na minha vida e tenho hoje tudo guardado eu não joguei nada fora. Hoje começo a me preocupar porque tenho 82, quase 83 anos, a gente não é eterno, me preocupa hoje em dia como vai ser resolvido o problema das minhas coleções após minha morte. Isso é uma coisa muito séria. Pela dedicação, pelo carinho, o amor dedicado, anos e anos, nesse tipo de lazer, é um lazer, é um hobby, é tudo. Fico preocupada porque na minha família têm interessados em álbuns de figurinhas transitórias, aqueles de três, quatro, cinco anos, seis, sete anos até dez anos de idade, mas, fora isso, não querem, não se interessam mais, largam de lado, não é pratica dele, a gente observa, nem sempre os pais orientam bem para ele manter o álbum bem arrumadinho, botar dentro de um envelope plástico, que dizer essa coisa de conservação que é importante. Porque assim a pessoa guarda aquilo da sua infância, vai, futuramente, mesmo sendo alcançando até um nível grande socioeconômico, vai se valorizar, vai se sentir realizado porque ele construiu alguma coisa. A gente começa a construir desde pequeno fazendo álbum de figurinhas. E a vida deve ser sempre a gente fazer alguma coisa, construir, editar é uma forma de preservar e de sentir-se altamente gratificado por ter feito alguma coisa nesse sentido.

### 5.2.2 Samuel Gorberg, um colecionador-pesquisador<sup>9</sup>

Eu na verdade eu coleciono a vida inteira desde criança eu tenho essa paixão e sempre, comecei com selo, colecionava gibis, infelizmente quando numa circunstância houve uma mudança nos mudamos de uma casa para outra muita coisa se perdeu, mas que posteriormente consegui recuperar agora há poucos anos atrás consegui comprar a coleção completa do Globo Juvenil, novo tenho a década de 40 toda consegui ter de novo. E estampas Eucalol também era uma das minhas diversões no começo. Profissionalmente eu me formei em engenharia, engenharia Civil minha vida interessei pelo trabalho durante muitos anos eu simplesmente, alguns segmentos de coleção principalmente revista que eu compro muito revistas antigas O Malho, Careta, Para Todos, O Malho eu tenho praticamente essas revistas todas as coleção completas ou quando encontrava comprava guardava deixava no meu depósito. Há cerca de dez anos eu resolvi sistematizar esse colecionismo de uma forma mais profissional e em função de também de circunstancia que ocorreu de ter espaço eu comecei a ter um foco em livro sobre o Rio de Janeiro e dei bastante a minha coleção e a informática deu condições de você passar e fazer regravação de livros de uma forma muito mais fácil. Ai me deu vontade de registrar, deixar perpetuado em termos de memórias históricas as estampas Eucalol, foi o primeiro livro que eu fiz. Se você perguntar se eu gostei já, estou no meu quarto livro, mas sempre com meu foco histórico. As estampas Eucalol tiveram uma importância muito grande no Brasil na década de 30, na década de 40 chegaram a ser utilizadas como material didático e alavancaram a empresa Myrta que se tornou a primeira empresa do setor da época, tudo em função dessas estampas. Colecionismo quando bem explorado ele realmente produz resultado. Já no século XIX, a Liebig, Estampa Liebig produziram a fama apra você vê acabaram resultando em dar uma forma muito grande a firma Liebig que as lançou em 1865 que se espalhava pela Europa de uma forma fantástica. Aliá,s a base a idéia das Estampas Eucalol, certamente, eu não tenho isso registrado em local nenhum, mas não tenho menor duvida que a base, a idéia surgiu da Liebig, porque os donos da Myrta, a Liebig tinha uma fama muito grande na Alemanha. O tamanho das estampas, o numero de série, o tamanho do álbum, a forma de colocar no álbum, é tudo igualzinho daqui, inclusive algumas séries das Estampas Eucalol foram copiadas da Liebig. Tem-se a certeza que eles conheciam, tiveram a idéia e foram muito felizes, utilizando as Estampas como meio de divulgação da empresa. Olha quase todos os meus colegas colecionavam porque principalmente a Estampa Eucalol tinha uma penetração fantástica cada caixa de sabonete eram três sabonetes, com três estampas então todo mundo tinha, praticamente, algumas estampas em casa uns se dedicavam realmente a colecionar outros não, mas você tinha um segmento fantástico de pessoas mexendo com essas estampas. Para mim a história daquelas séries da antiguidade, Historia do Brasil, tem a séries daquelas

---

9. Entrevista realizada em sua residência, em 13/08/2007, no Rio de Janeiro, RJ.

lendas Brasileiras, muitas séries eu adorava aquilo realmente eu lia aquilo tudo para mim era fantástico. Um detalhe, eu coloco isso no livro, algumas dessas séries, as idéias eles pegaram de livros publicados que eu consegui localizar num sebo em Nova York eu tenho os livros com as imagens e as Estampas Eucalol, é igualzinho.

O escritor e colecionador, nascido em 37 recorda-se de sua infância, nos idos 43, 44, 45 e o que faziam as crianças nesses anos, muito futebol, bola na rua, colecionar figurinhas.

Não, quando criança não tinha a idéia de sistema, como fazer de forma sistemática, concordável, gostava de selos, eu sempre adorei esse papelzinho de colecionar, de guardar o selo, como a vontade simplesmente de ter uma coisa organizada, mas sem maiores especulações no futuro.

As imagens das Estampas da série da humanidade, até hoje eu me lembro da cidade de Petra é uma das imagens que eu me lembro agora, com essa eleição, o Taj Mahal são coisa que já tinha nas estampas Eucalol.

Deixar registrado é uma preservação de memórias históricas. Hoje em dia muito poucas pessoas sabem o que foram as Estampas Eucalol. A não ser quem circula pelo setor de colecionismo tem conhecimento, mas as demais pessoas nem sabe que isso existia. Ai deu vontade de deixar isso registrado. Então pelo menos em termos de papel, porque a informática, a internet é um meio muito mais fácil, agora muito mais volátil então, hoje em dia, você tem um site, amanhã, não. O papel, não, esta ali aquele livro, você tem livro de duzentos anos, trezentos anos, esta ali.

As estampas praticamente todas as séries tinham uma identificação com assuntos nacionais. Acredito, talvez, eles estivessem muito agradecido ao País que os acolheu, pelo o qual eles estavam tendo sucesso empresarial. Seria uma forma de eles retribuírem essa acolhida, talvez, eu imagino.

Não, talvez na época ai talvez seja na questão de marketing porque quando eles estavam com esses anúncios tinha o sabonete Lux que falavam das estrelas e que ai tinha o foco nas estrelas de Hollywood, então talvez a Myrta contrapôs os artistas nacionais mostrando a identidade do produto com o Brasil.

Naquela época nos já estávamos falando ai "53" se existia uma agência de publicidade então deve ter sido talvez orientação questão de marketing. Mas as estampas não, as estampas começaram em 1930, os temas e a primeira série era Santos Dumont. E tem as séries de bandeiras do Brasil e tem muitas séries de assuntos brasileiros quer dizer ai foi iniciativa deles.

Vai ver que tinha uma união total então eu chamo de se preservar não serem arrastado pelos problemas que os alemães tiveram aqui durante a segunda guerra. Essa série dos produtos do Brasil é a série numero três. As três primeiras séries são de assuntos eminentemente Brasileiros, episódios nacionais, dos produtos do Brasil, Santos Dumont.

As estampas Eucalol elas foram fruto do conhecimento, do uso externo que é eram donos da Myrta. Tinha um sucesso que as Estampas Liebig tiveram na

Europa. Essas estampas Liebig, como estampas são até hoje as mais famosas do mundo, elas tiveram uma vida de cem anos, e começaram em 1865. O interessante é que no seu início, basicamente a idéia era medicinal do produto pelo extrato de carne, Liebig era considerado o pai e ele vinha desenvolvendo a muitos anos um estudo sobre a extração de concentrado da carne, o suco, mais a idéia dele era a finalidade medicinal.

Curiosamente, nessa época, o Barão de Mauá estava muito em evidência, tanto que ele fez parte da primeira diretoria da Myrta . E eles passaram então a publicar as estampas. É espantoso hoje, eu tenho muito dessas estampas a gente olha o trabalho gráfico é feito em litografia desenho em pedra invertido varias cores mais é de um primor de uma beleza, fantástica. E eles passaram a publicar estas estampas em vários países da Europa, hoje em dia é um colecionismo fabuloso, tem série da Liebig que alcança um preço razoavelmente elevado. O Estevão conheciam na Alemanha, Estados Unidos que tinha uma forma muito grande, muito conhecida. Então as Eucalol têm o mesmo tamanho, cada série são suas estampas, o formato do álbum é o mesmo, a maneira de colocar no álbum é a mesma, e algumas séries inclusive das estampas Eucalol são idênticas às séries daqui. Então eu não tenho a menor duvida que a inspiração da Eucalol vieram daqui.

Olha, colecionismo existem vários seguimentos, tinha ocasião ali que disse que o sujeito coleciona porque como não tem a possibilidade de ter amante então ele passa ter objetos, eu acho isso uma besteira. Eu a vida inteira gostei de colecionar. Comecei com selo, com gibi, com estampas Eucalol mania de guardar era uma coisa inerente a mim, passei depois pra revistas, focos de determinado, determinado focos sobre assuntos de livros, tem pessoas que gostam de quadros. A única preocupação que eu acho que deve existir naquele que coleciona é o tipo de um livro que é o ter e manter. Se você tem você tem que manter. Saber onde é que ta, cuidar daquilo que você tem isto eu acho fundamental, aspectos psicológicas ou filosóficas sobre o assunto a muita discussão assim amor a muita coisa a se falar sobre o assunto eu não tenho tempo mais, tenho que investir em outra. Não, não tenho, eu já muito, fiquei curioso, ver se havia alguma conclusão básica. Eu pessoalmente eu mostro muito da parte de memória histórica. Gosto muito das coisas antigas de preservar, preservar. Então esse tem sido dos últimos livros que eu tenho feito sempre algum tema histórico que ainda não tenha sido abordado e deixado eu acho que o livro é uma coisa perene, se você colocou no papel aquilo fica você até hoje tem desde a Bíblia isso fica ta certo. O porquê que uma pessoa coleciona? Só quem coleciona que pode dizer ela não vai colecionar lápis, aquele que colecionar lápis. Eu conheço pessoas, um coleciona arame farpado. Mais é interessante sabe que os outros não vêem há vários, o trançamento do arame farpado você tem vários tipos você trança assim, colecionava, arame farpado. Tem essa revista Retro que se lá eu vendo ali cada um algum motivo ele teve foi alguma coisa particular que ele um sujeito coleciona chaveiro, o outro coleciona coruja, os motivos são os mais. Mas é algo que ele dedica uma atenção, tem o prazer de ter aqueles objetos e pesquisar.

Que eu saiba o segmento do colecionismo no Brasil não é desenvolvido como

é outros locais. Você não pode comparar o mercado de colecionismo no Brasil com o mercado italiano, com mercado belga, não tem comparação. Eu sei que no Brasil há o comércio de estampas Eucalol, esta restrito, pessoas que eu conheço que eram comerciantes das estampas Eucalol, que tinham um estoque grande, um, faleceu há dois anos atrás. Na feira da troca eventualmente você consegue um material, mas não de uma forma sistematizada eu não conheço hoje em dia nenhum comerciante de estampa Eucalol, já houve, mas hoje não. A estampa Eucalol ela esta restrita hoje a pessoas que viveram naquela época e se lembram disso.

Optei por transcrever abaixo o texto que o senhor Dezinho enviou para participar do Concurso da Terceira Idade de Banco Real. As representações acionadas pela memória afetiva dão o tom.

### **5.2.3 José Gomes de Sá Dezinho<sup>10</sup>**

Vê-se cara, não coração.

Os primeiros anos da década de 50, ainda não tínhamos, no interior pernambucano, o instrutivo, o informativo e extraordinário passatempo, o áudio visual televisivo, isso já elimina o vídeo K7 e o DVD. Cinema somente nas grandes cidades. Até mesmo o rádio ou a radiola não eram tão populares, já que, apenas as pessoas de alto poder aquisitivo é os que podiam adquirir.

Assim sendo, ficava para as crianças e os adolescentes pobres, os quais às vezes faltava até mesmo o necessário, os divertimentos mais comuns e ao alcance de todos. O futebol com a bola de meia, a peteca de palha de milho, o carrinho de madeira e de latas, feitos quase sempre pelos próprios meninos, bolas de gude, pião, ioiô, papagaio, bonecas de pano e as mais tradicionais brincadeiras de roda. Mas havia algo que prendia sobremaneira a atenção da menina: as coleções. Colecionava-se de tudo, pois, eram abundantes as firmas a distribuírem brindes, os mais diversos, a fim de propagarem os seus produtos e os seus nomes. Mesmo as pequenas mercearias ofereciam lápis, caixa de fósforos ou chaveiros falando sobre o que era objeto de suas vendas e dando o seu endereço.

Uma certa fábrica de café distribuía dentro de suas embalagens, belíssimas cédulas coloridas como se fossem moedas de curso legal. Em muitos bombons encontrávamos figurinhas bonitas e interessantes que deveriam ser colocadas em álbuns para que ao completá-los pudéssemos trocá-los por prêmios. Em alguns casos até não davam bons prêmios, mas era gratificante consegui-los e guardá-los porque traziam fotos dos mais famosos artistas do rádio e do cinema. Havia também o corre-corre a todas as farmácias no final de cada ano, a fim de conseguir um almanaque, um dos melhores passatempos de transmissor de conhecimentos

---

10. Recebi esta crônica em um CD-Rom, do senhor José Gomes de Sá Dezinho.

na época, recheados de entretenimentos com piadas, charadas, palavras cruzadas, cartas enigmáticas, adivinhações, informações sobre-o tempo, as marés e mais um mundo de curiosidades, além é claro da divulgação do que fabricavam os laboratórios farmacêuticos. Ficaram famosos os almanaques do Biotônico Fontoura, o mais célebre de todos, o Capivarol, o Bayer, o Cabeça de Leão, ou A saúde da Mulher.

O sabonete Lever trazia nas suas caixas os retratos de artistas de cinema americano e que eram muito disputados. Porém uma coleção se destacava sobre as demais: as das estampas do sabonete Eucalol. A Perfumaria Myrta que fabricava os produtos Eucalol, talco, sabonete, creme dental, petróleo, pó de arroz, sabão barba, creme de beleza e loção facial e ainda uma infinidade de outros, com os nomes mais diversos. Distribuía as famosas estampas Eucalol, nas caixas dos sabonetes que trazia 3 delas e na do creme dental apenas uma. Eram as mais instrutivas, belas e cobiçadas figurinhas que conseguiram atravessar longos anos, pois, o início de sua publicação se deu na década de 20, e o seu encerramento no ano de 1957. Alguns de seus temas dão uma idéia de sua importância e valor cultural: Lendas do Brasil, As danças através do Mundo, curiosidades Mundiais, Celebidades da Tela, Lendas da Antiguidade, fatos decisivos na História do mundo, Uniformes do Brasil, escotismo, História do Brasil, Viagem Pitoresca através dos Continentes. Todas as outras coleções eram desfeitas, perdidas, vendidas, jogadas fora, dadas, deixadas de lado. Mas os que colecionavam as estampas Eucalol as guardavam como se guardam uma preciosidade.

E eram uma preciosidade, uma prova disso é a história contada a seguir.

Naquele longínquo ano de 1953, na cidade de Limoeiro, em Pernambuco estudávamos no Ginásio de Limoeiro, cujo diretor era o Padre Nicolau Pimentel. As quartas-feiras pela manhã tínhamos aula de Educação Física com o sargento do Exército, que dirigia o Tiro de Guerra naquele município. A sua imponente figura chamava atenção. Era alto, forte, muito alvo, rosado, parecendo alemão. Rápido e elegante no andar, o seu tórax destacava-se com a ajuda da camisa de malha, impressionava a todos. Mas havia nele algo assustador: a sua voz estentórica e que era usada a todo instante, não apenas para as ordens de direita, volver, esquerda, volver! Meia volta! Sentido! Ordinário, marche! Que todos juravam que ele proferia como ordem; ordinários, marchem! Não está tachando de medíocres pouco ou nenhum valor. Era normal chamar de moleirões, preguiçosos e ainda tinha preferência pelo termo impertinentes, quando se referia ao grupo. E essas palavras eram proferidas com a tarantava que amedrontava até os mais corajosos. Chegávamos a pensar muitas vezes que a qualquer momento ele iria nos bater. Disciplinador ao extremo, exigente com o horário de início de do término de suas aulas. Costumava fazer a chamada dos alunos antes de começar os exercícios, jamais permitindo que os retardatários o direito de participar dos mesmos. Como era rigoroso e inexorável. Certa vez ao pronunciar na chamada o nome de um aluno que não havia comparecido, ouviu: - Presente! Sendo respondido por um outro. Reconhecendo que aquela voz não era do menino chamado, forçou com ameaças a toda a turma, para que o responsável pela resposta se identificasse,

conseguindo junto ao Diretor a sua suspensão por uma semana. Era um terror. Muitas vezes, antes das suas torturantes aulas era comum, um ou outro dizer: antigamente a escola era risonha e franca, todos riam, mas nem isso tirava o medo do grupo.

No dia ao qual vou me transportar, separados que estamos do mesmo por 52 anos, estávamos todos perfilados em sentido, respondendo a chamada, quando entra um colega dando Bom Dia! Boa tarde, espistou imediatamente o sargento gritando. E logo em seguida sem esperar explicações bradou colérico, quase espumando: por que está chegando agora? Antes mesmo que a resposta lhe fosse dada, alguém do pelotão exclamou; ele estava na feira comprando estampas do sabonete Eucalol. E era a verdade. Todas as quartas feiras e sábados, dias de feiras públicas da localidade, os colecionadores iam as bancas de miudezas comprar e trocar estampas. E o faltoso era um grande colecionador das mesmas. O sargento então lança um olhar fulminante e pergunta aterrorizador com a sua voz de trovão: Quem de vocês aqui que coleciona estampas Eucalol? Silêncio tumular se fez. Uns 5 ou 6 da turma colecionavam mas mantiveram-se calados. Quem ousaria? A fera repete a indagação e eu mais com medo de que delatassem do que coragem ergui o braço direito e respondi bem baixinho: Eu coleciono!

O instrutor fixou-me com aquele olhar apavorador e berrou: Quero falar com você depois. Foi terrível! Passavam por mim e diziam, ele vai dizer que isso é coisa de mulher. Outro afirmava, ele vai dizer que tu és pederasta. Mas, alguém pedia nervoso: Não diga que são os colecionadores. E cada um trazia algo diferente, mas sempre assustador com o humilhante. A minha posição era incômoda, delicada mesmo. Era um suplício saber que dentro de alguns instantes estaria como uma ovelha frente a frente com o lobo devorador sem previsão possível do que poderia me acontecer. Todos estavam apreensivos porque os prognósticos eram os mais desagradáveis. Ao final dos exercícios, que pareciam durar uma eternidade, o instrutor aproximou-se de mim, todos olhavam expectantes e sussurrou com entonação na voz que a tornava até me língua: tenho uma coleção de estampas para vender. Quer comprá-la? Fiquei pasmo! Tivesse pensado em um milhão de coisas que ele pudesse me dizer e ainda não teria acertado. Não teria podido imaginar nunca que partisse dele uma coisa tão simples e sobretudo tão boa e dita de uma forma tão gentil. Senti-me quase seu amigo e o acompanhei até a sua residência muito contente e conversando como se fosse outra pessoa com quem eu mantivesse uma cordial e velha amizade. Durante todo o trajeto ele elogiou a sua coleção. Chamando-a de sua menina dos olhos e taxando-a como sendo a melhor, a mais bela e a mais forte recordação da sua infância. Eu estava curiosíssimo, muito desejoso de vê-la. Informou-me que começara a colecionar no ano de 1937, quando estava com 12 anos. Lembrou demonstrando sentir saudades nomes de vários garotos., seus condiscípulos e amigos que como ele colecionavam. Também comentou reticencioso e mesmo lastimoso, que só estava querendo vender o seu tesouro por motivo de ordem financeira. Quando chegamos ele me mostrou os álbuns que eram apropriados para guardar aquelas figurinhas e que eram vendidos pela própria Perfumaria Myrta, fiquei boquiaberto! Jamais tinha visto

um deles. E, ao abri-los ia ficando cada vez mais encantado com o que via. Eram estampas que nem eu nem meus colegas possuíam, por serem muito antigas, mas o estado de conservação dos mais perfeitos. Chegava a impressionar. Porém, ao tomar conhecimento do preço que ele pedia pela coleção, o mundo desmoronou sobre mim. Fui tomado de uma tristeza sem limites, seria impossível comprá-la. Não trabalhava, estava apenas com 12 anos e os meus pais eram pobres. Aquela dinheirama toda não estaria acessível nem aos filhos de pais ricos. Mesmo assim disse-lhe que iria adquirir o dinheiro.

Procurei alguns colecionadores e todos eles eram crianças como eu, falaram da impossibilidade de conseguir aquela importância, nem se nos juntássemos para isso. Senti-me desapontado e infeliz. O desespero tomou conta de todo o meu ser, ter nas mãos aquela maravilha e não poder obtê-la era uma tortura, uma situação que eu não aceitava, mas que com certeza era irreversível. Foi então que pensei em alguém, como sendo uma tábua de salvação para o naufrago. Esse alguém era a minha única esperança para conseguir o que eu tanto almejava, embora tudo estivesse contrário a concepção do meu objetivo, procurei a minha mãe. Falei-lhe do que tinha visto, da beleza da coleção e de quanto ela representava para mim. Adquiri-la seria um sonho de conto de fadas, uma conquista de tão importante, que causaria com certeza inveja a todos. A resposta como não poderia deixar de ser foi negativa. Não desisti. Roguei insistentemente, depois de mais alguns instantes, não pedia implorava. As lágrimas chegaram aos borbotões. Foi então que a minha genitora que tem o coração maior de seu corpo e pensando nessa decisão, provavelmente a minha condição de filho único, prometeu-me que ia ver se conseguia. Abracei-a com tanta força que não sei como não a machuquei. Dei-lhe centenas de beijos e lhe prometi que seria o mais obediente dos filhos e o que mais amaria sua mãe. Jamais voltei a sentir na minha vida algo mais confortador. Dias depois eu procurava o professor com a quantia pedida. Não estava em mim de contentamento. Ninguém no mundo mais feliz do que eu. No entanto, ainda mês estava reservada uma grande e imprevisível surpresa. Ao receber sorridente e em júbilos, aquela verdadeira relíquia das mãos do sargento, olhei nos seus olhos e fiquei estupefato, não podia acreditar no que estava vendo: o homem de pedra estava fragmentado; brutamontes como que tocado por uma varinha mágica estava metamorfozido.

Eu acostumado a enxergar, em seus olhos chispas que faziam tremer e, olhos que nos olhavam como que lançando fogo e enxofre, jamais poderia imaginar que um dia iria vê-los derramando tão abundantes e sentidas lágrimas. Bem que diz o velho adágio: se vê cara, mas não se vê coração.

#### **5.2.4 Athos Eichler Cardoso<sup>11</sup>**

Meu nome é Athos Eichler Cardoso, eu fiz 73 anos, no dia 12 de junho, nasci em

---

11. Entrevista realizada em sua residência, em 25/07/2007, em Brasília, DF.

1934 e peguei não exatamente a época de ouro, pelo menos não cheguei a pegar, mas peguei um rescaldo bom da época de ouro. Essa fase da história de quadrinho começou exatamente em 1934 a grande produção de quadrinhos. Eu tinha nascido, mas em 40 já estava lendo, pelo menos vendo figuras e pude testemunhar esse desenvolvimento.

Os meus pais, por parte de pai, são de origem brasileira, índio, espanhol, português e a minha mãe é de origem alemã, me criei em Porto Alegre, meu pai era militar.

Revista Argentina, agora não to lembrado o nome dela, era uma a revista argentina, meio parecida com o Tico-Tico, eu não lia mais tinha umas histórias de poesias e tinha histórias do baú que eram marcadas por umas moças que eram professoras eu não mexia muito com isso.

Agora nesse período que eu fiquei em Porto Alegre até 40 eu não me lembro das Estampas do Eucalol. Daí meu pai foi transferido para Recife e lá em Recife que eu tive contato com as Estampas Eucalol até 45, de 45 voltei de novo para Porto Alegre, de Porto Alegre eu tive mais contato ainda com as Estampas. E a Estampa era uma coisa importante na época nesse aspecto cultural, no aspecto lúdico, tinha tudo índio, as Sete Maravilhas do Mundo, que todo mundo conhecia, em função das Estampas do Eucalol, porque fora essa parte ilustrada do Tico-Tico, o Tesouro da Juventude que era muito importante.

Eu não me lembro de algo didático com riqueza de detalhes de colorido como eram as Estampas do sabonete Eucalol. Meu pai, naquela época era capitão, classe média, eu tenho a impressão que o sabonete Eucalol era um sabonete mais caro porque ele vinha já, vendia separado mas também geralmente, vinha em caixa de três sabonetes e no fundo da caixa vinham três estampas, eu tenho a impressão que era isso, mas essas estampas circulavam muito, todo mundo colecionava, era uma época que colecionavam fósforos, caixinhas de fósforos, rótulo e maço de cigarros e colavam aquilo no caderno e havia muita troca. Nesses tempos aí estava sem dúvida, foi um dado muito importante as estampas do sabonete Eucalol. Que também era muito fácil de guardar na bolsa, era durinha, guardava com facilidade e não estragava não, não amassava.

E era muito importância dela importante a estampa Eucalol, não tinha enciclopédia. Então ali era uma coisa que circulava, atraía e culturalmente era importantíssimo nessa época.

Ser criança na década de 40 era estar envolvido com essas coisas, o imaginário nosso era muito grande, era um imaginário mais importante do que o imaginário de hoje em dia, por exemplo, que é o caso do rádio. O rádio não dava limite para a sua imaginação, então você escutava o Vingador, no rádio, o Sombra, no rádio, era uma coisa de louco porque você, na revista em quadrinho ele estava ali, na imagem você não podia ir muito além, mas no rádio não tinha limite você imaginava aquilo uma grandiosidade da tua própria imaginação. Foi um período maravilhoso, que significava também ser getulista. Era na época do Getúlio. O Getúlio era nacionalista e as revistas de histórias em quadrinho davam muita ênfase ao Getúlio porque havia aquele controle, naturalmente, de papel. O Getúlio

controlava a imprensa mais pela distribuição de cópia de papel, por causa das regras de racionamento.

Com a declaração da guerra ficou uma coisa fascista não tinha juventude itine-rista e antes dela a juventude fascista a coisa foi deixada de lado, mas o Getúlio aparecia muito nas capas da revistas infantis o Globo Juvenil, Gibi. O Globo Juvenil e o Suplemento Juvenil Gibi faziam um grande proselitismo do Getúlio. E foi a época também da literatura de massa, aqueles livros da Coleção Universo, Coleção Para Todos, da Coleção Terra, Mar e Ar, do Carlos Campos, as obras-primas da literatura, de aventura, de ação, que hoje em dia chamam... a definição correta é aventura de ação e nós tínhamos tido Tarzan, Benetú, uma série de heróis um pouco também foi traduzido, um pouco do americano foi trazido para o Brasil como O Sombra, Top Savage, Monteiro Negro, Detetive que tinha isso atraía muito a atenção da juventude que vivia também por outro lado com o cine-ma com feriado e as coleções de figurinhas e o cartão da estampa Eucalol estava nesse contexto todo.

O cotidiano, estudava no colégio Farroupilha, antigo Instituto Alemão, um co-légio muito duro, muito serio, meus dois irmão estiveram no colégio publico, que, naquela época era de alto nível e, meu pai, não sei por que motivo, ele me colocou fui privilegiado de ser colocado nesse colégio que era considerado o melhor de Porto Alegre e aí a gente estudava muito você sabe que a obrigação do garoto naquela época não tinha conversa você tem é que estudar tua obrigação é estudar e era aquele estudar mesmo. Que era uma coisa assim terrível eu não me lembro bem, mais não tinha folga. E daí nos tínhamos o cinema esse cinema de domingo, o seriado que tinha no cinema no domingo era aquele sei lá, um filme às vezes dois filmes, os desenhos animados, o jornal e o seriado era parte do do-mingo do garoto da minha época. No rádio é importantíssimo também, então de manha você às vezes a escola era a tarde ou era de manha, se era de manha você estava no colégio, voltava, o colégio todos tinha aquela caderneta que colocava que recolhia na saída, meu colégio era um colégio alemão, botava em forma todo mundo no pátio cantava o Hino Nacional e depois seguia em coluna para sala de aula, tinha os intervalos, então era coisa séria, estudo era coisa seriíssima. À tarde você tinha com o dever de casa você fazia o dever de casa depois você saía quatro, cinco horas da tarde que geralmente você ia brincar. À noite você escuta-va os programas do rádio às vezes, estudava também um pouco e ia dormir. Essa rotina, com o gibi entremeadado no meio, porque gibi e ninguém escapava do gibi, aquelas folhas imensas coloridas mesmo sem saber ler atraía muito a atenção, era tipo jornal, e as vendas de verduras, na época, o verdureiro embrulhava aquilo só que você encontrava seguidamente, ali você se distraía porque a historia estava ali para você, não sabia ler, mas você via as imagens do Tarzan, do Flash Gordon, era uma coisa maravilhosa e não eram só as crianças, os adultos também liam, conheciam, acompanhavam, que tinha, realmente, umas histórias muito bem de-senhadas, uns argumentos muito bem feito só que era o modo de ver mmericano, foi uma influência terrível aqui para nós, principalmente, na parte de herói.

A influência dessas estampas Eucalol ela é praticamente permanente, determina-

do período, você tinha lá sua caixinha com as carapuças dos índios, da história do Brasil, uniformes, religiões, tinha tudo ali, então era um ponto de referência cultural para comentários sentado na calçada de noite, de tardezinha, que a gente sentava muito na calçada, e tinha a pelada também, quer dizer, tinha muito terreno baldio. A cidade ainda não era toda ocupada, então toda casa tinha um quintal que se criava galinha, eu cansei de torcer pescoço de galinha, e tirar as penas das galinhas, depois mergulhava na água fervendo. Outra coisa, cachorro, galinha e um quintal, todo mundo tinha cachorro, e tinha o terreno baldio, a gente brincava muito de soldado e mocinho, tinha muita funda, você também tinha que ter uma intimidade grande com as ferramentas, serrote, torquês, prego e martelo, porque qualquer coisa ali servia para você fazer brinquedo, caixa de sapato, foi uma parte muito importante que a gente fabricava os brinquedos, serrava pra fazer carinho de lombo, se você pegasse uma dessas esferas do rolimã, aquilo era um tesouro, dava duas, quatro para botar no carrinho de lombo, toda a família tinha uma caixa de ferramenta, torquês, aquela coisa de fazer buraco de tudo quanto era tamanho e aviãozinho de papelão você enrolava fazia os aviãozinho, pintava, botava hélice, a gente fazia muita coisa, porque os brinquedos eram muito caro, não tinha plástico, brinquedo lá geralmente era importado, helicóptero, carrinho de bombeiro que a gente ganhava no natal, época de natal, a gente ganhava isso. E tinha essas comemorações todas no Natal muito mais gente que hoje, agora esta voltando de novo mais com o folclore, o turismo esta voltando muito isso, mais naquela época era normal. O carnaval, a gente sabia que o carnaval começava muito tempo antes, começava cantar as musicas de carnaval, tinha os blocos das crianças, todo mundo fazia bloco também. Eu achava que a vida era felicíssima, não tinha televisão, não tinha computador, mas a imaginação da gente funcionava. Brincava muito de capa e espada fazia espada de madeira, e arco e flecha, bodoque principalmente. Passava as férias com meu avô, que tinha uma fazendola, pequeno agricultor e criador do Rio Grande do Sul, passava lá com ele, tinha quatorze, dezesseis, até hoje eu me arrependo, eu matava muito pica-pau, mas eu fico com remorso de ter matado muito pássaro, escondido do meu avô que meu avô não gostava que ninguém matasse. A parte do cinema também que é importantíssima. Eu creio que é só isso que eu me lembro agora.

### **5.3 O suporte pedagógico das Estampas Eucalol: nacionalismo, representações, cultura geral e imaginário**

Especialmente no âmbito das Estampas como suporte pedagógico, a fala de Athos bem como, mais adiante, a de Contreiras, sugerem reflexões.

Identidade, identidades, o eixo das manifestações culturais que, como vimos em páginas anteriores, ao longo de metamorfoses e apropriações acabam se tornando símbo-

los da identidade nacional.

No balizamento temporal recortado para esta pesquisa, os tempos de nacionalismo se incluem como um ponto de inflexão. Na verdade, ele se engendra desde as matrizes que remontam à Colônia e confluem para o *brado retumbante*. Mas será sob a égide do *slogan* “Desenvolver o Brasil” que a fisionomia da nação explicitará os mais marcantes traços de um momento em que suas cores destacarão o verde-amarelo, verde-amarelismo chamado por Chauí “mitologia verde-amarela”<sup>12</sup>.

Como vimos, ela perpassa o nosso carnaval, cujos enredos das escolas de samba deveriam se pautar na História do Brasil, se incumbe de *domesticar* a representação da figura do malandro de modo à ajustá-lo ao vetor do trabalhismo, encampa o *samba-cívico*, suporte para exaltação da Nação, enfim, um conjunto de iniciativas nas quais o Estado se ancorava sob o signo de um verde-amarelismo estridente.

Evidentemente, um outro suporte também fundamental era a educação, a instituição escolar e ali, especificamente o livro didático. Mas não apenas, já que a história oficial sempre pode encontrar outros suportes, lugares ideais de veiculação. Neste sentido, vimos também, em conjuntura anterior a aqui considerada, a importância da pintura histórica, por exemplo. Ao longo do processo, rastreando fisionomias, vimos que a tecnologia ofereceu condições para alargar o espectro dos sítios discursivos nos quais se ancora a história oficial. Refiro-me à radiodifusão educativa, a revistas como o *Sesinho* e, muito especialmente, ao universo disponibilizado pelas *Estampas Eucalol*, nas séries referentes à História do Brasil.

Em artigo que resume sua dissertação de mestrado, Fernando Sá toma como objeto de estudo a *Revista Sesinho*, veiculada pelo SESI (Serviço Social da Indústria) entre as décadas de 40 e 50<sup>13</sup>.

Inicialmente criada para um público infanto-juvenil constituído de filhos de trabalhadores, o sucesso da Revista Sesinho acabou ampliando consideravelmente o conjunto de seus leitores-mirins, que aguardavam naqueles idos dos 50, auge do sucesso da revista, a chegada dos exemplares que eram distribuídos nas escolas públicas e particula-

---

12. Marilena Chauí. op.cit. p.93.

13. Antonio Fernando Sá. *Combates entre histórias e memórias*. São Cristóvão, Aracaju: Editora UFS; Fundação Oviêdo Teixeira, 2005, p.97-160.

res<sup>14</sup>. Tratava-se de uma espécie de manual de civismo, porém, de agradável leitura e com qualidade gráfica para a época, no qual a biografia da Nação se construía com base no clássico tripé *personagens, eventos e datas*, com sua *coleção* de heróis nacionais distribuída em seções como “Vultos e Fatos”, “Você Sabe?”, havendo sempre um espaço para um narrador imaginário, o simpático “vovô Felício”, enfatizar a importância de se incluir “entre suas leituras diárias algumas páginas sobre o Brasil. Páginas que falem de sua História, que contenham a vida de seus filhos ilustres, que lembrem os costumes de sua gente, que descrevam suas regiões e suas riquezas e suas possibilidades”<sup>15</sup>.

Ora, o mesmo propósito transparecia nas séries brasileiras das Estampas Eucalol, cujos pedacinhos coloridos avidamente esperados, trocados, colecionados e guardados, davam conta de *biografar a Nação*, com o recurso da interação imagem/texto. Por ora, limito-me a lembrar que a iniciativa da Empresa Myrta, com a veiculação das Estampas acabou proporcionando um agradável *para casa*, lições estudadas com prazer, diferentemente do mesmo discurso veiculado no suporte dos sisudos livros didáticos que, por certo, não tinham o mesmo sabor.

Ludicamente, a um só tempo, brincava-se e aprendia-se, sem que percamos de vista que, o que se aprendia era uma história informada pela narrativa oficial. A este aspecto me referirei mais adiante, pois nesta parte interessa-me dar visibilidade às *Estampas Eucalol*, como instrumento pedagógico mais eficiente e agradável que a *confortável* prática das *cruzinhas*, marca terrível que, anos mais tarde se imporia nas feições do ensino da história no Brasil.

A importância de aprender e brincar e o papel das séries das Estampas como suporte para a cultura geral e ativação de imaginários, será posteriormente abordada, em seguida à fala de Contreiras, autor da música cujas *palavras-cantadas* constituem o melhor exemplo de configurações imaginárias, e a quem passo a palavra.

---

14. Obtive esta observação quanto ao alcance e sucesso da *Revista Sesinho*, e sua distribuição nas escolas, em conversa informal com a professora Thereza Negrão.

15. *Revista Sesinho*, nº 58, 1952, apud, Antonio Fernando Sá, p.118-119)

### 5.3.1 Hélio Contreiras: a memória como suporte de inspiração poética<sup>16</sup>

O meu encontro com as estampas Eucalol se deu nos anos de 1950. Morávamos numa casa muito grande, que tinha um quintal maior ainda. Então, uma família muito numerosa, nós somos ainda hoje dez irmãos. As férias nós passávamos no quintal, jaqueira, mangueira, sapotizeiro, bananeira, brincando no quintal. Porque a gente não tinha condições. Meu pai era delegacista. Meu pai para sustentar a família ele dobrava turno, então eu convivía com meu pai mais aos domingos porque quando ele saía para trabalhar muito cedo, cinco horas da manhã, eu estava dormindo, quando ele voltava tarde da noite eu também estava dormindo. E aos domingos nós nos reuníamos e ele tocava flauta, tocava violão, tinha uma tia que tocava bandolim, outra que tocava parece que bombardino. Então, a gente aos domingos à tarde, a gente fazia a chamada retreta, meu pai abria a janela da sala de visita á janela e o povo da rua ficava ouvindo, era muito bonito. Então por conta da estampas Eucalol que vinham no sabonete a gente coleciona, e eu, além do cheiro saboroso do sabonete, eu gostava muito de ler. Lá em casa se lia muito e era família socialista, se lia muito. E eu travei, então, contato com as estampas Eucalol. Colecionava, trocava com os meninos também que tinha a coleção. E particularmente me impressionou a mitologia grega, que eu conhecia, de certa forma, através de Monteiro Lobato. Os dozes trabalhos de Hércules, seu conterrâneo paulista, o grande Monteiro Lobato. Enfim aí me veio á idéia, me veio a inspiração de aproveitando aquela coleção da mitologia grega dos heróis grego, Teseu, Perseu, Hércules, eu rememorar essa época das estampas Eucalol. Então fiz essa música que saiu naturalmente e uma coisa que me angustiava era a condenação de Teseu, que foi condenado porque não foi ele que trouxe o fogo do olímpico e, portanto, foi condenado lá naqueles montes da América Central e foi um abutre que beliscava o fígado dele e tal e eu tinha uma revolta terrível contra aquilo viu. Como eu não era religioso, eu xingava Zeus, que absurdo, trouxe o fogo para a humanidade, foi condenado porque deuses eram vingativos, terrivelmente vingativo, não eram flor que se cheirasse, nem um pouco. Mais ai então também tem ligação com a professora. Quem é que não foi apaixonado pela professora? Tinha uma professora Nilda Campos, tinha uma outra também era professora Helena Parente, que era menino ou meninote e era apaixonado pela professora e ai dessa junção com a mitologia grega, com os heróis gregos, e a professora, e um purista, disse mais não é rei Lear, é rei Liar, digo mas tem que rimar. Minha ligação com estampas Eucalol vem daí. Nunca fui assim um colecionador fissurado não, eu tinha, e essa coleção eu me lembro até que eu levei parte dela para Alemanha. Os Alemães são curiosíssimos, ainda não conheciam, ficaram fissurado naquilo. Eu acabei dando lá, expliquei o que era e eles perguntaram: é sabonete Eucalol? E aí lá no Brasil ainda queria que eu desse, eu até conseguíu

---

16. Entrevista realizada em sua residência, em 11/08/2207, no Rio de Janeiro, RJ.

porque quem fabricava era aqui no Rio a Myrta que acabou falindo, faliu parece que na década de 60, por aí, mais enfim minha ligação é essa. Essa é uma música que é a atemporal, porque ela não envelhece. Eu lembro que eu estava lá cantando em Brasília, naquele restaurante muito bom, que tem uma atividade musical excelente, não sei se continua ainda, isso tem o que uns oito anos, alias, editava uma revista maravilhosa. Depois também ele parou de editar, mais como é o nome do restaurante? Era não sei o que Mineiro. Feitiço Mineiro, exatamente. E aí estava lá cantando no Feitiço Mineiro e tinha uma senhora, mais ou menos, uns quarentas anos e ela estava bem na frente e emocionada quando eu cantei Estampas Eucalol, ela não se agüentou, subiu ao palco e me abraçou me deu um beijo e disse: “essa música embalou minha filha quando ela era pequenininha”. Porque essa música não morre, ela é atemporal, eu fiz essa música o que tem uns vinte anos ou mais por aí. Mais é isso meu caro, a história é essa.

Certamente é um equívoco, elas eram pesadas demais e porque que a gente valorizava, além da imagem, era o texto. O texto que vinha atrás das estampas eram profundamente educativos, os indígenas, a História, as Maravilhas do Mundo. E eu fiquei sabendo depois que alguns dos bons escritores brasileiros, para ganhar um dinheirinho, como Ruben Braga e até parece que Fernando Sabino escreveram esses textozinhos que eram muitos bem escritos e ocupava espaço mínimo, mais se não jogava bafão. A gente colecionava, e eu me lembro que, eu morava em Brotas, no bairro de Brotas, em Salvador, e a gente, por exemplo, havia figuras raras, então para você completar a coleção, um corre-corre, quem tem quem não tem, ia de casa em casa para saber, comprou essa semana o sabonete Eucalol, o que é que veio, era mais ou menos por aí.

Não. Adolescência não. Porque eu sou filho de uma família muito politizada, não é. Você sabe que depois da guerra fria quem era socialista ou comunista era um demônio. Comunista comia criança. E eu participava muito com os irmãos velhos, e eu molecote participava do movimento estudantil, estive preso algumas vezes; que era a Associação Baiana dos Estudantes Secundários, mais aí já estava mais engrenado na atividade política, tomei muita cacetada da polícia, defendendo a Petrobras na campanha O Petróleo é Nosso. Hoje eu digo, pois devia ter aí a Petrobras me dar algum dinheiro. Porque naquele tempo quem defendia o Petróleo é Nosso era coluna, entendeu. A Campanha do Petróleo é Nosso foi uma campanha memorável. Eu me lembro que veio um geólogo americano, que era o papa da geologia, que chegou aqui, e disse que não tinha petróleo no Brasil. E o petróleo jorrou primeiro em Lobato na Bahia que é um subúrbio da Bahia. Lá um morador, uma pessoa simples foi cavar um poço, e a mulher notou que a água estava com gosto de querosene, uma água estranha. Aí ele cavou mais. Quando cavou mais, puff tem petróleo. Mais aí, na juventude, eu não me liguei mais nas estampas Eucalol não. Eu estava preocupado com outras coisas, querendo salvar o mundo, entendeu. Querendo salvar o mundo, lutando contra as injustiças sociais, eu hoje acho que não tenho nenhum arrependimento disso, mas enfim.

Eu parto do seguinte princípio. Eu acho que essa música deve ter umas seis ou sete gravações. Têm pessoas que eu nem conheço que me ligam, pedem para eu

mandar a autorização, eu passo em cartório e autorizo. Se é disco, independente, eu digo, pode gravar meu filho, não tem problema nenhum, porque eu acho que qualquer coisa que você faça é natural do ser humano querer que isso se torne público, tomem conhecimento. Então, eu já autorizei assim umas cinco, ou seis, ou sete, entendeu. Gente lá do, quem me ligou uma rapaz do interior do Amapá se podia gravar eu mandei, pode gravar. Xangai, já gravou, regravou e eu gravei também e tinha esse rapaz muito bom de Minas Gerais um grande ator, grande músico, estou com memória meio fraca, também gravou, foi gravado também, enfim. E essa reminiscência eu tenho até hoje que foi uma época, vamos chamar assim, muito gratificante. Uma família muito grande, muito fraterna. Minha mãe era uma pessoa muito inteligente, embora não fosse formada, mas estimulava muito da leitura. Dizia, olha a única coisa que vocês podem herdar é a cultura, então leiam. E realmente se lia muito. Os autores franceses, portugueses, russos, gregos, Jorge Amado, o nosso querido Monteiro Lobato, Veríssimo Graciliano Ramos, Raquel de Queiróz, Zé Lins do Rego, esse povo bom. Foi uma época boa. Depois a gente teve que lutar pela vida. Eu sou jornalista, sou aposentado, mas continuo trabalhando, continuo na ativa.

Naquela época você tinha dois meios, duas mídias, o rádio e o livro. O livro não era disponível assim. O livro infelizmente no Brasil sempre foi um pouco caro, não sei se caro ou o poder aquisitivo do povo baixo. Mas, então você tinha o rádio que tinha excelentes programas: a Rádio Nacional, o Teatro da Rádio Nacional era muito bom. Os Programas de Música Popular Brasileira, de Chorinho, etc. e tal. E eu me lembro, não sei qual era o programa que era patrocinado pelo sabonete Eucalol. Balança Mais Não Cai. Eu tenho a impressão que era.

Esse fato não conheço porque eu nasci em 35, quer dizer, e a guerra terminou em 45. Eu sei que tinha um programa patrocinado pela estampa Eucalol, que eu via, agora eu não me recordo. Talvez o nosso amigo lá que sabe tudo de música o Mayrinque Veiga, o Artur da Távola tem alguma informação. Certamente quem poderia informar sobre isso seria o saudoso Mário Lago, que morreu, foi da Rádio Nacional muitos e muitos anos. Então é isso aí.

Isso para mim é muito gratificante. Agora volte um detalhe. Essa música jamais seria popular, entre aspas, porque infelizmente o nosso povo não conhece os heróis gregos, Você fala em Teseu, Labirinto, Minotauro, etc. O povo não sabe o que é isso. Era filha de Teseu? Quem é esse Teseu? Nunca ouvi falar. Teseu, Labirinto, Ariadne, Minotauro, então fica difícil. Você imagina uma coisa dessa tocada na rádio, mas também não tocaria, mas seria incompreensível para a maioria da população que não tem informação da mitologia grega. Mais ela tem uma coisa, a própria tessitura musical e harmônica, ela é uma música que enleva. A pessoa ouve a música e se sente bem, se sente de alma elevada e eu tenho constatado isso, quando o Xangai, por exemplo, canta. Você conseguiu o DVD do Xangai?

**- Consegui.**

Mas o povo canta junto, canta junto. E essa música até hoje é o carro chefe dele, aonde ele vai o povo pede para ele cantar. Sabe que Xangai é meu compadre.

Eu sou padrinho da filha dele, da Uína. O mundo é pequeno. Eu acho que é uma coisa importantíssima o jovem, quer dizer, ter esse cuidado de resgatar a memória cultural desse país, importantíssima. Dizem que o povo tem memória curta, mas não tem. Então esse trabalho que você está fazendo é um trabalho excepcional e também meus parabéns para a professora, sua orientadora. Como é o nome dela?

- **Maria Thereza Negrão.**

Parabéns para ela também. Está bom.

Saio cantalorando a bela música de Contreiras.

### 5.3.2 “Montado no meu cavalo libertava Prometeu”

Na companhia de Contreiras encerro estas minhas andanças, um tempo em que de variadas maneiras e com diferentes suportes, busquei recompor cenários e redesenhar fisionomias. Neste trabalho de montagem, a retomada da música Estampas Eucalol, neste momento, é uma espécie de volta ao começo, pois como se recorda, ela integra o feixe de motivações que atuou como estímulo e um princípio gerador para a realização desta tese.

Se as Estampas podem ser consideradas como suporte pedagógico, este atributo acentua-se também no espectro mais amplo da cultura geral, bem como neste viés, destaca-se o seu papel de ponte na ativação de imaginários. Neste sentido, as *palavras-cantadas* de Contreiras fazem convir que ali: “as reiteradas referências à mitologia helênica bem traduzem ressonâncias dessa grade de enunciações que integra o encontro homem-mundo e que, matizando nossas representações, configuram esse ‘antiquíssimo de nós’ como indelével matriz de sentido”<sup>17</sup>.

Face aos meus objetivos, entendo que não seria o caso de retomar os versos de Contreiras como tão bem o fez Thereza Negrão ao refletir sobre “reminiscência de um imaginário engendrado numa infância”<sup>18</sup>.

---

17. Maria Thereza Negrão de Mello. “Qué qui tu tem, canário: Cultura e representação no repertório de Xangai”. In Cléria Botelho da Costa e Maria Salete Kern Machado.(orgs.) *Imaginário e História*. Brasília:Paralelo 15, 1999, p.161.

18. Idem.

Mas devo observar que as falas dos narradores, em vários momentos traduzem em prosa experiências análogas quanto à infância. No caso de Contreiras, porém, essa experiência transubstancia-se sob a forma de música e poesia, daí a troca harmoniosa entre expressão e impressão:

Estampas Eucalol  
Montado no meu cavalo  
Libertava Prometeu  
Toureava o Minotauro  
Era amigo de Teseu  
Viajava o mundo inteiro  
Nas estampas eucalol  
A sombra de um abacateiro  
Ícaro fugia do sol.  
Subia o monte Olimpo  
Ribanceira lá do quintal  
Mergulhava até netuno  
No oceano abissal  
São Jorge ia prá lua  
Lutar contra o dragão  
São Jorge quase morria  
Mas eu lhe dava a mão  
E voltava trazendo a moça  
Com quem ia me casar  
Era minha professora  
Que roubei do Rei Lear.

(Composição, Hélio Contreiras, Intérprete, Xangai)

Relendo os versos entendo que, de fato

“O poético é uma ‘troca harmoniosa entre a expressão e a impressão’, diz Valéry, operando entre a presença e a ausência, pois as forças em ação no texto poético produzem uma realidade ausente que viabiliza um ‘poética do imaginário’. O poeta define, então, a linguagem poética como apreensão sensível de uma realidade em constante renovação, que não poderia se expressar de outra forma”<sup>19</sup>.

Suspeito que para muitos, pelo menos entre os mais jovens, a força desta *poética do imaginário* os interpela, cumprindo, porém, um percurso inverso ao percorrido pelo poeta, pois chegam à Estampas Eucalol, pela via da música, em complexa e quase indissociável articulação.

Além de poeta, um excelente contador de histórias e *escrevinhador*, Contreiras lembra em saborosa crônica<sup>20</sup> a maneira pela qual ele e colegas saudavam uma juventude um respeitado mestre: “Venerando”. Penso que lhe cabe muito bem a palavra ou, para ficarmos no universo vocabular da tese, um *cavalheiro de Fina Estampa*.

### Fina Estampa

Una veredita alegre con luz de luna o de sol  
Tendida como una cinta con sus lados de arbol  
Arbol de los geranios y sonrisas con rubor  
Arbol de los claveles y las mejillas en flor  
Perfumada de magnolia rociada de mañanita  
La veredita sonrie cuando tu pie la acaricia

---

19. Maria Helena Lisboa da Cunha. *Espaço real, espaço imaginário*. Rio de Janeiro: UAPÊ, 1998, p.189.

20. Hélio Contreiras. *Conto um conto & aumento um ponto*. Rio de Janeiro: Topbooks Editora, 2005, p.25-26

Y la cuculi se ríe y la ventana se agita  
Cuando por esa vereda tu fina estampa pasea  
Fina estampa caballero  
Caballero de fina estampa  
Un lucero que sonriera bajo um sombrero  
No sonriera más hermoso  
Ni más luciera caballero  
En tu andar andar reluce la acera al andar andar  
Te lleva hacia los zaguanes y a los patios encantados  
Te lleva hacia las plazuelas y a los amores soñados  
Veredita que se arrulla con tafetanes bordados  
Tacón de chapin de seda y justes almidonados  
Es un caminito alegre con luz de luna o de sol  
Que he de recorrer cantando por si te puede alcanzar  
Fina estampa caballero quien te pudiera guardar  
Fina estampa caballero  
Caballero de fina estampa  
Un lucero que sonriera bajo um sombrero  
No sonriera más hermoso  
Ni más luciera caballero  
En tu andar andar reluce la acera al andar andar

*(Composição, Chabuca Granda, Intérprete, Caetano Veloso)*

### 5.3.3 Coleção Iluminuras II: Dialogando



Homenagem da Truça EUCALOL (SABONETE - TALCO - CREME DENTAL) pela passagem do Congresso da Fundação do Escotismo.

SÉRIE 1 - ESTAMPA 2 - ESCOTISMO

O Escotismo é uma escola de cidadania, disse Lord Baden Powell, seu fundador.

O Escotismo é um grande jogo, praticado ao ar livre, em contato com a natureza.

O MOVIMENTO ESCOTERO do Brasil é dirigido pelo "UNIAO DOS ESCOTEIROS DO BRASIL", com sede na Avenida Rio Branco 106-3 andar Rio de Janeiro.

Assim como os escoteiros, estão também os produtos Eucalol!

"SEMPRE ALERTA" - zelando pelo bem estar da família brasileira.

MYRTA S.A. Ind. Com. - caixa postal, 1966 - RIO - Edição 1957

Figuras 1



Homenagem da Truça EUCALOL (SABONETE - TALCO - CREME DENTAL) pela passagem do Congresso da Fundação do Escotismo.

SÉRIE DUPLA 12 - ESTAMPA 3 - BANDEIRANTES

GUIA OU CADETE - Veste o uniforme do Bandeirante como é simples, mas, elegante e prático. A execução da Bandeira é idêntica a do Escoteiro, em todos os moldes.

O sentimento de Honra do Bandeirante é orgânico e sua palavra merece toda confiança.

Assim como os escoteiros, estão também os produtos Eucalol!

"SEMPRE ALERTA" - zelando pelo bem estar da família brasileira.

MYRTA S.A. Ind. Com. - caixa postal, 1966 - RIO - Edição 1957

Figuras 2



Homenagem da Truça EUCALOL (SABONETE - TALCO - CREME DENTAL) pela passagem do Congresso da Fundação do Escotismo.

SÉRIE 1 - ESTAMPA 4 - ESCOTISMO

A BANDEIRA NACIONAL, sob um MÓDULO muito grande, tem comprimento de 24 metros, largura de 16 metros, e peso de 200 quilos.

O Decreto (Lei nº) 4345, de 31 de Julho de 1960, determinou as dimensões e o uso da Bandeira Nacional e o seu uso em todos os pontos do Brasil e a distribuição das estipes.

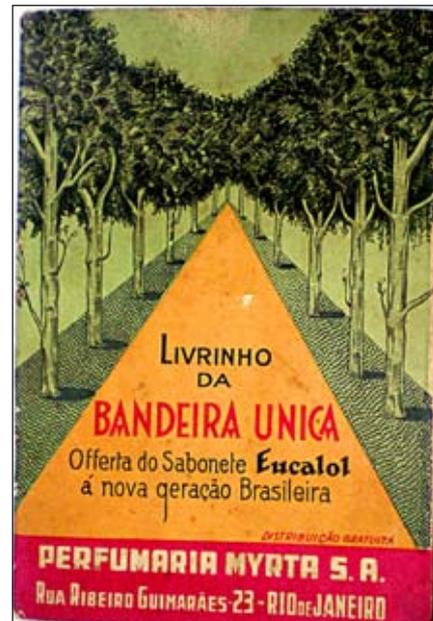
O Escoteiro deve conhecer este MÓDULO e a história da sua BANDEIRA.

Assim como os escoteiros, estão também os produtos Eucalol!

"SEMPRE ALERTA" - zelando pelo bem estar da família brasileira.

MYRTA S.A. Ind. Com. - caixa postal, 1966 - RIO - Edição 1957

Figuras 3



Figuras 4



Figuras 5

Figuras 1, 2, 3 Estampas Eucalol, acervo próprio

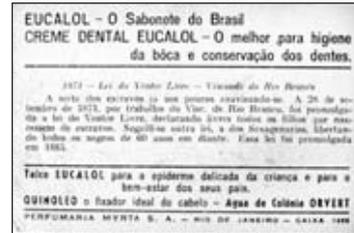
Figuras 4, 5 Livrinho da Bandeira Única, acervo próprio



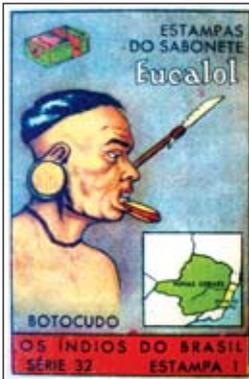
Figuras 6



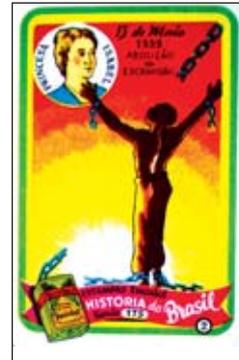
Figuras 7



Figuras 10



Figuras 8



Figuras 11



Figuras 9

Figuras 6, 7, 8, 9, 10 e 11 Estampas Eucalol, acervo próprio



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil - Fabricado com matérias escolhidas**  
Exijam a FITA VERMELHA de garantia

Quando alguém a primeira, um anjo do céu, rei de Creta, lá a Afrodite e colocou em pé na praia pública, logo depois e sete moças, que eram levadas prisioneiras, em virtude de terem os atenienses assassinado o filho do rei, que venceu os seus atenienses.

Creme Dental **EUCALOL** - o melhor para a higiene da boca.  
**QUINOLEO** garante cabelo forte em qualquer idade  
**FIXADOR IDEAL DO PENTEADO**

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1088

Figuras 12



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil - Fabricado com matérias escolhidas**  
Exijam a FITA VERMELHA de garantia

A princesa Ariadne, filha de Minos, foi visitada Teceu na prisão e enamorou-se dele. Então, às escondidas, ela lhe ofereceu uma espada e um rolo de fio de seda, afim de que ele pudesse matar o Minotauro e achar o caminho de volta, por entre os complicados corredores do labirinto, que era o lugar em que habitava o monstro.

Creme Dental **EUCALOL** - o melhor para a higiene da boca.  
**QUINOLEO** garante cabelo forte em qualquer idade  
**FIXADOR IDEAL DO PENTEADO**

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1088

Figuras 13



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil - Fabricado com matérias escolhidas**  
Exijam a FITA VERMELHA de garantia

Quando pelo fio de seda, Teceu pôde achar o caminho de volta. A mãe o aguardava, impaciente, a princesa Ariadne, que havia abandonado as guardas com vinho. Fui, é príncipe? Fui e leve-me consigo, disse-lhe a jovem.

Creme Dental **EUCALOL** - o melhor para a higiene da boca.  
**QUINOLEO** garante cabelo forte em qualquer idade  
**FIXADOR IDEAL DO PENTEADO**

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1088

Figuras 14



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil - Fabricado com matérias escolhidas**  
Exijam a FITA VERMELHA de garantia

Quando o rei Minos soube que Teceu era filho do rei de Atenas, ofereceu-lhe a liberdade, ao que o ateniense respondeu: Não, o rei! Eu vim para ficar e não regressarei antes de libertar os meus companheiros. Obtendo com os salares de Teceu, Minos mandou que o ateniense ao Minotauro, não dando ouvidos às súplicas de Ariadne, sua filha, que intercedeu pelo jovem.

Creme Dental **EUCALOL** - o melhor para a higiene da boca.  
**QUINOLEO** garante cabelo forte em qualquer idade  
**FIXADOR IDEAL DO PENTEADO**

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1088

Figuras 15



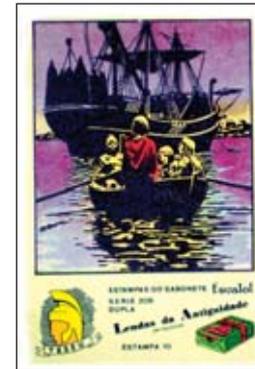
**EUCALOL - O Sabonete do Brasil - Fabricado com matérias escolhidas**  
Exijam a FITA VERMELHA de garantia

Quando o rei Minos soube que Teceu era filho do rei de Atenas, ofereceu-lhe a liberdade, ao que o ateniense respondeu: Não, o rei! Eu vim para ficar e não regressarei antes de libertar os meus companheiros. Obtendo com os salares de Teceu, Minos mandou que o ateniense ao Minotauro, não dando ouvidos às súplicas de Ariadne, sua filha, que intercedeu pelo jovem.

Creme Dental **EUCALOL** - o melhor para a higiene da boca.  
**QUINOLEO** garante cabelo forte em qualquer idade  
**FIXADOR IDEAL DO PENTEADO**

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1088

Figuras 16



**EUCALOL - O Sabonete do Brasil - Fabricado com matérias escolhidas**  
Exijam a FITA VERMELHA de garantia

Teceu, antes de partir, correu a libertar os seus companheiros e, em companhia da princesa, dirigiram-se todos para o porto, onde se aguardava o navio sábio que os trouxera. De pressa eles embarcaram e se fizeram ao largo, rumando velozmente para a pátria.

Creme Dental **EUCALOL** - o melhor para a higiene da boca.  
**QUINOLEO** garante cabelo forte em qualquer idade  
**FIXADOR IDEAL DO PENTEADO**

PERFUMARIA MYRTA S. A. - RIO DE JANEIRO - CAIXA 1088

Figuras 17

Figuras 12, 13, 14, 15, 16 e 17 Estampas Eucalol, acervo próprio



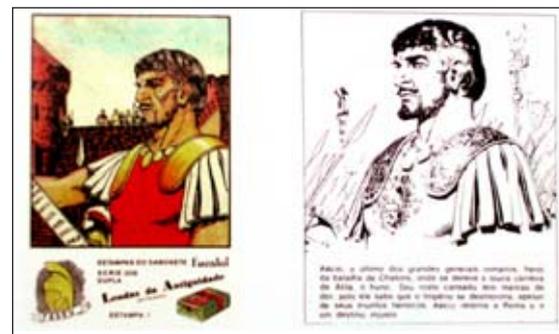
Figuras 18



Figuras 19



Figuras 20



Figuras 21



Figuras 22



Figuras 23



Figuras 24

Figuras 18 e 19 Brinquedos, acervo próprio

Figuras 20 a 24, exemplos que Gorberg cita em seu livro, onde o artista que desenhou esta série se inspirou no trabalho de Harold Foster. Samuel Gorberg, op.cit. p.219.

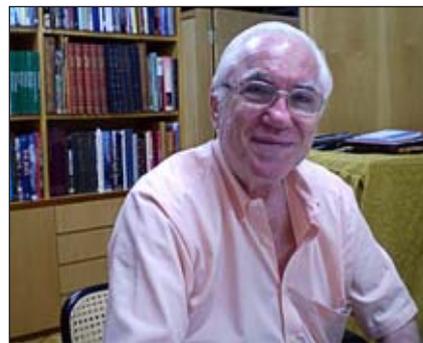
### 5.3.4 Coleção Iluminuras III: Galeria



Professora Margarida Menezes



José Roberto Diniz



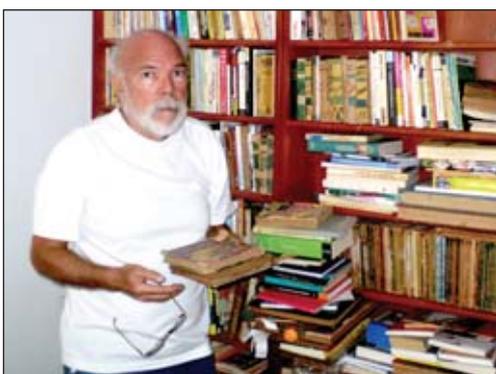
Samuel Gorberg



Helio Contreiras



Celso Lopes



Athos Cardoso



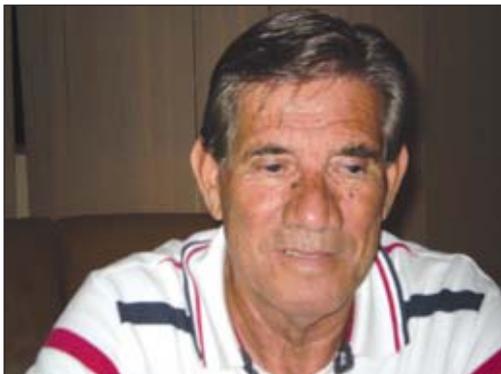
Sebastião Machado, Adão Alegre e Franklin Moreira



Zózimo Barbosa



Altino de Barros



Jurandir Farias



Luis Vasone



Lula Vieira



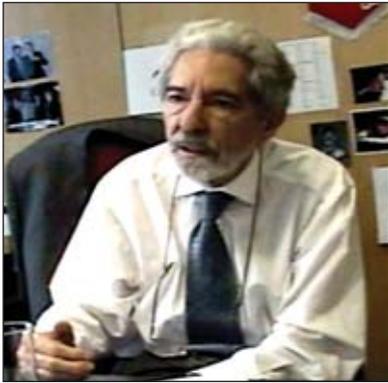
Elifas Andreato



Bruno Campos



José Martins



Luis Cama



Diamantino da Silva



Carlos Pougy



Zélio Alves



Lorenzo Baer



Julio Cosi Jr.



Mário César



Alex Periscinoto



Roberto Diaulibi



Artur da Távola

## ***FIM***

*Portanto, na realidade a sua é uma viagem  
através da memória.*

**Ítalo Calvino**

E regresso desta aventura revisitando a bagagem trazida sabendo de antemão, que muitas coisas foram esquecidas e outras tantas, como convém a toda coleção são *figurinhas difíceis* não encontradas, constatação que antes de frustrar estimula a pensar este *Fim* como um ponto de inflexão para futuras jornadas.

Mas a coleção que trouxe desta viagem pede agora uma contrastação pela via da retomada das razões pelas quais me dispus a fazê-la e mais, se as respostas que encontrei podem ser tomadas como ponte para uma reflexão final, espécie de balanço entre o resultado esperado e o obtido.

Por isso é preciso retomar o mapa/sumário do caminho percorrido e a bússola/argumentação com a qual me norteiei. Por onde andei? O que vi e o que trouxe? Por quais entrecruzamentos enveredei nas minhas andanças e que resultados obtive?

Da cidade do Rio de Janeiro, plano de observação e destino da viagem, trouxe a convicção de que se pode pensá-la como *metonímia do Brasil* e mais que os croquis de conjunturas específicas faz convir que, de fato, “escrever uma história significa atribuir aos anos a sua fisionomia”.

Os caminhos escolhidos, a meu ver, mostraram a pertinência dos entrecruzamentos entre os territórios do saber e que em seus interstícios se desvela uma encenação cotidiana na qual, de diferentes suportes os discursos em circulação podem dar o tom da ambiência do momento em múltiplas modalizações.

Busquei capturá-las, recortando aquelas que mais proximamente dialogam o meu objeto de estudo e as palavras-pólo que o circundam. Assim, tomei como eixos o suporte das Artes Gráficas e da Publicidade confiando que sua inscrição no solo histórico viria a tona de modo a permitir o rastreamento de condições de sua dinamização na cenografia carioca. Por essa via foi possível pontuar escolhas e estratégias mercadológicas adotadas pela Empresa Myrta cujos produtos de higiene, ao longo de um processo, não mais são oferecidos ao mercado, permanecendo, porém, as Estampas, artefato cultural disputado

no Tempo Presente por incansáveis colecionadores.

Verifiquei ser possível contar uma história que não se esgotasse em uma área específica pois a montagem dos enredos resultou do conjunto.

Entendo que a pesquisa mostrou também a plausibilidade quanto a fazer de um corpus iconográfico um instrumento de mediação com o texto escrito, dando visibilidade a montras criadas com o objetivo de ampliar o leque de representações e sentidos e sugeridos.

As falas dos narradores em vários momentos sublinharam a interdiscursividade com os discursos imagéticos, o *corpus* constituído de fontes secundárias e as fontes orais, indiciando convergências no fluxo representacional obtido.

Ainda com o concurso das fontes orais, trouxe também elementos que indicaram o lugar das Estampas Eucalol na memória afetiva de uma geração, além de ter sido possível inferir das falas dos profissionais interações e sintonias.

Por outra parte, o enfoque sobre as Estampas como suporte pedagógico desvelou o viés nacionalista coerente com a matriz ideológica do período e sinalizou também sua importância para a construção de um estoque de conhecimento e cultura para um público infanto-juvenil que, além de aprender brincando encontrou nas Estampas um exuberante ativador de imaginários.

Neste balanço da chegada, a memória me reconduz ao *porto/ponto de inflexão* da cidade do Rio de Janeiro no momento da *chegada do Rei*. Este primeiro desembarque ensejou-me uma permanência na cidade do Rio de Janeiro até os finais da República. A cenografia mostrou-me, por exemplo, a importância da Pintura Histórica como suporte para uma identidade nacional, e, neste aspecto, o diálogo texto e imagem, e, nesta última, Estampas, sublinharam as representações de uma arte a serviço da biografia da Nação.

No *porto* seguinte, na *Belle Époque*, encontrei-me com o Rio de Janeiro do “bota abaixo”, num cenário consoante com a matriz da idéia civilizatória, ao tempo em que, o empenho no sentido de “Consolidar a Nação” encontrava limites impostos pela própria fragilidade da nascente República. Mas naquela *vida como ela foi* os guizos dos loucos e desterritorializados anos da *Belle Époque* tupiniquim a ambiência festiva parecia dar o tom.

Observei também que naquele momento a Empresa Myrta é fundada e os reclames dos seus produtos de higiene já povoam os jornais e revistas, nos quais não aparecem

ainda figuras humanas, como ocorrerá em anos seguintes.

Dos vertiginosos anos da *Belle Époque* trouxe na bagagem um rico acervo constituído da convivência entre manifestações da cultura de elite e a cultura popular. Portanto, trouxe comigo, uma inesquecível paisagem sonora plural, imenso concerto no qual tinha um lugar o *ragtime*, o *fox-trot*, ao lado de expressões musicais brasileiras, pois o samba pede passagem. Trouxe também peças de uma indumentária cuja pluralidade de estilos fez conviver a moda antiga com a nova, resultante das transformações do estilo de vida. Vestidos longos e apertados, melindrosas descontraídas com seus cabelos cortados à *la garçone*. Tudo moderno, muito moderno e não por acaso, trouxe também as imagens as Semana de Arte Moderna, ponto de inflexão no período.

Mas, “as crises nunca foram apenas econômicas” e a *débâcle* de 1929 repercutiu seus efeitos econômicos e políticos no Brasil. A jovem e claudicante República conhece na Revolução de 30, mais um ponto de inflexão. Flagrei na fisionomia que se redesenha entre 30 e 50, o deslanche dos Meios de Comunicação de Massa e principalmente o rádio. Na esteira de uma já robusta Indústria Cultural pude montar uma história do período, percorrendo uma rede de conexões cujos elos articulam o rádio, o cinema, o teatro, o mercado fonográfico e a imprensa. Nesta, como pude perceber, o talento dos nossos artistas, jornalista do humor, garantiu uma ambiência bem-humorada e a crítica, em que pese silenciada em um momento sob o tacão do Estado Novo, com sua censura feroz.

Mas também pude observar, que a cenografia do pós-guerra trouxe os ventos da redemocratização. A matriz nacionalista agora se sublinha, fortemente ancorada nas idéias desenvolvimentistas. Sobre este período e nele, a década de 50, Hélio Jaguaribe retoriza:

década extraordinária para da decolagem para o desenvolvimento, da tomada de consciência, da nossa problemática social. Da mobilização das massas, da democracia populista, década da grande fase madura e fecunda de Getúlio Vargas e da incontível criatividade de Juscelino Kubitschek. É também década da inocência e das ilusões sobre as terríveis dificuldades sócio políticas do desenvolvimento<sup>1</sup>.

---

1. Hélio Jaguaribe, apud. Caio Navarro de Toledo. Teoria e perspectiva do ISEB. In, Reginaldo Moraes et ali (orgs.) *Inteligência Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1986.

A partir do 4<sup>o</sup> *porto*, às fontes até então utilizadas, agreguei o instrumental das fontes orais, priorizando-o. Por isso foi o momento de dar passagem aos narradores que também me acompanharam na viagem até o 5<sup>o</sup> capítulo, último *porto*. Distribuída em blocos, a tripulação dos narradores me ensinou ouvir tipógrafos, publicitários e o grupo que identifiquei, mais por conta de um ajuste organizacional, como o dos Colecionadores de Memórias. Afinal, no conjunto dos narradores a memória é o vetor comum e dela ressoam as representações que eu ouvi, destacando que a massa documental das imagens incumbiu-se de estreitar interações. “Ambos os discursos, o imagético e o oral, são portadores de memórias que se tornam história, a partir de um novo investimento de sentido por parte do historiados, cuja participação neste processo, com certeza será fruto de outras reflexões”<sup>2</sup>.

E foi o que me foi dado experimentar, aliás, nesta e em outras situações nas quais os referenciais selecionados no 1<sup>o</sup> capítulo, espécie de ante-porta da tese, iluminaram a reflexão e o modo de construção da narrativa, ainda que, intencionalmente, tenha me desobrigado da inclusão de transcrições teórica que poderiam por em risco o fluxo da narrativa. Cuidei de, conforme o tantas vezes citado Maffesoli, observar os cenários atento ao “sopro” da teoria.

As séries das Estampas Eucalol referentes ao Brasil, e o viés nacionalista que as perpassa, não escapou à memória de Athos e ensinou, da minha parte, outras tantas reflexões. Penso, por exemplo, na Estampa Bandeirantes, da série Escotismo, série dupla. Investindo em um sentido possível, me permito cogitar, que a figura da menina indicia que, diferentemente das demais figurinhas em circulação à época, o universo infanto-juvenil de receptores das Estampas, se compunha de meninos e meninas.

Chamo a atenção também para os aspectos referentes aos pontos de inflexão da vida nacional, cuja seleção nas Estampas reproduz representações que migram da narrativa oficial nos suportes dos livros didáticos. É o caso das Estampas referentes à escravidão, como as que incluí no *corpus* visual. Trata-se de uma leitura conciliadora e domesticada da escravidão e da Abolição, representações hoje revistas por muitos historiadores. Neste aspecto a questão racial em seus nexos com questões identitárias ensinou a reflexão da

---

2. Zélia de Brito Fabri Demartine.”Relatos orais e educação: o curso normal na década de 10 no interior de São Paulo. In Olga Rodrigues de Moraes Simson (org.) *Os desafios contemporâneos da História Oral*. Campinas, SP: UNICAMP, 1997, p.318.

estudiosa da Cultura Brasileira:

Pensemos [...] na questão racial, no discurso oficial e hegemônico brasileiro quanto à questão racial e que matrizes imaginárias ele aciona. Bem arrumadas na estante da memória [...] desobrigamo-nos de grandes con-torcionismos para desvelar a imagem da princesa redentora que, com uma penada, a tudo resolveu, alargando dali para frente o imenso estoque do “nós” glorioso devorado pelo discurso homogeneizante<sup>3</sup>.

Mas a constatação dos discursos parafrásticos (*Revista Sesinho*, livro didático, *Estampas Eucalol*), recebeu alguns encaminhamentos de análise no 5º capítulo e meu posicionamento quanto à questão, que reitero neste Final. Reconheço os suportes como lugares de veiculação ideológica, aparelhos em constante diálogo com o Estado. Mas, de outro ângulo de observação reconheço também o papel positivo das Estampas e do Colecionismo no jogo brincar/aprender. Neste sentido as Estampas, como suporte pedagógico, e agora referindo não só ao viés do nacionalismo, terão concorrido para a ampliação ou formação de um estoque cultural dos receptores, de uma geração, na qual meus narradores, como vimos, se incluem.

Já no incrível mundo dos gráficos observo o orgulho profissional como um denominador comum entre os meus entrevistados, em meio as críticas, condições adversas e dificuldades. Pelas artes da memória e com o suporte da história narrada por Darnton, um interlocutor desta jornada, desembarco em Paris, em 1730 e visito a Tipografia da Rua Saint-Séverin. Outro cenário, outros tempos, outra tecnologia e outros enredos e intrigas, alguns desconcertantes para um leitor do Tempo Presente, impressionado com o massacre dos gatos do patrão e da madame. Mas o estudo como um todo, sublinha também atributos de uma profissão que, atravessando temporalidades, reverberam na fala dos meus narradores, pois é uma experiência que faz convir que outrora e atualmente: “os tipógrafos, ou pelo menos os que compunham o texto, tinham que ser razoavelmente instruídos para executar seu trabalho”. E Darnton prossegue: “os tipógrafos identificavam-se com sua arte...”<sup>4</sup>.

---

3. Maria Thereza Negrão de Mello. *Clio...*, op.cit p.36.

4. Robert Darnton: *O grande Massacre dos Gatos e outras* pp.107 e 135.

Mas não pretendo me alongar por demais neste final. No caso dos narradores, o que me interessava igualmente sondar, era a interdiscursividade entre as fontes e de que modo as falas dos narradores evidenciavam tais articulações. Neste sentido, ao deixar falar os narradores, a operação ali não se encerrou, pois para mim, e espero que para o leitor, tenha ficado clara a mesma reverberação que me chegou do entrecruzamento entre discursos.

Experiências comuns mostraram sujeitos interpelados em vários momentos por lembranças análogas da infância e da juventude, filiando-se à mesma rede de sentidos, ainda que com palavras diferentes, uma “intertextualidade das semelhanças” como lembra Sant’ Anna<sup>5</sup>.

Parceiros que optei por escutar quase como um sinalizador, um escutador, como se viu *puxando prosa*, oportunidade para ouvir experiências cotidianas e aprender. Por certo não as tomei como decalques, são representações embebidas de significações imaginárias<sup>6</sup>. Não seria o caso de descrevê-las, rephraseá-las ou ismiuçá-las pois bastou-lhes a *montra* em interação com as demais fontes.

Retomo da viagem, eu mesmo me percebendo com novos traços fisionômicos. Trabalhei com modalizações da encenação cotidiana observando cenografias sempre preocupado em contar uma história sobre um artefato cultural, as Estampas Eucalol. Identifico-me com o sentimento de Meyer, pois assim me percebo:

Aventureiro e trabalhador. Garimpeiro e metódico administrador de lavras: de tudo um pouco deve ter quem é levado a trabalhar com e para a História da Cultura deste país. Ganhando de quebra, prazeres e espantos que acompanham o aleatório que ainda pode, por estas plagas, marcar a pesquisa<sup>7</sup>.

Por isso entendo este *Fim*, como um porto a mais.

---

5. Affonso Romano de Sant’Ana. *Paródia, paráfrase & Cia*. 3.e. São Paulo: Ática p.28

6. Cornelius Castoriadis. *A Instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. p.399.

7. Marlyse Meyer. *Caminhos do imaginário no Brasil*. Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

Mas devo dizer que, uma intenção futura, de certo modo me apazigua. Refiro-me à incorporação das falas dos narradores, conforme aqui apresentada como suporte para inclusão em disciplinas e programas, instrumentando um propósito informacional ou seja ampliação do estoque de conhecimento de temas sobre os quais a bibliografia disponível é ainda pequena, conforme me foi dado constatar na oportunidade da realização desta pesquisa. Quem sabe um adensamento do viés pedagógico das Estampas, ponte para futuras análises com colegas da área.

A montagem da *coleção* e a aventura que implicou construí-la em sintonia com a História Cultural, me traz de volta da viagem com a fisionomia esboçando novos traços identitários. Revendo a bagagem trazida com certa intimidade, um sentimento de pertença aflora e já não me percebo como um forasteiro no terreno da História. Mas tal sensação não obscurece a auto-crítica, atributo, aliás, do historiador. Quem sabe uma narrativa menos coloquial, tática inicialmente adotada, conforme aludi ao início, para enfrentar a teoria, e com a qual acabei me acostumando, gostando mesmo dos referenciais teóricos,. Quem sabe condutas mais operacionais evitando idas e vindas, enxugamentos seguidos de inclusões, tarefa de Sísifo, devido a ilusão de a tudo querer utilizar, quem sabe reproduções das imagens melhores, mas tais pensamentos não tiram a paixão da pesquisa, por isso valeu a pena e eis-me diante dos resultados, sem deixar de concordar com a sábia reflexão benjaminiana: “Tudo seria perfeito. Se pudéssemos fazer duas vezes as coisas”<sup>8</sup>.

---

8. Walter Benjamin. *Obras escolhidas; magia e técnica*. op.cit. p.253.

## CORPUS DOCUMENTAL

### 1. Fontes escritas

- Estante constituída de obras para embasamento histórico.
- Obras especializada
- Obras de referências, Álbuns, Revistas e Almanaque de Época
- (vide Bibliografia Referenciada)

#### • Fontes Iconográficas

- Coleção Recortada de Séries das Estampas Eucalol
- Material Visual constituído de imagens

#### • Fontes Oraís

- Conjunto constituído de narradores distribuídos entre Gráficos Publicitários, Artistas Gráficos e Colecionadores.

Zózimo Barbosa

Mário César Camargo

Adão Alegre

Franklin Moreira

Sebastião Machado

Jurandir Faria

Luis Vasone

Reginaldo Bertolla

Bruno Campos

José Martins

Lula Vieira

Altino de Barro

Luis Cama

Roberto Duailibi

Alex Periscinoto

Carlos Pougy

Júlio Cosi Jr.

Márcia Lacerda

Nélson Verón Cadena

José Luis Benício

Elifas Andreato

Zélio Alves Pinto

Álvaro de Moya

Lorenzo Baer

Diamantino da Silva

José Roberto

Celso Lopes

Margarida Thereza Nunes da Cunha Menezes

Samuel Gorberg  
José Gomes de Sá Dezinho  
Athos Eichler Cardoso.  
Hélio Contreiras

• **Fontes Fonográficas**

- Repertórios de Músicas obtido em gravações de Cds, vinil

- 1- **CHARLESTON FOREVER** – (ARR. MARCEL PETTERS). - Intérprete Corpo Musical. Banda Sinfônica da Polícia Militar do Estado de São Paulo - CD Comemorativo de 166 anos - Polícia Militar do Estado de São Paulo – MEC/Banco Real, 1997.
- 2 - **CORTA-JACA** – (CHIQUINHA GONZAGA – Domínio Público). Intérprete Conjunto Solo Brasil – CD Duplo – Projeto Uma Viagem Através da Música do Brasil. MEC/Petrobras, 1999.
- 3 – **PELO TELEFONE** – (DONGA – MÁRIO DE ALMEIDA) – Intérprete Bahiano. CD Apoteose do Samba – Volume 1, Disco 1, 1997.
- 4 - **COM QUE ROUPA** – (NOEL ROSA) Intérprete Noel Rosa. CD Apoteose do Samba – Volume 1, Disco 1, 1997.
- 5 – **O TRENZINHO DO CAIPIRA** – (HEITOR VILLA LOBOS) – Conjunto Solo Brasil – CD Duplo – Projeto Uma Viagem Através da Música do Brasil. MEC/Petrobras, 1999.
- 6 – **NÃO TEM TRADUÇÃO** – (NOEL ROSA) Intérprete Olívia Byington. CD A Dama do Encantado – Tributo a Aracy de Almeida. MEC/TELEBRAS, 1997.
- 7 – **A CASINHA PEQUENINA** – (HARM. ERNANI BRAGA) – Intérprete Bidu Sayão. CD Fascination (Gravação original de 1933), s.d.
- 8 - **ÉPOCA DE OURO** – Embaixador Lauro Moreira - Conjunto Solo Brasil – CD Duplo – Projeto Uma Viagem Através da Música do Brasil. MEC/Petrobras, 1999.
- 9 – **AQUARELA DO BRASIL** – (ARY BARROSO) Intérprete Francisco Alves, CD Apoteose do Samba – Volume 1, Disco 2, 1997.(Gravação original 1939)
- 10 – **FASCINATION** – (F.D.MARCHETTI – M. DE FÉRAUDY) – Intérprete Mado Robin - CD Fascination, s.d.
- 11 – **AS CANTORAS DO RÁDIO** – (LAMARTINE BABO – JOÃO DE BARRO – ALBERTO RIBEIRO – ANDRÉ FILHO – Música incidental Cidade Maravilhosa) Intérpretes Rosita Gonzales, Nora Nei, Carmélia Alves, Violeta Cavalcante, Ellen de Lima, Zezé Gonzaga. CD As Eternas Cantoras do Rádio. CID: 1999
- 12 – **E O MUNDO NÃO ACABOU** – (ASSIS VALENTE) Intérprete Carmen Miranda.(Gravação original 1938) CD Apoteose do Samba – Volume 1, Disco 1, 1997.
- 13 – **CECI PERI** –(PRÍNCIPE PRETINHO-HERIVELTO MARTINS) Interpretes Dalva de Oliveira e Dupla Preto e Branco (Gravação original 1937) CD Na Magia dos Antigos Carnavais, BMG: 2004.
- 14 – **ALLAH-LÁ - Ô** – (HAROLDO LOBO-NÁSSARA) Intérprete Carlos Galhardo (Gravação original 1940), CD Na Magia dos Antigos Carnavais, BMG: 2004.
- 15 – **AS TIME GOES BY** – (HERMAN RUPFELD) – Intérprete Trio Caiowás – CD Piano's Happy Hour, MOVIEPLAY BRASIL: 1991.
- 16 – **AI! QUE SAUDADES DE AMÉLIA** – (ATAULFO ALVES- MÁRIO LAGO) Intérprete

Ataulfo Alves e suas Pastoras.(Gravação original 1942) CD Apoteose do Samba – Volume 1, Disco 2, 1997.

17 – **VALSA DE UMA CIDADE** – (ANTONIO MARIA – ISMAEL NETO) Intérpretes ZÉ DA VELHA – SILVÉRIO PONTES. CD Só Gafeira!

18 – **COPACABANA** – (JOÃO DE BARRO – ALBERTO RIBEIRO) Intérprete Dick Farney. CD Convite para Ouvir Dick Farney - Disco 2 , s.d.

19 – **ENBRACEABLE YOU** (GEORGE GERSHWIN - IRA GERSHWIN) – Intérprete Chet Baker. CD Chet Baker Enbraceable you, Pacific Jazz:1995.

20 – **MANHÃ DE CARNAVAL** – (LUIS BONFÁ – ANTONIO MARIA) Intérprete Luis Bonfá. CD Apoteose do Samba – Volume 2, Disco 1, 1997.

21 - **MENINO DE BRAÇANÃ** – (LUIS VIEIRA) Intérprete Iluminuras CD Canto Gregoriano, 1994.

22 – **PERFÍDIA** – (ALBERTO DOMINGUEZ – Versão: LAMARTINE BABO) Intérprete Trio Irakitan II . CD 20 Super Sucessos. s.d.

23 – **ONLY YOU** – (BUCK RAM – A. RAND) Intérprete The Platters. CD Smoke get in your eyes. s.d.

24 – **WAVE** – (TOM JOBIM) Intérprete Wanda. CD Wanda Sá e Menescal, Eu e a Música. 1995.

25 – **NEW YORK, NEW YORK** – (J. KANDER – F.R ) Intérpretes Frank Sinatra e Tony Bennett. CD Frank Sinatra Duets, 1993.

26 – **OVER THE RAINBOW** – (H. Arlen-E.Y.Arburg) – Intérprete Judy Garland. CD Remember the hits 5. 1998.

27 – **ESTAMPAS EUCALOL** – (HÉLIO CONTREIRAS) Intérprete Xangai.

28 – **CAI, CAI BALÃO** – (DOMÍNIO PÚBLICO) CD Cantigas de Roda. Todolivro Histórias Encantadas. S.d.

29 – **RAIO DE SOL** – (GILVAN DE OLIVEIRA - FERNANDO BRANDT). Intérpretes Grupo Ponto de Partida e Meninos de Araçuaí.

**FINA ESTAMPA** – (CHABUCA GRANDA) – Intérprete Caetano Veloso. CD Fina Estampa. POLYGRAM: 1994.

**FINA ESTAMPA** – (CHABUCA GRANDA) – Intérprete Maria Dolores Pradera. Download Internet.

**LA GOULANTE DU PAUVRE JEAN (THE POOR PEOPLE OF PARIS)** – (J.ALWRENCE - M.MONNOT) – Intérprete Ray Connif e sua Oquetra e Côro. ‘S Continental, CBS: 1970.

#### • Fontes Eletrônicas

- Material obtido em *sites* (incluídos ns bibliografia)

## Bibliografia Referenciada

- ADORNO, Theodor. *Indústria Cultural e Sociedade*. 3ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BACZKO, Bronislaw. “Imaginação social”. In. *Enciclopédia Einaudi vol 5*. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1985.
- BAKHTIN, Mikhail. *A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: o contexto de François Rabelais*. São Paulo: Hucitec/UnB, 1987.
- BLOM, Philipp. *Ter e manter. Uma história íntima de colecionadores e coleções*. Rio de Janeiro: Record, 2003.
- BARATA, Mário. “As artes plásticas de 1808 a 1889” In. Sérgio Buarque de Holanda. *História Geral da Civilização Brasileira, tomo II, O Brasil Monárquico*. 3.ed. rev. DIFEL: São Paulo – Rio de Janeiro, 1976.
- BARROS, Manoel de. *Memórias inventadas: a infância*. São Paulo: Planeta, 2003.
- BASBAUM, Leôncio. *História sincera da república, (volume 2) de 1889-1930*. São Paulo: Alfa Ômega, 1976.
- BENJAMIN, Walter. *Rua de mão única*. 5ª ed., 3ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo*. 3ª ed., 2ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- \_\_\_\_\_. *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história cultural*. 10ª reimpressão. São Paulo: Brasiliense, 1996.
- \_\_\_\_\_. *A modernidade e os modernos*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro:, 1975.
- BITTENCOURT, José Neves. “Espelho da nossa história: imaginário, pintura histórica e reprodução no século XIX”. In. *Revista Tempo Brasileiro*, Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 87:57/78.out/dez 1986.
- BOSI, Ecléa. *Memória e sociedade: lembranças de velhos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.
- BOUVIER, Jean. “As crises econômicas”, in Jacques Le Goff e Pierre Nora (orgs.). *História: novas abordagens*. Rio de Janeiro: F. Alves, 1976
- BRANCO, Renato Castelo; MARTENSEN, Rodolfo Lima; REIS, Fernando (planejamen-

- to e coordenação). *História da Propaganda no Brasil*. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.
- BRAGA, José Luiz; NETO, Antonio Fausto e PORTO, Sérgio Dayrel. (orgs.) *COMPÓS/Diadorim Editora Ltda.*, 1995.
- BRESCIANI, Maria Stella M. “Cultura e História: uma aproximação possível”, in Márcia de Paiva e Maria Ester Moreira (coord.) *Cultura. Substantivo plural*. Rio de Janeiro: Centro Cultural Banco do Brasil – São Paulo: Ed. 34, 1996
- BRITO, Luiz Fernando Godoi. *Da Rua do Ouvidor ao 15 de Novembro: cotidiano e representações da cena carioca em Esaú e Jacó de Machado de Assis. (Finais do Império e Primórdios da República)*. Dissertação de Mestrado, PPGHIS/UnB, 1998.
- CADENA, Nelson Varón. *Brasil-100 Anos de Propaganda*. São Paulo: Edições Referênci, 2001.
- CALVINO, Ítalo. *As cidades invisíveis*. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.
- CANCLINI, Néstor Garcia. *Culturas híbridas*. São Paulo: EDUSP, 1998.
- CAÑIZAL, Eduardo Peñuela. “A retórica e o seu papel na interpretação de imagens”. In: *A encenação dos sentidos: mídia, cultura e política*. BRAGA, José L.; PORTO, Sérgio D., NETO, Antônio F. (orgs.) Rio de Janeiro: COMPÓS/Diadorim Editora Ltda., 1995.
- CARVALHO, Mayra de. *Elementar meu caro Watson: ressonâncias inglesas no cotidiano da cidade de São Paulo, 1870-1920*. Projeto PIBIC Premiado. Departamento de História, UnB, 2000.
- CASTORIADIS, Cornelius. *A Instituição imaginária da sociedade*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.
- CASTRO, Gustavo de (org.). *Ensaio de complexidade*. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- CATROGA, Fernando. “Memória e história”. in: PESAVENTO, Sandra Jatahy (org.). *Fronteiras do Milênio*. Porto Alegre: Ed. Universidade/UFRGS, 2001.
- CLIFFORD, James. “Colecionando arte e cultura”. In. *Revista do Patrimônio Histórico Nacional*, nº 23, 1994. Rio de Janeiro.
- CÉSAR, Guilhermino. “Poesia e prosa de ficção”. In. Boris Fausto (org.). *HGCB, Tomo 3, 4º volume. Economia e Cultura (1930-1964)*. São Paulo: DIFEL, 1984.
- CHARTIER, Roger. *A História Cultural: entre práticas e representações*. Lisboa: DIFEL, 1990.
- \_\_\_\_\_ *Formas e sentido. Cultura escrita: entre distinção e apropriação*. Campinas, SP: Mercado de Letras, 2003.

- \_\_\_\_\_ *Cultura escrita, literatura e história*. Porto Alegre: ARTMED Editora, 2001.
- \_\_\_\_\_ (org.) *Práticas da Leitura*. São Paulo: Estação Liberdade, 1996.
- \_\_\_\_\_ *A ordem dos livros: leitores, autores e bibliotecas na Europa entre os séculos XIV e XVIII*. Brasília: Editora da Universidade de Brasília, 1994.
- CHAUÍ, Marilena. *Conformismo e resistência: aspectos da Cultura Popular no Brasil*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- CLÍMACO, Mágda. *Alegres dias chorões: o choro como expressão musical no cotidiano de Brasília (1960- Tempo Presente)*. Tese de Doutorado. PPGHIS, UnB, 2008.
- CONTIER, Arnaldo D. *Imprensa e Ideologia em São Paulo 1822-1842: matizes do vocabulário político e social*. Petrópolis, RJ: Vozes; Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 1979
- COSTA, Emile Viotti da. *Da monarquia à República: momentos decisivos*. São Paulo: Ciências Humanas, 1979.
- COSTELA, Antonio F. *Comunicação: do grito ao satélite. História dos meios de comunicação*. São Paulo: Mantiqueira, 1978.
- CURVELLO, João José. “Compreender a comunicação organizacional através da auto-poiese”. In: Gustavo de Castro & Florence Dravet (orgs.). *Sob o céu da Cultura*. Brasília: Thesaurus; Casa das Musas, 2004.
- DARNTON, Robert. *O grande massacre de gatos, e outros episódios da história cultural francesa*. Rio de Janeiro: Graal, 1986.
- DEBRUN, Regis. *A conciliação e outras estratégias*. São Paulo: Brasiliense, 1983.
- DELEUZE, Gilles. *Diferença e repetição*. Rio de Janeiro: Graal, 1988.
- ECO, Umberto. *A misteriosa chama da rainha Loana*. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.
- ELIAS, Norbert. *A sociedade dos indivíduos*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1994.
- EPSTEIN, Isaac. *Gramática do poder*. São Paulo: Ática, 1993.
- FARIAS, Yaracylda Oliveira (org.). *O discurso publicitário: instrumento de análise*. Recife: Editora Universitária da UFPE, 1996.
- FERRARI, Pedro Felipe Marques Gomes. *Às voltas com a República: gesto proclamatório e práticas do espaço no cenário do Rio de Janeiro 1844-1889*. Dissertação de Mestrado, PPGHIS, UnB, Brasília, 2008.

- FERREIRA, Aurélio Buarque de Holanda. *Novo Dicionário da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, sd.
- FIORIN, José Luiz. “Polifonia textual e discursiva”. In. Diana Luz Pessoa de Barros e José Luiz Fiorin (orgs.). *Dialogismo, polifonia intertextualidade*. São Paulo: EDUSP, 1994
- FOERSTER, Heinz von. In. P.Watzlawick; P. Krieg. *El ojo del Observador*. Barcelona: Gedisa, 1994.
- FREIRE-MEDEIROS, Bianca. “You don’t have to know the language”: Hollywood inventa o Rio de Janeiro”. In. *Cadernos de Antropologia e Imagem/Universidade do Rio de Janeiro, Núcleo de Antropologia e Imagem – N.1* -(1995) Rio de Janeiro: UERJ,NAI, 1995
- GALVÃO, Walnice Nogueira. *Desconversa*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1998.
- GARRIDO, Joan Del Alcàzar i. “As fontes orais na pesquisa histórica: uma contribuição ao debate”. In. *Revista Brasileira de História*. São Paulo. ANPUH/Marco Zero, vol. 13, nº 25/26, setembro/agosto 93.
- GINSZBURG, Carlo. *O queijo e os vermos. O cotidiano e as idéias de um moleiro perseguido pela Inquisição*. São Paulo: Companhia das Letras, 1987.
- GOMES, Ana Lúcia de Abreu. *Brasília: de espaço a lugar, de sertão a capital (1956-1960)*. Tese de Doutorado, PPGHIS, UnB, 2008.
- GORBERG, Samuel. *Estampas Eucalol*. Rio de Janeiro: Samuel Gorberg, 2000.
- GOULART, Paulo Cezar Alves. *Álbum de figurinhas: configurações e história*. Dissertação de Mestrado, ECA/USP, 1989.
- HALL, Stuart. *Identidades culturais na Pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Ed., 1997.
- HELD, Jacqueline. *O imaginário no poder: as crianças e a literatura fantástica*. São Paulo: Summus, 1980.
- HOLANDA, Sérgio Buarque de. *História Geral da Civilização Brasileira, tomo II, O Brasil Monárquico*. 3.ed. rev. DIFEL: São Paulo – Rio de Janeiro, 1976.
- JAGUARIBE, Hélio, apud, Caio N. de Toledo. “Teoria e perspectiva do ISEB”. In. Reginaldo Moraes et ali (orgs). *Inteligência Brasileira*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- ISMÉRIO, Clarisse. *Mulher, moral e imaginário (1889-1930)*. Porto Alegre: EDIURGS, 1995.

- LANGE, Francisco Curt. “A música erudita na Regência e no Império”. In, Sérgio Buarque de Holanda. *História Geral da Civilização Brasileira, tomo II, O Brasil Monárquico*. 3.ed. rev. DIFEL: São Paulo – Rio de Janeiro, 1976.
- LASTÓRIA, Luiz Antonio Calmon Nabuco. *Ética , estética e cotidiano: a cultura como possibilidade de individuação*. Piracicaba, SP: Unimep,
- LEONARDI ,Victor. *Jazz em Jerusalém: inventividade e tradição na história cultural*. São Paulo: Nankin Editorial, 1999.
- LEVY, Bárbara. “O Encilhamento”. In NEUNHAUS, Paulo. *Economia brasileira: uma visão histórica*. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1974,
- LHOSA, Mário Varga. *Tia Júlia e o escrevinhador*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1978.
- LIMA, Luiz Costa. *Sociedade e discurso ficcional*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1986.
- LUSTOSA, Isabel. *O nascimento da imprensa brasileira*. 2.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2004
- OLIVEN, Ruben. *Violência e cultura no Brasil*. Petropolis,RJ: Vozes, 1989.
- ORLANDI. Eni P. *Análise do discurso: princípios & procedimentos*. Campinas,SP: Pontes, 1998.
- MACHADO, Arlindo. *O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges*. Rio de Janeiro: Marca d’Água Livraria e Editora Ltda, 2001.
- MAFESSOLI, Michel. *No fundo das aparências*. Petrópolis, RJ: Vozes, 1996  
 .....*Lógica da dominação*. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1978.
- MAINGUENEAU, Dominique. *Análise de textos de comunicação*. São Paulo: Cortez Editora, 2005.
- \_\_\_\_\_ *Cenas da enunciação*. São Paulo: Parábola Editorial, 2008.
- MEDEIROS, Bianca Freire. “You don’t have to know the language: Hollywood inventa o Rio de Janeiro”. In. *Cadernos de Antropologia e Imagem*. Universidade do Rio de Janeiro Núcleo de Antropologia e Imagem, nº 1. Rio de Janeiro: UERJ, NAI, 1995.
- MELLO, Maria T. Negrão de. “Turismo e Indústria Cultural no Brasil”. In. José Flávio S. Saraiva e Amado Luiz Cervo (orgs.) *O crescimento das Relações Internacionais no Brasil*. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais (IBRI), 2005.
- \_\_\_\_\_ “Clio, a musa da história e sua presença entre nós”. In Cléria Costa et ali. *Um passeio com Clio*. Brasília, Paralelo 15, 2002.

\_\_\_\_\_ “História Cultural como espaço de trabalho. In, Kuyumjian, Marcia de Melo Martins & Mello, Maria T. Negrão de et ali. *Os espaços da história cultural*. Brasília: Paralelo 15: 2008.

\_\_\_\_\_ *O espetáculo dos moradores do símbolo: a mobilização por Diretas-Já da perspectiva de Brasília*. Tese de Doutorado, ECA/USP, São Paulo, 1987.

MEYER, Marlyse; DIAS, Vera Santos “Página virada, descarta, de meu folhetim”. In. Lígia Averbuck (org.) *Literatura em Tempo de Cultura de Massa*. São Paulo: Nobel, 1984

MEYER, Marlyse. *Caminhos do imaginário no Brasil*. Editora da Universidade de São Paulo, 1993.

MONTENEGRO, Antonio Torres. “História oral, caminhos e descaminhos”. In. *Revista Brasileira de História*. São Paulo. ANPUH/Marco Zero, vol. 13, nº 25/26, setembro/agosto 93.

MOREIRA, Vânia Maria Losada. *Brasília: a construção da nacionalidade: um meio para muitos fins*. Vitória: EDUFES, 1998

MORIN, Edgar. *O Método III – O conhecimento do conhecimento/1*. Lisboa: Publicações Europa-América, 1970.

..... *Cultura de Massa no século XX – O Espírito do Tempo II: Necrose*. Rio de Janeiro: Forense, 1987.

MOSCOVICI, Serge. *Representações Sociais: investigações em psicologia social*. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

NAPOLITANO, Marcos. *Cultura Brasileira: utopia e massificação (1950-1980)*. 2ª ed. São Paulo: Contexto, 2004.

PAIVA, Salvyano Cavalcanti de. *Viva o rebolado: vida e morte do teatro de revista brasileiro*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1991.

PEIXOTO, Jorge. In

PENIN, Sonia. *Cotidiano e escola: a obra em construção*. 2ª ed. São Paulo: Cortez Editora, 1995.

PENNINGTON, David Rodney Lionel. *Manaus e Liverpool: uma ponte imaginária*. Tese de Doutorado, PPGHIS, UnB, 2000.

PESAVENTO, Sandra Jatthy. *História & História Cultural*. Belo Horizonte: Autêntica, 2003.

PINTO, Virgílio Noya. *Comunicação e Cultura Brasileira*. São Paulo: Ática, 1986.

- PORTA, Frederico. *Dicionário de Artes Gráficas*. Porto Alegre: Editora Globo S.A., 1958.
- POULAIN, Martine. “Cenas de leitura, na pintura, na fotografia, no cartaz, de 1881 a 1989”. In: Emmanuel Fraisse et al. *Representações e imagens da leitura*. São Paulo: Ática, 1997, p.94..
- RAINHO, Maria do Carmo Teixeira. *A cidade e a moda: novas pretensões novas distinções*. Rio de Janeiro século XIX. Brasília: EDUnB, 2002.
- RAMOS, Ricardo. *Do reclame à comunicação. Pequena história da propaganda no Brasil*. 4ª edição. São Paulo: Atual, 1987.
- RIBEIRO, Luis Filipe. *Mulheres de papel: um estudo do imaginário em José de Alencar e Machado de Assis*. Niterói, RJ: EDUFF, 1996.
- RIZZINI, Carlos. *O livro, o Jornal e a Tipografia no Brasil*. Rio de Janeiro: Cosmos, 1946.
- RAGO, Margareth & GIMENES, Renato Aluízio de Oliveira (orgs.). *Narrar o passado, repensar a história*. Campinas, SP:UNICAMP, 2000.
- RICOEUR, Paul. *A memória, a história, o esquecimento*. Campinas, SP: UNICAMP, 2007.
- ROBIN, Régine. *História e lingüística*. São Paulo: Cultrix, 1977
- RUDER, Emil. *Manual de Diseño Tipográfico*. Barcelona: Gustavo Gili, 1983.
- SÁ, Antonio Fernando. *Combates entre histórias e memórias*. São Cristóvão, Aracaju: Editora UFS,; Fundação Oviêdo Teixeira, 2005.
- SANTAELLA, Lucia e NÖTH, Winfried. *Imagem: cognição, semiótica, mídia*. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda., 1999.
- SARTI, Ingrid. “Comunicação e dependência cultural: um equívoco”. In. Jorge Werthein (org.) *Meios de Comunicação: realidade e mito*. São Paulo: Ed. Nacional, 1979.
- SAROLDI, Luiz Carlos. *Rádio Nacional: o Brasil em sintonia*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.
- SEVCENKO, Nicolau. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo: Brasiliense, 1985
- SIMSON, Olga Rodrigues de Moraes (org.). *Os desafios contemporâneos da História Oral*. Campinas/CEMEU/UNICAMP, 1996.
- SILVA, Juremir Machado. *Anjo da perdição: futuro e presente na cultura brasileira*. Por-

to Alegre: Sulina, 1996.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da imprensa no Brasil*. São Paulo: Martins Fontes, 1983.

\_\_\_\_\_. *Síntese de História da Cultura Brasileira*. 9.ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1981.

SCHWARCZ, Lilia Moritz. *As barbas do Imperador: D. Pedro II, um Monarca nos trópicos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

SUE, Roger. *El ocio*. Mexico: Fondo de Cultura Economica, 1992.

TRAVASSOS, Elizabeth. *Modernismo e Música Brasileira*. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

VIANNA, Helio. *Contribuição à História da Imprensa Brasileira*. Rio de Janeiro: MEC/INL, 1945.

VIANNA, Hermano. *O mistério do Samba*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editora. 1995.

VILLAS, Alberto. *O mundo acabou*. São Paulo: Globo, 2006.

WISNICK, José Miguel. *Sem receita*. São Paulo: Publifolha, 2004.

100 ANOS DE PROPAGANDA. São Paulo:Abril, 1980.

### **Sites**

[http://www.telemar.com.br/cardmania/not\\_mar\\_04.asp](http://www.telemar.com.br/cardmania/not_mar_04.asp)

acesso em 7 de maio 2006

[http://www.brasilcult.pro.br/saloes/Estampas\\_Eucalol/originais.htm](http://www.brasilcult.pro.br/saloes/Estampas_Eucalol/originais.htm)

acesso em 7 de maio 2006

<http://picasaweb.google.com/maurycequinel/ExposiONaBibliotecaTCEPR2006#5000520287869141010>

acesso em 29 setembro de 2006

<http://www.feiramoderna.net/2005/09/06/estampas-eucalol/>

acesso em 5 novembro 2006

[http://www.casadoposter.com.br/posters/poster\\_lista.php?start=42&cat=12](http://www.casadoposter.com.br/posters/poster_lista.php?start=42&cat=12)

acesso em 17 de novembro 2006

<http://www.projetodiscodoceranirez.com.br/10806/10801.html?cc=0.14196166555815337&jump=26>

acesso em 27 de novembro 2006

<http://www.livrarioantigo.com.br/catalogos/sextoleilao.htm>  
acesso em 14 maio de 2007

<http://www.netpropaganda.com.br/materia/?id=564>  
acesso em 14 maio de 2007

<http://www.propagandasantigas.blogspot.com.br/>  
acesso em 15 de julho 2007

<http://estetica4ano.blogspot.com/>  
acesso em 15 de julho 2007

<http://www.mubi.com.br/octopus/?sid=8&mi=DTL&dvd+estampas+eucalol+-+xangai-cg-2153>  
acesso em 18 de julho 2007

[http://www.bibi-piaf.com/estampas\\_eucalol.htm](http://www.bibi-piaf.com/estampas_eucalol.htm)  
acesso em 22 de julho 2007

<http://www.ipcoleccionismo.com.br/>  
acesso em 3 de outubro 2007

<http://www.girafamania.com.br/tudo/eucalol.html>  
acesso em 1 de novembro 2007

<http://sobredesign.wordpress.com/2007/09/04/tipografia-brasileira-no-myfonts/>  
acesso em 1 de novembro 2007

<http://www.pacc.ufrj.br/z/ano3/02/amara.htm>  
acesso em 11 de novembro 2007

<http://www.ipctv.jp/fotos/displayimage.php?album=121&pos=7>  
acesso em 17 novembro de 2007

<http://www.brasilcultura.com.br/conteudo.php?menu=115&id=928&sub=955>  
acesso em 27 de novembro 2006

[http://palavrasemeias.blogspot.com/2007\\_12\\_02\\_archive.html](http://palavrasemeias.blogspot.com/2007_12_02_archive.html)  
acesso em 10 de dezembro 2007

<http://quiosquearruda-montandon.blogspot.com/2007/11/vamos-fazer-uma-coleo-de-nostalgias.html>  
acesso em 11 de dezembro 2007

<http://speakermix.blogspot.com/2008/02/mais-jingles.html>  
acesso em 19 de março de 2008

[http://www.ilea.ufrgs.br/episteme/portal/pdf/numero20/episteme20\\_artigo\\_marshall.pdf](http://www.ilea.ufrgs.br/episteme/portal/pdf/numero20/episteme20_artigo_marshall.pdf)

acesso em 20 de dezembro 2007

<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/blog/?cat=5&paged=4>

acesso em 30 abril 2008

[http://www.migalhas.com.br/mig\\_circus.aspx?lista=S&cod=58233](http://www.migalhas.com.br/mig_circus.aspx?lista=S&cod=58233)

acesso em 5 maio de 2008

<http://glossariotipografico.blogspot.com/>

acesso em 25 agosto de 2008

<http://flickr.com/photos/21701036@N00/2768894089/>

acesso em 8 de setembro de 2008

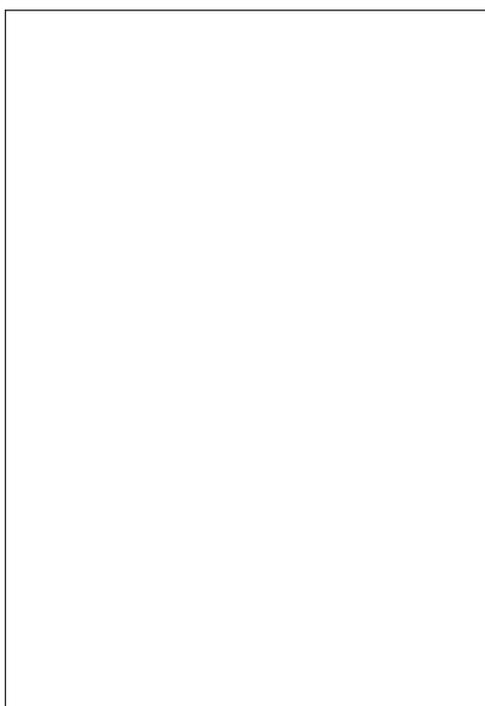
<http://www.sergiosakall.com.br/introducao/colecao.html>

acesso em 27 de setembro de 2008

<http://www.almanaquedacomunicacao.com.br/artigos/239.html>

acesso em 11 dezembro 2008

## Anexo I – Estampas Eucalol



## **Anexo II – Tabela Resumo das Estampas Eucalol**





**Anexo III – CD-Rom**

