

2 Indústria gráfica e cultura visual no século XIX

*No Brasil, a respeito das artes – nada há feito – tudo está por fazer.*²¹

Ao final do ano de 1855, Francisco de Paula Brito, poeta, jornalista, editor, tipógrafo e empresário, não parecia muito contente com a situação cultural de seu país. Mesmo após 24 anos de incansáveis e entusiasmados trabalhos prestados às letras e às artes gráficas, Paula Brito ainda encontrava forças para se lançar num dos maiores empreendimentos do ramo jamais promovidos na Corte. E com a determinação de quem achava estar tudo por fazer.²²

Nascido no Rio de Janeiro, a 2 de dezembro de 1809, começou carreira empresarial com uma pequena tipografia instalada na Praça da Constituição (antigo Largo do Rocio, atual Praça Tiradentes), em 1831. Com o passar dos anos e da necessidade, abriu outras casas e lojas em negócios diversificados, porém sempre concentrados no desenvolvimento de livros e impressos. Eram lojas de material de escritório, livraria, tipografia, litografia e editora, tais como a Tipografia Fluminense de Brito & Cia e a Tipografia Imparcial de Brito. Em 1850, no seu quadragésimo primeiro aniversário, comemorado no mesmo dia do imperador, Paula Brito fundou seu mais ousado empreendimento, a Empresa Tipográfica Dois de Dezembro de Paula Brito, com o mesmo fôlego com o qual conduzia já mais de dez lojas espalhadas desde o centro do Rio até Niterói.²³

Apesar de manter laços estreitos com o poder, Paula Brito foi especialmente reconhecido pela iniciativa própria e lisura. Sua biógrafa, Eunice Gondim, menciona um trecho de artigo de 1848 que, ao falar do estado de atraso da tipografia nacional, revelava o lado idôneo e empreendedor do editor:

“Quanto enfim à especial tipografia do Sr. Paula Brito, lê-se (...) o seguinte:

‘De todas as tipografias estabelecidas na Corte, é fato incontestável, que a do Sr. Paula Brito é a única que, não tendo, desde sua criação (1833) [sic], obtido um só favor, uma só proteção, quer do governo, quer das câmaras gerais, ou municipais, etc., tem tido admirável progresso, e tem apresentado muitos desse melhoramentos que por aí se notam, e que po-

²¹ Paula Brito (em *A Marmota Fluminense* de 14 de dezembro de 1855, p.1), apud GONDIM E.R. , *Vida e obra de Paula Brito*, p. 56.

²² *Ibid.*, pp. 10 e 13.

²³ *Ibid.*, pp. 38-39.

dem ser avaliados por qualquer obra, ainda a mais insignificante, que de seus prelos sai. Mas, digamos a verdade, que animação para isso tem tido o Sr. Paula Brito, a não ser aquela que lhe dão seus numerosos fregueses; a não ser a justiça que imparcialmente todo o mundo lhe faz? Nenhuma, absolutamente nenhuma!’²⁴

Paula Brito se iniciou nas artes gráficas quando, por volta de 1824, entrou como aprendiz de tipógrafo e impressor na Tipografia Imperial e Nacional, antiga Imprensa Régia. Passou pela oficina de R. Ogier antes de chegar na de Seignot-Plancher, fundador e editor do *Jornal do Commercio*. No jornal, além de trabalhar como compositor e diretor das prensas, Paula Brito expandiu suas atividades jornalísticas como redator, tradutor e contista.²⁵

Mas nem só de jornais viviam os principais editores e artistas daquele tempo. Periódicos e, posteriormente, as revistas ilustradas foram terrenos férteis para o florescimento da relação entre as artes literárias e gráficas na imprensa brasileira. Paula Brito participou dessa troca ao redigir e editar o primeiro periódico da Corte, *A mulher do Simplicio*, que circulou irregularmente de 1832 a 1846. Três anos depois, praticamente ao mesmo tempo em que apostava todas as fichas na Empresa Tipográfica Dois de Dezembro, ele lançou sua publicação mais importante, *A Marmota na Corte*. Já ligada aos grandes nomes da literatura brasileira da época, ficou conhecida como *A Marmota Fluminense* de 1852 até 1857, quando passou a ser simplesmente *A Marmota*.²⁶

Considerado o iniciador do movimento editorial literário no Brasil, Paula Brito viabilizou em 1843 o primeiro romance brasileiro *O Filho do Pescador*, de Teixeira e Sousa. Na época, a maioria dos autores brasileiros imprimiam suas obras na Europa, freqüentemente na França ou Portugal, em parte por restrições técnicas, em parte por questões de hábito. Prestigiando e desenvolvendo a ‘nossa tipografia’, Paula Brito formou, com os nomes mais ilustres da literatura brasileira, extensa e valiosa série de primeiras edições publicadas ao longo dos trinta anos de sua carreira de editor.²⁷

A intimidade com a *intelligentsia* oitocentista extrapolava a mera relação profissional. Joaquim Manuel de Macedo, José de Alencar, Paulino Soares de Souza, Euzébio de Queiroz, Silva Paranhos, Gonçalves de Magalhães, João Caetano, Mo-

²⁴ Artigo publicado no jornal *Iris* (tomo 2, 2º semestre de 1848, pp. 336-338, em resposta a um artigo publicado na mesma época pela revista romântica *Niterói*), apud *Ibid.*, p. 53,

²⁵ *Ibid.*, p. 16 e 18.

²⁶ *Ibid.*, pp. 18 e 21.

reira de Azevedo, Quintino Bocaiúva, Saldanha Marinho, Gonçalves Dias e Casimiro de Abreu não só frequentavam sua livraria como colaboravam com frequência para as páginas das *Marmotas*. Machado de Assis teve seu primeiro contato com o mundo editorial e intelectual quando em 1854 passou a trabalhar como revisor de provas na editora de Paula Brito. Sua iniciação literária se deu pouco depois em prosa e versos publicados na *Marmota Fluminense*. Em 1861 Paula Brito editou as duas primeiras obras daquele que viria a ser um dos maiores romancistas mundiais.²⁸

Apesar dos feitos editoriais, Gondim sugere que seu sonho não se resumia em ser impressor ou literato, mas almejava expandir a arte tipográfica. Com efeito, ao anunciar na *Marmota na Corte* a importação de ‘prelos de ferro, belas vinhetas e escolhidos florões’, Paula Brito assumiu seus desejos:

“... e por isso tem hoje o prazer de anunciar que se acha habilitado, ainda mais do que estava até aqui, para imprimir as obras mais delicadas, e de mais difícil execução, que lhe forem confiadas; pois todo o seu anelo, e principal fim, é dar à Tipografia Brasileira o mesmo desenvolvimento com que a Estrangeira faz todos os anos espantosos progressos nas nações mais civilizadas.”²⁹

Os trabalhos tipográficos de suas oficinas incluíam libretos e programas para teatro, folhetos artísticos avulsos, composições musicais impressas com cercaduras, vinhetas e desenhos, distribuídos nos seus próprios jornais. A *Marmota Fluminense* distribuía com regularidade figurinos de moda, desenhados, coloridos e reproduzidos pelo processo de cromolitografia. Inicialmente impressos na França, a partir de 1853 passaram a ser impressos com ‘rara beleza e perfeição’ no Brasil, graças à contratação de Louis Thérier, conhecido desenhista e cromolitógrafo francês.³⁰

Não se conformar com a importação do produto pronto e procurar importar o meio de produzi-lo distinguiu radicalmente a mentalidade de Paula Brito da maioria dos outros empresários. Aliás, da maioria da mentalidade brasileira oitocentista. Paula Brito pensava e agia de acordo com uma mentalidade de crescimento industrial. Ao pensar em ‘dar à Tipografia Brasileira o mesmo desenvolvimento (...) que a Estrangeira’ não lhe bastaria apenas importar peças gráficas ou clichês tipográficos prontos. Oferecer qualidade de impressão ao Brasil era, para

²⁷ Ibid, p. 45.

²⁸ Ibid, pp. 31 e 43-44.

²⁹ Paula Brito (em *A Marmota na Corte*, nº 36, de 15 de janeiro de 1850, p.1) apud Ibid., p. 52.

³⁰ Ibid, p. 52.

Paula Brito, uma questão de equipar a indústria nacional e, assim, equiparar-nos ao estrangeiro.

Provavelmente por navegar contra a corrente, por procurar ao mesmo tempo oferecer a ‘maior máquina que há no Brasil (...) que imprime tão bem, senão melhor, do que a Tipografia Nacional’ (que pertencia ao Estado e, em tese, contava com facilidades tarifárias e orçamentárias) sem querer contar com favores públicos ou proteção, Paula Brito tenha se endividado a ponto de perder todos seus bens em liquidação pública. Com a falência em 1857, a litografia que possuía na rua dos Ciganos 28 (atual rua da Constituição) passou às mãos de Louis Thérier, seu antigo empregado. Depois da morte de Paula Brito em 1861, *A Marmota* continuou sendo publicada por mais três anos, um caso raro de publicação que sobrevive sem seu fundador. O que restou das tipografias foi reunido em torno da Tipografia de Paula Brito, que permaneceu ativa pelo menos até 1875, quando sua viúva anunciou pela última vez no *Almanaque Laemmert*.³¹

É precisamente no ano de 1875 que se iniciaram os trabalhos de registro de marcas nas Juntas Comerciais por todo o Brasil. Então, o que mais aconteceu no comércio, nas fábricas e na produção gráfica brasileira que gerou a necessidade do registro e possibilitou a criação de rótulos? É o que veremos a seguir.

A imprensa e a impressão no Rio de Janeiro antes da litografia

A maioria dos livros e impressos, mesmo os comerciais, que circularam no Brasil até o início do século XIX vinham do exterior, principalmente de Portugal. O sistema monopolista imposto pela coroa portuguesa excluía a liberdade de expressão. Ou seja, qualquer produção de palavra escrita era negada e eram restritas também as reproduções de imagens, até mesmo pela pintura. A posse de prensas ou matérias-primas que indicassem a possibilidade de impressão era prontamente reprimida. Isso significa que, no Brasil, até a chegada da Corte, praticamente não se conheceu e não se exerceu a tipografia. Por outro lado, as obras de escritores brasileiros não encontravam resistência para serem produzidas e publicadas em Portugal.

³¹ Ibid, pp. 38-39, 42-43.

Dos sistemas de impressão de imagem, a gravura em madeira subsistiu graças às ilustrações populares e à clandestinidade da produção de cartas de jogar. Até mesmo os baralhos eram privilégio exclusivo da coroa. A Real Fábrica de Cartas de Jogar era a encarregada oficial do abastecimento desses impressos desde 1769. Incorporada à Imprensa Régia em 1811, permaneceu na ativa até 1823, quando terminou o monopólio.³²

Não obstante a proibição houve duas tentativas de produção impressa no Brasil colônia. Uma aconteceu por volta de 1747 e teve como protagonistas o tipógrafo português Antônio Isidoro da Fonseca e o poema impresso em louvor ao Bispo D. Fr. Antonio do Desterro Malheyro, de autoria do juiz Luiz Antonio Rosado da Cunha. O fechamento da pequena oficina tipográfica infratora se deu assim que a Mesa Censória de Lisboa soube do desacato. Em seguida, todos os governadores de províncias receberam uma carta régia lembrando-lhes da proibição das atividades de impressão no Brasil.

A outra tentativa aconteceu às vésperas da vinda da família real e provavelmente por isso não foi retaliada como a primeira. O padre Joaquim José Viegas de Menezes, gravador de metal da Oficina do Arco do Cego de Lisboa, produziu um pequeno livro de poesias pelo aniversário do governador de Minas Gerais chamado *Canto Encomiástico*. Aproveitou para isso as facilidades das quais dispunha nas oficinas da Casa do Conto, em Vila Rica. No entanto, não foi usada a tipografia, própria para textos, nem mesmo a técnica que se usava para cunhar moedas, mas sim a calcografia, gravação em metal apropriada para imagens.³³

É curioso observar que a coroa impôs mais sanções à produção de textos do que à produção de imagens. De fato, alguns textos bem difundidos (possível somente através de reprodução mecânica em grande quantidade) poderiam disseminar idéias inconvenientes ao regime vigente, mas não deixam de ser perigosas também algumas imagens bem difundidas. Provavelmente tal política concordava com a mentalidade, presente até hoje, que acredita serem a imprensa e o poder de comunicação exclusivos da palavra escrita. Vemos esse reducionismo repercutido nos estudos históricos que por muito tempo ignoraram a impressão de imagens, como objeto de estudo da História da Imprensa, e o potencial discursivo da imagem, como objeto de análise.

³² CUNHA LIMA, E.L.O., *Cinco décadas de...*, pp. 153-154.

A professora Edna Cunha Lima aponta outra lacuna nessa História oficial:

“Há indícios que a produção de impressos para o comércio, a administração pública e os serviços, elementos que marcam o crescimento e amadurecimento das cidades, ocupavam as máquinas, os impressores e os gravadores com maior frequência de que esta história costuma registrar.”³⁴

Ao privilegiar livros e gravuras artísticas como carros-chefe da produção gráfica e do consumo de impressos, a História deixou de lado uma infinidade de caminhos traçados pelos impressos ‘menos nobres’, da vida cotidiana, feitos para um fim específico, comerciais e descartáveis: os chamados efêmeros. É ignorado o fato de que os efêmeros não necessariamente seguiram as mesmas transformações dos livros e impressos artísticos. Cunha Lima exemplifica essa independência citando o trabalho do pesquisador em História do Design gráfico, John Lewis. Ele acompanhou o aparecimento de novos desenhos tipográficos tipo fantasia, ‘fenômeno provocado pelas necessidades crescentes de divulgação de produtos industrializados a partir da Revolução Industrial.’ Segundo ela, esses tipos foram criados para serem usados em efêmeros e só neles sua revolução pode ser sentida.³⁵

Voltando para a História do Brasil, o poder e uso da imprensa eram tão prioritários para o exercício do governo que a abertura da Imprensa Régia consta logo do segundo decreto que D. João VI assinou após desembarcar em terras brasileiras. Com mais de trezentos anos de atraso, finalmente conhecemos o aparelhamento técnico e instrumental que (indispensavelmente) veio na bagagem da comitiva real. A primeira impressão tipográfica realizada oficialmente no país registrou atos administrativos do regente. Como observa Cunha Lima, tratou-se também de um impresso com caráter efêmero:

“Como o primeiro impresso, datado de 13 de maio de 1808, é uma coletânea de atos administrativos com 27 páginas, denominada *Relação dos Despachos*, ficou o Brasil na situação peculiar de ter como ‘incunábulo’ um tipo de material que normalmente se definiria como efêmero!”³⁶

Até a independência do Brasil, a Imprensa Régia manteve o monopólio da impressão no Rio de Janeiro. Durante seus quatorze anos de operação mais de mil

³³ LIMA, G.C., *O Gráfico Amador*, pp. 50-52; CUNHA LIMA, E.L.O., op. cit., pp. 154-155.

³⁴ CUNHA LIMA, E.L.O., op. cit., p. 150.

³⁵ John Lewis (em *Printed Ephemera*) apud Ibid., p. 7.

³⁶ Ibid., pp. 155-156.

itens foram impressos, em sua maioria efêmeros: cartazes, folhetos, volantes, sermões, documentos do governo, entre outros. A atividade de impressão também foi amparada por outras duas instituições oficiais: o Arquivo Militar e a Estamparia de Chitas. Elas concentravam os trabalhos de gravura em madeira e metal. O Arquivo Militar, instituição importante na história da litografia, foi o responsável pela impressão de vários efêmeros de cunho administrativo, livros didáticos de medicina, direito, agricultura, economia etc., atuando também como tipografia e editora. As ilustrações desses impressos ou eram realizadas pelos gravadores empregados (provavelmente todos estrangeiros) nos casos dos retratos dos autores e dos frontispício de livros, ou eram importadas sob a forma de clichês tipográficos ou estereótipos, como são chamados.³⁷

Também teve caráter oficial a publicação do primeiro jornal no Brasil. A partir de 10 de setembro de 1808 passou a ser tirada na Imprensa Régia a *Gazeta do Rio de Janeiro* à guisa de um diário oficial. E como todo bom periódico, ainda que em início de carreira, já havia um opositor: o *Correio Braziliense* que, apesar do nome, era editado e impresso em Londres por Hipólito José da Costa. Apesar disso, a Corte teria de esperar até 1827 para conhecer o seu mais importante jornal, o *Jornal do Commercio do Rio de Janeiro*.³⁸

Obviamente, com a transposição da sede do governo do Império para o Rio de Janeiro, a demanda por imprensa e impressão crescera vertiginosamente. Todos os impressos, desde os ligados a atividades culturais e comerciais até os de ordem administrativa, acompanharam o movimento de expansão urbana, do comércio, da agricultura, das transações internacionais, dos serviços públicos e privados.

A litografia na Corte

Sobre a história da gravura no Brasil, Orlando da Costa Ferreira realizou algumas das pesquisas mais consistentes e amplas. Especialmente em relação à história da litografia, sua intensa e extensa investigação de fontes primárias, documentos e bibliografia abriu uma frente fundamental para aqueles que querem se estender no estudo das artes gráficas no país. É inspirador o comentário com o qual Costa Ferreira inicia o capítulo sobre litografia no seu *Imagem e Letra*:

³⁷ Ibid., pp. 54 e 156.

“Como se merecesse uma espécie de reparo por ter recebido tão tarde a tipografia, o Brasil conheceu a litografia logo depois de haver esta sido introduzida em caráter definitivo em alguns dos mais importantes países da Europa.”³⁹

Afinal, quais teriam sido os motivos que nos impeliram a adotarmos tão imediatamente o processo litográfico se aparentemente não tínhamos tradição gráfica? Os primeiros movimentos da chegada da litografia ao Brasil nos sugerem as razões.

O processo de impressão litográfica, inventado em 1796 por um tcheco, já era usado na França em 1814, na Espanha em 1819 e em Portugal em 1824. Fora da Europa, a litografia chegou nos EUA por volta de 1820. No Brasil, a introdução se deu antes mesmo do que em Portugal. Pelo que tudo indica, o francês Arnaud Julien Pallière trouxe a primeira aparelhagem e realizou as primeiras gravuras por volta de 1818.⁴⁰

Arnaud Julien Pallière (1783-1862) chegou ao Rio de Janeiro um ano e meio depois da Missão Artística Francesa, a 5 de novembro de 1817, o que o torna um dos mais antigos artistas estrangeiros a se fixarem no Brasil. Foi pintor da Corte, professor de desenho da Academia Real Militar e, a partir de 1822, professor de desenho e pintura em sua própria Academia de Desenho Civil e Militar. Seus desenhos estavam ligados ao círculo de poder e ao espaço público: condecorações, uniformes militares, retratos, costumes, plantas urbanísticas, etc. Foi ainda ‘pintor de história’ do Gabinete de S. M. o rei de Portugal, pintor da princesa herdeira Leopoldina e professor das infantas.⁴¹

Sete provas litográficas (entre gravuras e provas de estado) encontradas por acaso suscitaram a hipótese de Pallière ter sido o pioneiro dessa técnica por aqui. Foram elas: uma vista da cidade (1818?), um frontispício com motivo religioso (São Sebastião, 1819), uma medalha com efígie de d. Pedro (1822), dois retratos de d. Pedro I (já imperador), uma gravura de uniformes da guarda da honra do imperador (1825?) e uma alegoria fúnebre para d. João VI (1826). Entre as provas mencionadas aparece também um ‘desenho em papel para retroversão’ (etapa anterior à passagem do desenho para a pedra litográfica) das ‘primeiras etiquetas gra-

³⁸ Ibid., p. 157.

³⁹ COSTA FERREIRA, O., op cit., p. 313.

⁴⁰ Ibid., p. 313; MARZIO, P.C., op. cit., p.6.

⁴¹ COSTA FERREIRA, O., op cit., pp. 314-315.

vadas no Brasil, para os pacotes de rapé Scaferlati, de fabrico nacional.’ Seriam essas as precursoras dos rótulos que protagonizam a presente pesquisa? Teria sido o rótulo do Scaferlati o primeiro impresso em território nacional pela litografia? Essa menção de Costa Ferreira aponta alguns caminhos para a construção da história da impressão comercial no Brasil que ainda estão por ser trilhados.⁴²

Apesar dos indícios anteriores, data de 1825 o testemunho oficial do exercício da litografia em território nacional. Em aviso publicado no *Diário Fluminense* o ministro da Guerra anuncia:

“Manda S. M. o Imperador, pela Secretaria de Estados dos Negócios da Guerra, participar à Junta da Direção dos Estudos da Academia Militar que, inteirado do que expõe na sua representação de 9 do corrente, sobre a falta de estampas para os Compêndios do 6º ano, há por bem que, procedendo a mesma Junta aos necessários ajustes com o lente Pallière (sic) para tirar tais estampas pela litografia, remeta a esta Secretaria de Estado a conta de despesa, para se mandar satisfazer.”⁴³

O anúncio, ao falar em falta de gravuras revela uma demanda reprimida do recente Império do Brasil. Partindo da probabilidade de que se demandava produção e circulação de imagens para diversos fins, podemos começar a entender porque a litografia foi tão imediatamente adotada.

A litografia logo cedo aguçou a curiosidade dos diletantes da Corte, da mesma forma como mais tarde aconteceria com a fotografia. Em 1824, um manual litográfico, uma litografia portátil e suprimento de papel fizeram parte da lista de presentes enviados ao imperador por diplomatas brasileiros sediados na França. Outra remessa – que não passou despercebida por certo ministro que as classificou como ‘fúteis’ – continha a pedra litográfica e um lote de cópias impressas do desenho alegórico *D. Pedro I libertando o Brasil das garras do despotismo*, no qual uma índia semi-nua representava a nação.⁴⁴

Não foi só a nobreza que reconheceu o novo processo de impressão. Desde 1819 jornais locais veicularam anúncios alusivos à técnica litográfica, como, por exemplo, o artigo *Litographia* (publicado a 8 de junho de 1821) que mencionava o ‘primeiro livro ilustrado pela arte litográfica’. Um outro anúncio que vendia ‘mapas litografados da baía do Rio de Janeiro’ numa tabacaria carioca nos revela o nascimento do pequeno comércio de imagens que teve na litografia sua mais im-

⁴² Ibid., pp. 317 e 321.

⁴³ Ibid., p. 320.

⁴⁴ Ibid., p. 322.

portante promotora. Além da existência de compradores de impressos litografados, também se despontava um mercado de fornecedores para a produção. Em 30 de agosto de 1827, o livreiro Crémière anunciou aos cidadãos da Corte, entre artigos de escrita e desenho, tinta e lápis para litografia.⁴⁵

A introdução oficial da litografia no Brasil respondeu a um desígnio específico do Estado. O brigadeiro Joaquim Norberto Xavier de Brito, diretor do Arquivo Militar, ao contratar um novo ‘abridor geográfico’ para dar continuidade aos trabalhos cartográficos da instituição, resolveu por bem não destacá-lo para a oficina de gravura em aço existente. Decretou que se implantasse a litografia para esse fim e, entendendo que não bastava apenas importar a maquinaria, mandou buscar um mestre do ofício em terras estrangeiras.⁴⁶

Após uma série de trâmites burocráticos e ofícios despachados a diplomatas brasileiros no exterior, o Ministério dos Negócios Estrangeiros concluiu a contratação do suíço Johann Jacob Steinmann, na França. Há uma interessante particularidade nessa contratação. O orçamento previa a vinda ‘por preço razoável [de] *um* mestre’ (grifo nosso) e Steinmann fora escolhido justamente por ser o único entrevistado que detinha o conhecimento de todas as etapas do processo litográfico. Em documento escrito pelo encarregado Domingos Antonio de Sequeira, pintor e litógrafo português, ao requisitante Visconde de Pedra Branca testemunhamos essa particularidade textualmente:

“(...) achei em toda minha indagação muitos obstáculos (...) os operários apenas sabem os singelos mecanismos, e os que sabem fazer operações de preparos litográficos não sabem fazer operações de manobras, e como são ocupações que se dividem e de empregam destacadamente, tem-me sido difícil de encontrar o que finalmente achei no estabelecimento de Mr. A. Senefelder na pessoa de J. Steinmann ao qual examinei em todos os objetos litográficos, fazendo manobras em todas as operações, e achei no dito Steinmann os conhecimentos que convêm, sabendo igualmente escrever e desenhar paisagens em litografia, e conhece os vários segredos mais particulares de tintas litográficas; (...).”⁴⁷

A dificuldade em encontrar um profissional que reunisse todos os segredos da litografia foi resultado da passagem do momento artesanal para um momento no qual o grau de divisão de trabalho e do conhecimento de ofício caracterizariam o nível de industrialização de um processo produtivo. Mas, esse tema será discutido mais adiante.

⁴⁵ Ibid., pp. 323-325.

⁴⁶ Ibid., p. 326.

⁴⁷ Ibid., pp. 327-328.

Steinmann trouxe para o Brasil conhecimento adquirido no ateliê alsaciano de Engelmann e aperfeiçoado na oficina francesa de Senefelder. Desembarcou no Rio de Janeiro em 1825, trazendo diversos instrumentos de trabalho: uma prensa grande, uma prensa portátil, uma caixa com 76 folhas de zinco, dois caixilhos de ferro, quatro rolos, três peneiras, duas pedras-mármore, papel, tinta, água-forte, etc. Era necessário importar tudo.⁴⁸

Apesar do caráter oficial da empreitada, cujas expensas foram pagas pelas contas públicas, a oficina litográfica do Arquivo Militar não foi instalada na Academia Militar, mas na residência de Steinmann. A justificativa da falta de um cômodo suficientemente grande para armar a prensa e montar a oficina no prédio da instituição parece ter sido conveniente a Steinmann, que teve facilitado o uso da maquinaria para o exercício de atividades privadas.⁴⁹

O quadro de pessoal previa para a oficina três ‘desenhadores’ além de Steinmann, que solicitou ainda mais dois soldados alemães para trabalharem como operários impressores. Em 1827, compunham o quadro do Arquivo: o diretor brigadeiro Xavier de Brito, dois desenhistas, um desenhista litógrafo (alemão contratado por Steinmann, cujo nome aporuguesado era Sebastião Carlos Abelé), um litógrafo, quatro aprendizes e um impressor. Outros soldados também foram escolhidos para ‘exercitarem-se na escrita inversa sobre o papel de pedra e no desenho próprio da arte litográfica.’ Foi criada informalmente uma Escola de Litografia e assim foi-se cultivando a prática e o exercício da litografia entre nós, aproveitando aqueles que, entre os brasileiros, tinham acesso à educação e ao ensino técnico, os militares.⁵⁰

No Arquivo, oficialmente, eram impressos os trabalhos de cartografia que acompanhavam o projeto de mapeamento do país, então em curso. Também havia trabalhos de cunho militar e público, tais como as gravuras para o *Tratado elementar da arte militar e da fortificação*, para o provimento de prêmios da Academia Militar e figurinos para o Batalhão de Granadeiros. Por fora, eram impressas gravuras para obras de popularização da Ciência e da Arte, como o *Compendio científico para a mocidade brasileira*, publicação de Plancher, conhecido editor do *Jornal do Commercio*.⁵¹

⁴⁸ Ibid., p. 333.

⁴⁹ Ibid., p. 333.

⁵⁰ Ibid., p. 171, 334 e 346.

⁵¹ Ibid., p. 170 e 337.

O uso do patrimônio público para fins privados, situação ambígua de fato, se tornou de direito quando em 1828 o próprio diretor-brigadeiro publicou que a oficina passara a aceitar encomendas de trabalhos litográficos em geral. A partir de então, mapas, plantas, gravuras de matemática e de física, avisos, passaportes, conhecimentos, partituras musicais poderiam ali ser produzidos. No entanto, segundo Costa Ferreira, ‘comparando-se (...) os preços cobrados pelo Arquivo com os depois anunciados por outros litógrafos, chega-se à conclusão de que Steinmann literalmente escorchava seus clientes.’ Vantagem de quem, praticamente, detinha o monopólio da técnica.⁵²

O arranjo com a litografia oficial consolidou Steinmann como artesão independente. Quando expirou seu contrato com o governo, os fregueses que fizera no Arquivo possibilitaram-no prosseguir carreira na cidade. Abelé, que havia assumido a frente da oficina, no entanto, deixou o Brasil pouco tempo depois. Em seu lugar foi nomeado o francês Victor Larée, que permaneceu no Arquivo até 1835, quando montou oficina própria no Rio de Janeiro.⁵³

Steinmann deixou o país em 1833, depois de ter desenhado, impresso e vendido diversas obras como o ‘grande sortimento de ricos quadros e estampas; também uma coleção de cinquenta vistas litografadas do Brasil, tanto paisagens como de costumes, de índios como de negros’ ou o *Assalto à Ilha das Cobras e a Entrada na igreja de São Francisco de Paula do enterro do guarda municipal Estevão de Almeida Chaves, morto no ataque da Ilha das Cobras em 7 de Outubro de 1831*.⁵⁴

⁵² Ibid., p. 342.

⁵³ Ibid., pp. 170-172.

⁵⁴ Ibid., p. 343; Ainda sobre Steinmann no Brasil, Costa Ferreira levanta uma hipótese importante: ‘Surpreende, entretanto, que não se tivesse até agora ressaltado a mais extraordinária de suas contribuições à história da litografia no Brasil, à parte a sua posição de introdutor oficial do processo no país: ele foi um dos primeiros em toda a história e pioneiro no Novo Mundo na prática da litografia sobre zinco. Pois que outra destinação poderiam ter (...) aquelas 76 folhas de metal?’

O autor coloca em questão se as tais folhas de zinco não teriam servido como condutoras de imagem ou matrizes, isto é, como substitutas das onerosas e pesadas pedras litográficas. Steinmann tivera contato com esse aprimoramento ainda quando trabalhava com Senefelder, que usou os mesmos princípios da litografia para desenvolver a zincografia planográfica. Tal técnica é especialmente adequada às largas dimensões requeridas pela cartografia e, desenhar mapas topográficos, corográficos, geográficos e hidrográficos era a principal atividade gráfica no Arquivo Militar.

Apesar de, provavelmente, termos presenciado a técnica avançada da zincografia nos primórdios de seu nascimento, ‘o fato (...) não chegou a constituir propriamente uma notícia para a mentalidade da época (...)’ como conclui Ferreira. Ele demonstra, através de anúncios em jornais, que o processo teria ficado no anonimato até pelo menos 1844 em províncias como Pernambuco. De qualquer forma, se Steinmann trouxe as folhas de zinco com essa finalidade, provavelmente não as utilizou, pois Costa Ferreira não encontrou, em suas pesquisas, nenhuma gravura sua feita por esse processo. Ibid., p. 344-346.

Depois da saída de Steinmann o Arquivo continuou funcionando com alguns alunos da Escola de Litografia. Em 1836 o Arquivo colocou à disposição do público uma ‘aula de litografia’ e permaneceram em torno de nove os litógrafos e alunos que as freqüentavam. Um dos mais importante litógrafos vindos na Regência, o francês Pierre Victor Larée, fez parte desse quadro intermitentemente. Ele deixava o Arquivo sem aviso para conduzir seus interesses privados, mas constantemente reaparecia em seu quadro, fazendo crer que a tal Escola não teria obtido muito sucesso na formação de novos profissionais.⁵⁵

Contrastava com a suposição acima a opinião do ministro da Guerra expressa em seu relatório anual de 1840:

“[a oficina] tem sido verdadeiramente uma escola para a introdução desta arte no país, [mas] a parte que se pode considerar propriamente como tal, deverá cessar logo que um suficiente número de alunos perfeitamente habilitados possa firmar Estabelecimentos Litográfico, ficando no Nacional somente os necessários para auxiliarem e propagarem os desenhos do Arquivo Militar.”⁵⁶

Nesse trecho vemos reiterada a ação induzida pelo poder público para o crescimento da atividade litográfica nacional. O Império entendeu que lhe cabia a introdução e o fomento da litografia no país, mas que, em seguida, ela deveria caminhar pelas próprias pernas. Apesar de já existirem na cidade oficinas litográficas privadas, o Arquivo continuou trabalhando para o público em geral. Sobre a continuidade do investimento estatal, em 1866 foi impresso em cores um *Figurino do Exército*, o que comprova a implantação do sistema cromolitográfico na instituição. Por outro lado, a adoção do prelo de cilindro em 1876 significou a não adesão à litografia a vapor, já disponível. Isso sugere um estado de atraso tecnológico.

As funções da oficina litográfica do Arquivo Militar foram suspensas em 20 de outubro de 1887, segundo o decreto 3349. Suas prensas e os utensílios foram transferidos para a Imprensa Nacional e continuaram funcionando em oficinas de litografia e heliografia.⁵⁷

Os litógrafos estrangeiros, cujos ateliês e oficinas privados desenharam boa parte da história da litografia no Brasil, começaram a se fixar no Rio de Janeiro a partir do final da década de 1820.

⁵⁵ Ibid., p. 348.

⁵⁶ Ibid., p. 349.

Costa Ferreira partiu de anúncios veiculados no *Almanak Nacional do Comercio do Imperio do Brasil*, de Seignot-Plancher, para afirmar que havia na cidade ao final de 1832 quatro litografias particulares: a de Steinmann (que se confundia com a oficina pública), de Larée, de Roger e a de Rivière.⁵⁸

Armand Roger, francês, estabelecido em 1831 na Rua do Ouvidor. Último anúncio que se tem a seu respeito é o de mudança para a rua São José no mesmo ano. Édouard Phillippe Rivière, ex-aluno da Academie de Peinture de Paris, anunciou-se como ‘pintor francês, (...), professor de desenho de paisagem, de pintura a óleo e a têmpera, perspectiva, e faz retratos’ em 1826. Estabeleceu-se aqui como professor de desenho de colégios particulares. Em 1832 se associou ao jovem Frederico Guilherme Briggs e ofereceu pela primeira vez os serviços de sua Litographia Fluminense. Contando com outro colaborador, imprimiram litografias como a obra pictórica *O Naufrágio de Caramuru ou o Homem do Fogo*, cartas de visitas, etiquetas, letras, mapas, músicas, caricaturas, ‘costumes de pretos e vistas do país.’ A última notícia a seu respeito, datada de 1833, foi publicada no *Diario do Rio de Janeiro*.⁵⁹

Larée oferecia seus serviços desde 1832 quando estava no Arquivo Militar. Com o fim das outras duas, até 1837 o público carioca foi atendido praticamente apenas por sua oficina e pela litografia oficial. Larée fundou a Litographia do Commercio sob a firma V. Larée & Cia., que visava sobretudo aos impressos comerciais. Não encontrando entre os brasileiros ninguém apto a exercer os trabalhos da litografia, foi à França e ao retornar publicou:

“O proprietário da Litographia do Commercio desta Capital, vendo que o seu estabelecimento carecia dum escrevente capaz de desempenhar os seus deveres nesta arte, mandou vir um litógrafo de fora, com quem tem se associado. (...) os dois sócios, com a firma Victor e Guerrin, executarão todas as obras pertencentes à litografia, tais como circulares, fac-símiles, conhecimentos, letras de câmbio, faturas, bilhetes *d’endresse*, bilhetes de visita, cartas geográficas, planos topográficos, vinhetas, letreiros, música etc.”⁶⁰

É notável uma grande inclinação à produção de efêmeros e impressos comerciais, antes realizada mais timidamente pela gravura em metal. Apesar da importação de um sócio e da ênfase na ligação com o comércio, Larée mantinha outro estabelecimento com o mesmo perfil. Assinava ‘Victor’ na firma da Litogra-

⁵⁷ Ibid., pp. 349 e 410-411.

⁵⁸ Ibid., p. 353.

⁵⁹ Ibid., pp. 355-357.

phia do Commercio. Ao outro empreendimento, a Litographia Imperial, ele associou o nome ‘Larée’ e seu cargo como impressor do Arquivo Militar, bem como sua atribuição honorífica de ‘litógrafo de Sua Majestade Imperial.’ Curiosa forma de abrir concorrência num período tão pouco competitivo.

Em 1838, Larée volta a investir nos recursos humanos de seu empreendimento contratando na Alemanha o litógrafo J. Hartmann Leonhard e o encadernador Joseph Georg Mayr. A pouca oferta de especialistas no ramo fez com que menos de três meses depois de chegar à empresa contratante ambos já estivessem empregados na concorrência. Quem chegasse à Corte com conhecimento técnico era logo alvo de disputa entre as oficinas.

Dois anos depois Larée se associou rapidamente ao litógrafo prussiano Peter Ludwig. Há registros nos almanaques sobre a litografia autônoma de Larée até 1856. Em 1857 ele voltou à oficina do Arquivo Militar como ‘inspecionador das salas de gravura e impressão’ e permaneceu entre os gravadores até 1873, quando desaparecem os registros a seu respeito. O ex-sócio Ludwig em 1844 arrebatou o nome Litographia do Commercio, causando uma série de disputas e desaforos entre os dois, testemunhados por publicações em jornais que se arrastaram por vários anos. Correndo por fora, a litografia Heaton & Rensburg passava a ser reconhecida por sua ‘inigualável perícia’.⁶¹

Até 1855 contando as casas já mencionadas, havia no Rio de Janeiro treze oficinas dedicadas à litografia. As principais foram a de Larée desde 1832, Heaton & Rensburg (1840), Ludwig & Briggs (1843), Brito & Braga (1848), Paula Brito (1850), Martinet (1851), Cardoso (1851), Leuzinger (1853) e Sisson (1855).⁶²

Os anos de 1850 representaram um período marcante para a litografia carioca. Apesar da capacidade de tais oficinas para realizar trabalhos de alta qualidade, a demanda por impressão de gravuras artísticas estava em declínio. Ainda não havia surgido com toda força as ilustrações de revistas satíricas, futuros carros-chefe da indústria litográfica. Em face dessa situação instável (porém, transitória), a posição quanto à litografia no meio oficial mudou em relação àquela que outrora ha-

⁶⁰ Ibid., p. 359.

⁶¹ Ibid., pp. 359-363.

⁶² Ibid., p. 366. A data inicial da oficina de Paula Brito foi alterada em concordância com a referência obtida na obra de GONDIM.

via incentivado a abertura da oficina no Arquivo Militar. Araújo Porto Alegre, diretor da Academia Imperial de Belas-Artes, questionou em discurso de 1855:

“Convirá mais auxiliar a litografia, já plantada entre nós e com uma vida independente, ou pedir ao governo imperial uma escola de gravura em talho-doce? A litografia no seu estado atual só peca pelo desenho e a gravura está ainda na infância, mormente a gravura histórica.”⁶³

Por um lado, Porto Alegre apontou para uma litografia que, talvez, já caminhasse ‘com as próprias pernas’, conforme desejava o ministro em 1840. Porém, pela história que temos visto, a falta de especialistas e a acirrada competição pelos poucos estrangeiros que chegavam sugerem uma grande carência no ensino técnico e artístico (que ainda pecava ‘pelo desenho’) que as instituições públicas não pareciam suprir. Se por um lado começamos a sentir um alheamento do poder público, por outro, as oficinas privadas continuavam a litografar em resposta a uma demanda existente e crescente.

George Mathias Heaton, litógrafo e pintor inglês, e Eduard Rensburg, desenhista e litógrafo holandês, chegaram ao Brasil por volta de 1840 e logo fixaram endereço para sua oficina no centro do Rio. Em seguida anunciaram:

“Heaton & Rensburg têm a honra de anunciar ao respeitável público, e particularmente aos amadores das artes e ao comércio, que acabaram de abrir seu estabelecimento litográfico, na rua do Hospício 103, esquina do Beco do Fisco, onde se encarregam de todas as qualidades de obras litográficas, tanto de lápis, em gravura ou à pena; tiram e imprimem retratos, paisagens, monumentos, plantas, mapas geográficos, faturas, circulares, preços correntes, cartões de visita etc. Acha-se em sua casa papel e tinta autográfica de um uso tão fácil como a tinta ordinária, tendo a vantagem de o transporte sobre a pedra e a impressão se poderá [sic] se alcançar em muito pouco tempo. Os srs. amadores do desenho acharão na mesma casa pedras, lápis, tinta e todos os utensílios para o desenho sobre a pedra.”⁶⁴

Heaton e Rensburg vieram com preparo superior. Não somente detinham a fundo a técnica litográfica como eram excelentes comerciantes. Pesquisaram o mercado carioca antes de se instalarem e reconheceram a concorrência. Desenhistas-litógrafos, anunciavam obras ‘desenhadas, litografadas e publicadas no estabelecimento’, algo que nem sempre as oficinas de Larée e Briggs podiam oferecer. Se ocuparam de gravuras populares e do aprimoramento da imagem ofere-

⁶³ Ibid., p. 366.

⁶⁴ Ibid., pp. 376-377.

cida a seus clientes, o que culminou na impressão da primeira cromolitografia brasileira, em 1843.⁶⁵

Até mesmo as ‘reportagens litográficas’ tinham lugar em suas prensas: foi tirada uma gravura intitulada *As Ruínas do Palacete* representando o incêndio que consumiu o pavilhão construído para as festas da coroação em 1841. Esse tipo de reportagem litográfica, publicada com imagens dos principais acontecimentos da Corte, tinha vendagem garantida por um sistema de assinaturas estabelecido entre os clientes e as casas litográficas. Referências como essa nos levam a crer na existência de uma procura por imagens de lugares e acontecimentos que, fugazes, requisitavam um meio de rápida representação e reprodução, um meio que pudesse propagar os fatos na medida de sua sucessão. Nesse momento a litografia se mostrou o meio mais eficaz possível – veloz e de baixo custo – para a propagação dos fatos e suas imagens. E seria uma questão de pouco tempo e aprimoramento técnico para que essa produção passasse do ateliê ou da oficina para a litografia a vapor, isto é, da escala reduzida para a produção industrial.

Com a Heaton & Rensburg se inicia um capítulo importante da história da litografia e da imprensa no Brasil: o das revistas ilustradas. Em agosto de 1844, Heaton e Rensburg participaram da produção da primeira revista brasileira com caricaturas. *A Lanterna Mágica*, de Araújo Porto Alegre, cujo texto foi impresso na Typographia Francesa, trouxe caricaturas de Mendes de Carvalho gravadas e litografadas na dita oficina. Também na produção de livros a Heaton & Rensburg sobressaiu pela destreza e diversidade com que lidavam com o processo litográfico, visíveis nas cinco gravuras para a edição de 1845 de *A Moreninha* ou nas dezesseis pequenas gravuras para a edição brasileira de 1847 de *Quadros Históricos de Portugal* que chegaram a ser copiadas na edição lusitana. Foram considerados, ao lado de Paulo Robin, os melhores realizadores de mapas do Brasil e, por esse e outros feitos, foram condecorados, em 1851, com o título de litógrafos da Corte, passando a oficina a se chamar Litographia da Casa Imperial.⁶⁶

A sociedade e o sucesso duraram até 1854 quando, sem motivo aparente, Heaton deixou a firma. Apesar de só ter anunciado sua Typographia do Bazar Volante em 1862, Rensburg nunca deixou o ramo. Foi o responsável pela impressão, e algumas vezes pela edição, de alguns dos mais importantes periódicos ilus-

⁶⁵ Ibid., pp. 378-380. Falaremos mais a respeito da cromolitografia na próxima seção.

trados brasileiros. O *Ramalhete de Damas*, revista de música que durou de 1842 a 1850; a *Ilustração Brasileira*, de 1854 a 1855; a série *Bazar Volante*, de 1863 a 1867; *O Arlequim*, 1867; e parte de *A Vida Fluminense*, 1868 a 1875, também ficaram sob a responsabilidade do holandês. Em 1856, publicou o álbum *O Brasil Pitoresco e Monumental*, com 46 gravuras, sendo 45 da autoria de Pieter Godfred Bertichen, compatriota e colaborador de Rensburg. Para completar a extensa lista de produções ainda resta mencionar diversas obras musicais, mapas e atlas significativos para a história da cartografia brasileira.⁶⁷

Frederico Guilherme Briggs foi aluno de Gandjean de Montigny e Taunay quando estudou na Academia Imperial de Belas-Artes, por volta de 1829. Iniciou-se na litografia em 1832, quando em sociedade com Rivière, fundou a Litographia Fluminense. Em 1836 partiu em busca de conhecimentos técnicos que não podia adquirir aqui. Permaneceu quase dois anos em Londres estagiando na Day & Hage, uma das mais importantes oficinas inglesas. Somente em 1839 Briggs registrou na Câmara do Rio de Janeiro sua atividade e endereço como litógrafo e fez de conhecimento público a instalação de sua oficina na rua do Ouvidor.⁶⁸

Nesse período, seus trabalhos mais significativos foram uma série de vistas panorâmicas do Rio de Janeiro, impressa ainda em Londres, e a série do *Caricaturista*, com charges de Araújo Porto Alegre. Panoramas, paisagens, músicas ilustradas e ‘cenas populares’, como eram chamadas caricaturas de acontecimentos urbanos, também eram freqüentemente impressas. Briggs chegou a lançar três gravuras para sua versão sobre a catástrofe do palacete.⁶⁹

Vistas panorâmicas, paisagens, gravuras comemorativas e retratos podiam ter valor de obra de arte, como gravuras artísticas. Nesses casos eram mantidas nos salões da elite ou em coleções e, por isso, alguns exemplares perduraram até hoje. Letras, faturas, circulares, *addresses*, etiquetas para boticas, ao contrário, eram normalmente descartados depois de exercerem suas funções. Não obstante, a produção comercial de efêmeros parece ter sido um excelente filão para os litógrafos pois foi a ela que Briggs se dedicou após voltar do aperfeiçoamento na Europa. Abrindo concorrência explícita a Larée, antigo empreendedor do ramo, o in-

⁶⁶ Ibid., pp. 380-382.

⁶⁷ Ibid., pp. 382-383 e 386-387.

⁶⁸ Ibid., pp. 367-369.

⁶⁹ Ibid., pp. 369-370.

vestimento na melhoria da produção incluiu a compra de uma moderna prensa de cilindros, de uma tipografia para ‘não ficar dependendo de outras casas para a impressão de legendas e textos’ e o aumento de mão-de-obra especializada através da oferta de aulas para ‘aprendizes impressores, dando-lhes logo casa, comida e algum salário.’⁷⁰

A abertura da sociedade entre Briggs e Peter Ludwig (antigo sócio de Larée) ao final de 1843, e a mudança de localização da oficina favoreceram a ênfase que a recente firma Ludwig & Briggs queria dar à litografia comercial. A *Lithographia do Commercio*, conforme passou a ser anunciada depois de 1845, realizou alguns trabalhos de álbuns, como o *The Brazilian Souvenir, a selectoin of the most peculiar costumes of the Brazils*, e encartes para publicações, como algumas das gravuras da revista *Ostensor Brasileiro*, publicada entre 1845 e 1846. É provável que a ênfase na impressão de efêmeros possa ter afetado o desempenho técnico da oficina, que, aos poucos, foi perdendo capacidade de competir com a excelência gráfica de Heaton & Rensburg. Mesmo tendo sofrido mudanças na sociedade – em 1868 passou a Ludwig, Briggs & Cia. (com a incorporação de mais um sócio); em 1877 transformou-se em Borges & Briggs (filho) e, em 1884, com Borges como único proprietário, fixou-se Borges & Filho até o início do século XX. – a empresa comercial não prosperou como a concorrência.⁷¹

Brito & Braga, uma das principais oficinas surgidas em 1848, foi agraciada depois de 14 anos de trabalhos com a honra de Imperial Officina Lithographica. Obras intituladas *Braga Pittoresca* ou *Nova Friburgo Pittoresca* figuram entre as produzidas pela firma e não soam deslocadas entre tantas obras de cunho ‘pitoresco’ realizadas ao longo do século XIX. A Brito & Braga mudou para Pereira Braga & Cia. e passou a trabalhar em escala industrial até meados do século XX. Revistas importantes passaram por lá, tais como *O Mequetrefe*, *Pena e Lápis* e, em parte, a *Revista Illustrada*.⁷²

Francisco de Paula Brito inaugurou em 1850 o mencionado complexo gráfico e editorial Empresa Typographica Dous de Dezembro. Além da oficina litográfica, instalada em 1852 para a qual veio trabalhar Louis Thérier, havia tipografia, livraria e editora. Em 1857 a oficina se dissolveu com o resto da empresa. Thérier,

⁷⁰ Ibid., pp. 370-371.

⁷¹ Ibid., p. 372.

⁷² Ibid., pp. 389-390.

após curta sociedade com seu conterrâneo Martinet, passou a anunciar sozinho seu serviços, em especial a cromolitografia. Depois de um certo período não se ouvem mais notícias a seu respeito, restando a hipótese do regresso à França.⁷³

Martinet, apresentado como colaborador de Rensburg, chegou da França em 1841. Estabeleceu parceria com nomes famosos das artes gráficas cariocas. Além de Heaton & Rensburg, trabalhou com G. Leuzinger em 1845 no *Panorama da Baía do Rio de Janeiro* e com Laemmert em 1847 na publicação de *O Brazil Pittoresco, Historico e Monumental*. Em 1851 abriu um ‘estúdio litográfico’, isto é, uma litografia sem prensa, dedicada somente ao desenho nas pedras alugadas por ocasião. Após o trabalho pictórico no estúdio, a pedra era levada a uma oficina ou estamperia para ser impressa. Em 1854 Martinet se associou a outro francês, Paulo Robin, que viria a desempenhar papel de destaque na indústria litográfica. Dois anos depois, foi anunciada a fundação de mais uma oficina, a A. Martinet, L. Thérrier & Cia. Em 1867 Martinet se anunciou como especialista em registro de santos, uma outra direção por onde avançou a versátil produção litográfica.⁷⁴

A antiga e pequena oficina gráfica de Manuel José Cardoso de 1839 se expandiu para litografia em 1851, quando provavelmente sentiu a necessidade de um modo mais eficiente para produzir os impressos comerciais e santinhos que anunciava. Por ela passaram muitos profissionais que depois abriram pequenas casas autônomas. Depois de 1854, se sucederam as casas Coelho & Cardoso e a de José Joaquim Ferreira Coelho.⁷⁵

A casa Leuzinger começou como um pequeno estabelecimento de artigos de papelaria e encadernação em 1840. Cinco anos depois, Georges Leuzinger expandiu seu negócio para abarcar o mercado de impressos comerciais: abriu uma oficina de estamperia (ou de impressão, como também era chamada) e gravura em talho-doce. Depois de adquirir a Typographia Francesa, Leuzinger ingressou no ramo do desenho litográfico. Mas nem só de impressos comerciais sobreviveu. Foi responsável pela tiragem de várias vistas e panoramas de artistas estrangeiros que por aqui passaram. Além dos inúmeros livros que imprimiu, também trabalhou como editor, deixando por vezes a impressão a cargo de colegas como Heaton & Rensburg.

⁷³ Ibid., pp. 390-391 e p.394.

⁷⁴ Ibid., pp. 387-388.

⁷⁵ Ibid., p. 394.

Leuzinger foi, desde os primórdios, um dos grandes entusiastas da fotografia. Na Exposição Universal de Paris de 1867, contribuiu para a representação brasileira com livros para escrituração e fotografias de panoramas e vistas do Rio e de Niterói. Da Exposição de 1889 participou com encadernações, livros para escrituração, litografias e cromolitografias. Sua oficina se manteve de 1853 até 1889, com algumas interrupções. Depois de alienada, voltou a ser simples papelaria.⁷⁶

Sebastien Auguste Sisson, alsaciano com experiência adquirida em Paris, desembarcou no Brasil em 1852. Especialista em retratos, fixou ateliê no centro do Rio e trabalhou constantemente para revistas de bom porte. Dois de seus trabalhos são especialmente apreciados: o *Album do Rio de Janeiro Moderno*, com doze cromolitografias e a *Galeria de Brasileiros Ilustres*, em fascículos que começaram a circular em 1857. Encontrado em diversos endereços, esteve ativo até 1876.⁷⁷

Segue abaixo uma reunião de datas e nomes (Quadro 3) para auxiliar na sistematização dos dados referentes aos principais profissionais do ramo litográfico na Corte. Alguns nomes e casas serão comentados logo após.

Quadro 3 Principais litografias na Corte (em ordem cronológica)

Firma, proprietário(s) ou litógrafo	Nome da casa ou instituição	Período de atividade
Arnaud Julien Pallière	–	1818?-1826?
Johann Jacob Steinmann	Arquivo Militar	1825-1833
Armand Roger	–	1831-1831?
Édouard Phillippe Rivière	Litographia Fluminense	1832-1833
Pierre Victor Larée	Arquivo Militar	1832-1835
V. Larée & Cia.	Litographia do Commercio	1837-1856
Larée	Litographia Imperial	1837-1856?
Larée & Ludwig	Litographia do Commercio	1840-1844
Heaton & Rensburg	Heaton & Rensburg	1840-1854
Ludwig & Briggs	Litographia do Commercio	1843-1868
Brito & Braga	Brito & Braga	1848-19??
A. Martinet	–	1851-1854
Manuel José Cardoso	–	1851-1854

⁷⁶ Ibid., pp. 394-395 e 396.

⁷⁷ Ibid., p. 394.

Francisco de Paula Brito	Emp. Typographica 2 de Dezembro	1852-1857
Leuzinger	Casa Leuzinger	1853-1889
A. Martinet & P. Robin	—	1854-1856
Coelho & Cardoso	—	1854-?
Sebastien Auguste Sisson	Sisson	1855-1876
A. Martinet, L. Thérier & Cia.	—	1856-1867?
Louis Thérier	—	1857-1867?
Fleiuß Irmãos & Linde	Imperial Instituto Artístico	1860-1876?
Eduard Rensburg	Typographia do Bazar Volante	1862-1875?
Ludwig, Briggs & Cia.	Lithographia do Commercio	1868-1877
H. Lombaerts & Cia.	H. Lombaerts & Cia.	1870-?
Paulo Robin & Cia.	Paulo Robin & Cia.	1872-1875
Angelo & Robin	O. L. a Vapor da Revista Illustrada*	1875-1881
Borges & Briggs	Lithographia do Commercio	1877-1884
Paulo Robin & Cia.	Lithographia e Zincographia A. e C.**	1881-1889

Fonte: diversas fontes supracitadas. *Officina Lithographica a Vapor da Revista Illustrada.

**Lithographia e Zincographia Artística e Commercial.

Destacaremos a partir de agora uma série de nomes de firmas, oficinas e artistas interligados na trama de criação, produção e disseminação desse que foi, seguramente, uma das principais peças da cultura visual oitocentista: a revista ilustrada. Diversas oficinas e profissionais se mantiveram e deram prosseguimento às atividades litográficas no Brasil graças à demanda de trabalho que esse tipo de periódico acionou. Não se pode falar em revistas ilustradas sem mencionar as grandes litografias e litógrafos, os artistas envolvidos intensamente na criação, a quantidade de títulos que iam e vinham de uma oficina à outra, realmente periódicos ou intermitentes, numa profusão criativa ainda por ser descrita na história das artes gráficas brasileira.

Um desses nomes foi Paulo Théodore Robin. Chegou ao Rio num bom momento para o mercado litográfico, em 1854, trazendo valiosa experiência da França. Abre sociedade de curta duração com Martinet. O interesse pelo processo fotográfico, revelado em anúncio no qual apresenta seu novo ateliê de fotografia e ambrotipia, se estendeu pela década de 1860, lhe garantiu o título de ‘fotógrafo de SS. MM. II. e AA. II.’ e culminou com a abertura de uma oficina de fotografação. Robin reapareceu em 1872 nos classificados novamente com uma oficina litográ-

fica, a Paulo Robin & Cia. Anunciada com distinção, a ‘oficina a vapor’ pode ter sido a primeira do gênero na Corte. A *Carta Arquitetural do Rio*, desenhada pelo engenheiro João da Rocha Fragoso, litografada por Henrique José Aranha, foi tirada a vapor pelas novas prensas de Robin. Assim como os elogiados encartes litográficos de revistas como *Mephistopheles*, *A Vida Fluminense* e *O Mequetrefe*.⁷⁸

Antes da introdução do vapor nas oficinas litográficas, em 1868 já havia ocorrido no Rio de Janeiro uma outra atualização tecnológica: o prelo litográfico cilíndrico. Diferente do prelo de cilindro, o prelo cilíndrico é o único capaz de comportar automação, ou seja, é o passo anterior à adoção de energia a vapor. Costa Ferreira conta que, no primeiro número de *A Vida Fluminense*, tirada na oficina de Rensburg, há uma caricatura desenhada por Angelo Agostini na qual se vê um prelo desse modelo.⁷⁹

Angelo Agostini, piemontês aportado no Brasil em 1860, iniciou sua carreira de caricaturista em São Paulo na revista *Diabo Coxo*. Em 1867, já no Rio de Janeiro, passou rapidamente pela revista *O Arlequim*, na oficina de Rensburg e se estabeleceu em *A Vida Fluminense*, acompanhando seus sete anos de duração. Ficou conhecido pela ilustração das ‘apoquentações do Dr. Semana’, ataque cínico e frontal ao personagem Dr. Semana, protagonista da revista concorrente *A Semana Illustrada*.⁸⁰

A Semana Illustrada, ‘um dos maiores sucessos da grande safra de periódicos litográficos satíricos do século XIX brasileiro’ contou 16 anos de publicação (1860-1876), trazendo fama e reconhecimento à firma Fleiuss Irmãos & Linde. Eles trabalhavam com qualquer tipo de impresso, mas se sobressaíram com a litografia do tipo documental, como as vistas da Estrada de Ferro de Pedro II, da Guerra do Paraguai ou da Exposição Nacional de 1861.⁸¹

Heinrich Fleiuss, alemão, chegou ao Rio de Janeiro em 1859, na companhia de seu irmão Carl Fleiuss e do pintor e litógrafo Carl Linde. Logo se fixou no centro da cidade abrindo o Imperial Instituto Artístico, que além de se dedicar às produções em tipografia, litografia, autografia, cromolitografia e xilografia, funcionou também como estabelecimento de ensino das artes gráficas. A diversificação de ativi-

⁷⁸ Ibid., pp. 398-399.

⁷⁹ Ibid., p. 399.

⁸⁰ Ibid., p. 400.

⁸¹ Ibid., p. 404.

dades, a dedicação integral ao ramo e o trabalho em conjunto levaram Costa Ferreira a consagrar os diretores do Instituto – que ‘pintam em óleo e aquarela, fazem as composições e ilustrações de livros científicos e artísticos de qualquer maneira’, como a ‘primeira equipe de designers do Brasil’ e ‘uma das mais importantes aquisições feitas pelo Rio do século passado.’⁸²

Em 1875 Angelo Agostini entrou como sócio principal na firma de Robin, alterada para Angelo & Robin. Logo em seguida foi anunciada a nova Officina Lithographica a Vapor da Revista Illustrada para imprimir com força total um dos maiores exemplos da potência editorial do século XIX, a *Revista Illustrada* de Agostini. Uma vez extintas a *Vida Fluminense* e a *Semana Illustrada*, Agostini inaugurou sua própria revista com o mesmo teor satírico da *Semana*, porém com ideais humanísticos e políticos mais radicais. As irônicas ‘apoquentações do Dr. Semana’ destiladas por Agostini haviam sido fruto da diferente linha editorial que ele agora publicava por inteiro. Considerado ‘o grande litógrafo italiano’, outra grande diferença entre e a *Semana* e a *Revista* era a incomparável superioridade técnica da última. A impressão da parte textual ficava a cargo de uma empresa tipográfica e aos litógrafos cabiam as caricaturas. Até o final da década de 1870 saíram das prensas da dupla Angelo & Robin revistas como *O Mequetrefe*, *Psit!*, *A Comédia Popular* e *O Besouro*, ilustradas pelos mais importantes caricaturistas e desenhistas da época, como Candido Aragonez de Faria ou Raphael Bordallo Pinheiro.⁸³

Um dos mais importantes caricaturistas de seu tempo, Candido Aragonez de Faria, exerceu seu traço através de diversas publicações satíricas. Chegou até Porto Alegre, trabalhou em *O Fígaro* (1878-1879) e logo em seguida rumou para a França, onde se tornou cartazista. Outro nome de peso, Raphael Bordallo Pinheiro, litógrafo português de renome internacional, também estreou ilustrando no *Mosquito* em 1875. Participou, na litografia de Angelo & Robin da *Psit!* (1877) e *O Besouro* (1878-1879) antes de voltar para Portugal em 1879.⁸⁴

A tecnologia a vapor e a publicação bem sucedida da *Revista Illustrada* trouxeram mudanças no panorama dos periódicos cariocas. *O Mosquito*, inaugurado em 1869 por Aragonez, Flumen Junius e João Pinheiro Guimarães, acabou sendo absorvido em 1877 pela avalanche vaporizada da *Revista*. Revistas como *O*

⁸² Ibid., p. 185.

⁸³ Ibid., pp. 400 e 404-405.

⁸⁴ Ibid., p. 406.

Lobishomem (1870) e *A Comedia Social* (1870) já haviam sido incorporadas ao *Mosquito* por volta de 1871, num primeiro movimento de reorganização do mercado editorial para concentrar nomes e esforços em torno de só título. A renomada *Mephistopheles* (1874) tirada na oficina de Robin e ilustrada exclusivamente por Aragonez, em menos de um ano de vida sucumbiu à força da meio-irmã *Illustrada*. Segundo depoimento de Monteiro Lobato, a *Revista Illustrada* era ‘ansiosamente aguardada todas as semanas em distantes cidades do interior.’ Sucesso compartilhado pelos 4 mil leitores por número que a acompanharam até o final do século.⁸⁵

A partir de 1881, apesar de mantida a mesma formação societária, a Officina Lithographica a Vapor da Revista Illustrada passou a ser chamar Lithographia e Zincographia Artistica e Commercial e a firma Angelo & Robin mudou para Paulo Robin & Cia. Agostini e Robin continuaram a tirar números de revistas ilustradas (*O Pescador*, *O Binóculo*) e a litografar peças cuja precisão e acabamento exigiam excelência profissional, como o *Atlas do Imperio do Brasil* de 1882. Ironicamente foi a nova atividade agregada ao nome da oficina, a zincografia, que impulsionou a substituição das revistas litografadas na passagem do século XIX para o XX.

Por motivos pessoais Agostini se afastou do Brasil em 1888, deixando substitutos para tocarem a *Revista*. Ao retornar, continuou fazendo trabalhos para a infantil *Tico-Tico* e *O Malho*, além de fundar outra sob sua autoria, a *D. Quixote* (1895-1903). Pouco tempo depois a era das revistas litografadas entrou em declínio. A zincografia conquistara o título de meio de reprodução mais moderno e popular. Revistas como *A Cigarra* (1895-1896) de Julião Machado e Olavo Bilac optaram desde o começo pelo desenho zincografado, considerado superior. Segundo Costa Ferreira, o declínio de sua atividade não trouxe benefícios para Agostini:

“A decadência é mais chocante talvez que no caso de Fleiuss, pois o grande artista italiano acabou desenhando cenas de crime para a clichéria da revista. Disse H. Lima que ele foi a ‘figura solar’ da caricatura brasileira. Mas Agostini foi com certeza mais do que isso: foi a figura solar da litografia brasileira.”⁸⁶

Novas técnicas e tecnologias alteraram o panorama das artes gráficas ao final do século XIX. Veremos a seguir, como a zincografia e os processos fotográficos começaram a participar da realidade brasileira.

⁸⁵ Ibid., pp. 405-407; Monteiro Lobato (in: *A Caricatura no Brasil: Angelo Agostini*, em *Idéias de Jeca Tatu*, São Paulo, Ed. da Rev. do Brasil, 1919, 9-35), apud Ibid., p. 407.

⁸⁶ Ibid., p. 407.

Ao que tudo indica, a técnica da zincografia já havia sido introduzida no país há algum tempo, na melhor das hipóteses quando Steinmann chegou. Mas a falta de provas materiais e, por outro lado, a abundância evidente do uso da pedra como matriz de impressão, nos levam a concluir que, se presente, a zincografia inicialmente não encontrou terreno para prosperar. Mesmo nos Estados Unidos, onde a cromolitografia se desenvolveu rapidamente, o zinco só começou a substituir a pedra a partir de 1870, mas não atingiu seu auge antes de 1880. Além disso, o termo litografia, usado indistintamente para descrever qualquer processo de impressão planográfica, confunde os registros históricos e dificulta uma conclusão mais precisa sobre a gradual substituição dos meios.⁸⁷

Desde cedo haviam sido realizados experimentos com outros materiais para servir de matriz no processo planográfico. O incentivo para isso eram a inconveniência do peso e o custo das pedras litográficas. A pedra com a porosidade adequada para a litografia é específica da região alemã da Baviera e isso tornava inconstante sua disponibilidade em países como os EUA e o Brasil. Até mesmo Senefelder testou pedras mais leves e metais bem polidos como receptores de tintas gordurosas. Finalmente o zinco se mostrou um meio ideal quando devidamente tratado. Ele inclusive supera a pedra tradicional na realização e reprodução de desenhos lineares típicos de arquitetura e cartografia.

A propagação dos meios fotomecânicos foi mais imediata. Uma oficina como a H. Lombaerts & Cia., que na década de 1870 havia figurado entre as maiores litografias cariocas, em 1884 já trabalhava com fototipia. Seu fundador, o belga Henri Gustave Lombaerts, era um entusiasta das revistas de arte. Imprimiu em litografia as efêmeras *A Nova Semana Illustrada* e *Pena e Lápis*. Mas para revistas do tipo *Galeria Contemporanea do Brasil* de 1884 contou com a assistência de Marc Ferrez para aplicação de técnicas fotográficas. Consta que a excelência do trabalho com o novo processo só seria atingida com a revista *O Album* (1893-1895) e as fototipias de Gutiérrez. Além das publicações periódicas, a Lombaerts também se prestou à impressão de escritos científicos como os trabalhos do Observatório Nacional, e literários de autores como Machado de Assis, Arthur Azevedo e Coelho Netto.⁸⁸

⁸⁷ MARZIO, P.C., op. cit., p. 69.

⁸⁸ COSTA FERREIRA, O., op. cit. p. 412.

Até mesmo a Lithographia e Zincographia Artistica e Commercial, de Agostini e Robin, procurou se adaptar aos novos tempos. No ano de 1883 aprimoramentos técnicos haviam sido anunciados. Para o bem da arte e do comércio, substantivos caros à casa, ‘reproduções pelos processos modernos de fotogravura, fototipia e fotolitografia’ passaram a ser oferecidos. Copiar fotografias estrangeiras e reproduzir fotografias nos principais veículos de informação não eram mais um mistério no país. De fato, a importação de tecnologia veio se intensificando ao longo de todo o século XIX. Evidência da internacionalização típica do Brasil foi sua representação na Exposição Universal de Paris por peças zincografadas, litografadas e cromolitografadas pelo *suíço* Leuzinger, pelo *francês* Robin e pelo *italiano* Agostini.⁸⁹

O período conhecido como Encilhamento que marcou a economia e sociedade brasileiras no início da República incentivou a transformação de muitas firmas litográficas em companhias maiores. A especulação financeira, a corrida pelo capital e a organização em sociedades anônimas, características da curta euforia pós-imperial, levaram Paulo Robin, por exemplo, a transformar sua Lithographia e Zincographia Artistica e Commercial em Companhia de Artes Graphicas do Brasil. Ou a Pereira Braga & Cia. a se multiplicar em Companhia Editora Fluminense e Companhia Typographica Commercial. Pouco tempo depois do ‘fabuloso início de fim de século’, muitas empresas voltaram às suas situações societárias e atividades prévias. Robin permaneceu como companhia até cerca de 1893 e parece ter havido alterações em sua situação depois disso. O falecimento em 1897 desse ‘antigo industrial, fundador de um dos melhores estabelecimentos litográficos do país’ não encerrou imediatamente os negócios. Por alguns anos, a viúva e sócios ainda contribuíram para a tiragem de alguns números de revistas como *O Mercurio* e a *D. Quixote* de Agostini.⁹⁰

O grande momento da litografia brasileira se deu na década de 1870, quando os maiores técnicos e artistas no país atuaram nas melhores oficinas. Quando Martinet, Fleiuss e Agostini passaram pelos melhores prelos – Rensburg, Ludwig, Briggs, Robin, Leuzinger – e produziram os estimados títulos da elite leitora carioca – *O Besouro*, *A Lanterna*, *Mephistopheles*, *O Mequetrefe*, *O Mosquito*, *Re-*

⁸⁹ Ibid., p. 402.

vista Illustrada, *Semana Illustrada*, etc. Além do aspecto qualitativo, podemos ter uma idéia do que significou essa prosperidade em números a partir do Quadro 4. O crescimento entre 1850 e 1860 foi de cerca de 70%. Mas entre 1850 e década áurea, houve um acréscimo de mais de 200% de pessoas envolvidas no ramo do mercado do Rio de Janeiro. Depois de 1870, os números decrescem.

Quadro 4 Crescimento da profissão na Corte

Década	Número de litógrafos
1850	115
1860	197
1870	248
1880	178
1890	128

Fonte: COSTA FERREIRA, O., op. cit. pp. 409-410.

Litografia e linguagem comercial

A litografia, primeiro processo de gravação planográfica, foi inventada por volta de 1796 por Alois Senefelder, que imediatamente requisitou patente de invenção. Sua disseminação rápida foi possível graças às obras publicadas pelo próprio inventor que se propôs a divulgar e explicar didaticamente o processo. Senefelder descreveu o processo litográfico no *A Complete Course of Lithography* em 1819. Em seguida, outros colaboradores promoveram a difusão da litografia publicando livros de aperfeiçoamento. Tal foi a movimentação em torno desse invento que, pouco anos depois de seu primeiro anúncio, a litografia já caminhava na direção de ser cada vez mais popular e penetrar no mercado europeu.⁹¹

Desenvolvida na França em 1837 por Godefroy Engelmann e seu filho, Jean Engelmann, a cromolitografia chegou aos EUA por volta de 1840. No Brasil, *A Minerva Braziliense* prometida para dia 1º de novembro de 1843 atrasou quatro dias por conta de problemas na impressão de seu encarte principal: uma cromoli-

⁹⁰ Ibid., pp. 402-403.

tografia do desenho de um médico naturalista francês, estudioso dos beija-flores brasileiros. Medindo 132 x 106mm, a gravura foi ‘executada com toda perfeição possível’. Esmero e pioneirismo que atrasaram a revista, mas aceleraram a entrada da técnica no Brasil.⁹²

O método anterior para impressão com cores consistia na justaposição de blocos de cor com tintas opacas, sem a gradação de tons. O resultado tendia para uma composição visual menos sofisticada e delicada do que era possível através da pintura, por exemplo. O conhecimento da mistura de tintas e cores oriundo das artes plásticas estimulou os litógrafos a pesquisar outros métodos de superposição de cores, usando uma gama mais ampla de tintas transparentes ou translúcidas, para serem aplicadas pela matriz litográfica. De fato, diversos métodos de aplicação de cores foram desenvolvidos, como o de decompor a imagem em pequenos pontos que se misturam formando cores óticas (resultado semelhante ao realizado hoje pela retícula de offset).⁹³

O grande mistério da cromolitografia esteve no registro perfeito da seqüência de impressões que formam as matizes e no profundo conhecimento de cor. Ambas as habilidades pertenciam mais à prática do profissional específico, o cromista, do que à teoria. O cromista era o responsável pela separação de cores manualmente, um processo cuja complexidade podia atingir um grande número de decomposições. Certos cromos (como se chamavam as cromolitografias) chegavam a usar mais de vinte pedras para reproduzir um único efeito final colorido.⁹⁴

Em termos de linguagem gráfica, uma das principais inovações proporcionadas pela litografia em geral veio da natureza da matriz. A porosidade característica da pedra de litografia é o que permite a matriz funcionar como uma retícula e proporcionar efeito de texturas diversos, além da riqueza de tons e meios-tons na gradação de cores. O material com o qual se desenha sobre a pedra varia: pode tanto ser uma pena tipo nanquim, quanto uma tinta diluída, fazendo as vezes de aquarela, contanto que sejam gordurosas. Essa amplitude de aplicação favoreceu o desenvolvimento da criatividade e maior liberdade expressiva em relação a outros meios de impressão, como as gravuras mencionadas e a tipografia.

⁹¹ MARZIO, P.C., *The Democratic Art...*, p. 6; CUNHA LIMA, E.L.O., op. cit., pp. 158-160.

⁹² MARZIO, P.C., op. cit., p. 17; COSTA FERREIRA, O., *Imagem e Letra*, p. 380.

⁹³ Ibid., p.6.

⁹⁴ CUNHA LIMA, E.L.O., op. cit., p.175.

A novidade técnica do desenho planográfico e da matriz de pedra está ligada de forma indissociável a mudanças na linguagem gráfica. A partir da litografia, um novo universo de possibilidades criativas se abriu e foi plenamente explorado. Resultado disso, ela serviu não apenas à produção em massa de impressos comerciais, mas à produção definitiva de uma nova cultura visual.⁹⁵

Antes de entrarmos na particularidade dessa linguagem, é necessário fazer uma ressalva quanto às limitações técnicas e artísticas existentes anteriormente para a impressão simultânea de texto e imagem. O material textual de qualquer impresso era na maioria das vezes realizado em tipografia. As matrizes tipográficas são letras fundidas em chumbo que devem ser compostas (ordenadas) numa espécie de régua rígida (o componedor), que por sua vez não permite curvar o texto nem associá-lo com outra matriz gravada, por exemplo. Essa característica da impressão tipográfica muitas vezes desfavoreceu o trabalho simultâneo entre texto e

⁹⁵ O processo se chama planográfico porque não requer incisão ou desbaste da matéria-prima da matriz, como nos casos da gravura em relevo ou da gravura a entalhe. Ele se baseia no princípio químico da falta de afinidade química existente entre a água e o óleo (ou qualquer outro elemento graxo). Na litografia, a imagem é desenhada com um lápis gorduroso sobre a pedra lisa e aplainada. A superfície porosa da pedra (há alguns tipos específicos de pedras para o processo) permite a penetração e fixação da tinta do lápis. Em seguida, a pedra é molhada, mas a tinta do lápis não escorre pois, por ser gordurosa, não reage com a água e permanece fixa nos poros da pedra. Depois é aplicada a tinta de impressão, também gordurosa. Ela adere às partes desenhadas com o lápis e é repelida nas partes molhadas. Uma folha de papel levemente umedecida é colocada sobre a pedra e prensada. Pela força da pressão, a tinta de impressão acaba transferida para a folha de papel, no sentido lateralmente inverso ao que está disposta na matriz.

Ao contrário do que às vezes diz o senso-comum, a técnica litográfica não é tão mais simples do que as outras técnicas de gravura. Se facilita a realização do desenho e permite mais desenvoltura, por outro lado, a litografia demanda conhecimento e experiência no preparo das pedras, das tintas, dos banhos químicos para sensibilizar a superfície da pedra e limpá-la após a impressão, da colocação do papel para o registro dos desenhos etc. E para cada estilo de litografia – se rica em meios tons, se linear, se aquarelada, se colorida – há outras especificidades técnicas por trás dos preparo, desenho e impressão que a caracterizam como uma atividade complexa.

Uma das etapas mais complexas da litografia é a prensagem do papel sobre a pedra. Dela dependem a qualidade da imagem final e o ritmo de impressão das cópias. Inicialmente, a prensa mais utilizada foi a prensa litográfica manual, que requer muita força e habilidade do impressor. Ela é composta por um carrinho, onde se coloca a pedra, que fica embaixo da prancha transversal na qual está preso o rodo. A pedra é fixada no carro, entintada e coberta com o papel que receberá a imagem. Um tímpano de couro é colocado sobre o papel para proteção. O carro é então levantado e fortemente pressionado contra o rodo. Uma vez pressionado o conjunto, gira-se uma manivela que movimenta o carrinho, arrastando-o pelo rodo. Transfere-se assim a imagem da pedra para o papel. Em seguida o carrinho é abaixado, o tímpano retirado e o papel decalcado da pedra. Para uma outra cópia, todo o processo é executado de novo. Trata-se de um processo demorado, mais lento e minucioso do que o da prensa tipográfica manual. Mesmo os mais talentosos impressores não conseguiam tirar mais de 200 ou 250 cópias num período de 12 horas de trabalho. Por essa razão a impressão tipográfica, que desde o início do século XIX havia sido reforçada pela energia a vapor, parecia não temer sucessão quando a litografia apareceu. Segundo MARZIO, P.C., op. cit., pp. 69-70.

imagem numa mesma composição. Por isso, geralmente o desenhista da página ou do rótulo, por exemplo, tinha de pensar na área da imagem separada da textual.

O pesquisador norte-americano Peter Marzio, especialista no estudo da cromolitografia para a reprodução comercial de pinturas, dedica um capítulo de seu livro especialmente ao surgimento da linguagem publicitária com a litografia. Dele depreendemos mais informações sobre o impacto dessa linguagem nas artes visuais.

Marzio apresenta a litografia como um ‘novo meio, com novo design e cores’. Por trás dessa simples colocação está uma série de questões suscitadas pelo advento da litografia e o extenso uso comercial que se fez dela. Até então, nenhum outro meio de produção e reprodução de imagens havia alcançado tamanha abrangência e apresentado tantas novas possibilidades técnicas. A tipografia, eminentemente textual, estava restrita à ortogonalidade imposta pela composição com tipos móveis e à limitação dos desenhos de letras fundidos em chumbo. Além disso, convenções estilísticas de uma tradição de mais de três séculos não são facilmente superadas.⁹⁶

A criação deixou de ser feita na mesa tipográfica e passou a ser pensada na mesa do litógrafo, diante da pedra, realizada através do desenho direto. Sem tradições corporativistas, nem contrições materiais como as tipográficas, os litógrafos podiam inventar qualquer tipo de letra, pois tratava-se agora de desenhar a letra sobre a pedra e não mais carimbá-la a partir de um bloco de metal pronto. Além disso, as letras podiam ser dispostas em quaisquer ângulos, curvas, arcos, tamanhos, ou até mesmo se sobreporem às imagens. Motivos florais, faixas, arabescos curvilíneos, ilustrações integradas a ornamentos, uma série de novas imagens podiam ser criadas e realizadas em poucos minutos, dependendo apenas da inventividade e destreza do desenhista.

Ainda que faça parte da família das gravuras, seu processo de gravação e impressão é tão diferente dos já conhecidos que, se houve influências técnicas ou estéticas foram poucas. De fato, a litografia proporcionou, pela primeira vez, a reprodutibilidade em larga escala do desenho livre. Além disso, o desenvolvimento da técnica cromolitográfica possibilitou pela primeira vez na história da cultura visual ocidental a reprodução de obras de arte pictóricas, tornando-as comercializáveis.

⁹⁶ Ibid., p.191.

No entanto, tais mudanças radicais e a quebra de padrões de composição estabelecidos não se deram sem que muitos se opusessem contra a técnica e os resultados possibilitados por ela:

“Tradicionalistas gritavam enquanto letras e arabescos se tornavam cada vez mais intrincados. Um inglês, A. J. Corrigan, escreveu que litógrafos ‘não tinham tradição... Eles não estavam atados por nenhuma limitação, e podiam correr suas degenerescências numa diagonal ou dupla-diagonal, círculo, pirâmide, oval ou triângulo como lhe aproovessem.’ Na opinião de alguns, os anúncios cromolitografados destruíam a beleza da tipografia. (...) E acima de tudo, a cromolitografia trouxe a mais brilhante e profunda cor para a publicidade impressa que jamais existiu. Libertos das contrições do tipo e armados com obras de arte e potes de tinta com as cores do arco-íris, os cromolitógrafos criaram uma nova linguagem comercial.”⁹⁷

A relação entre arte e comércio, facilitada pela litografia, sempre foi tema de calorosos debates que se estendem até hoje procurando compreender o impacto e os efeitos da reprodução e circulação de imagens entre as massas, especialmente daquelas imagens de obras de arte que estariam destinadas ao conhecimento de poucas pessoas pela seu caráter de exclusividade. Com o advento da litografia e o posterior desenvolvimento dos processos fotomecânicos de reprodução, começamos a ter acesso no século XIX a toda produção visual anteriormente realizada pela humanidade. Juízos de valor aparte, a pressão exercida pela quantidade de informações visuais adicionadas ao nosso repertório a partir do século XIX, provavelmente só começou a ser sentida no século XX, quando nos demos conta da irreversibilidade da importância que a imagem adquiriu em nossas sociedades.

⁹⁷ “Traditionalists screamed as lettering and scrollwork became more and more intricate. One Englishman. A. J. Corrigan, wrote that lithographers ‘had no tradition... They were not bound by any limitations, and could run their degeneracies in a diagonal or double diagonal, circle, pyramid, oval, or triangle as they pleased.’ In the opinion of some, the chromo advertisements destroyed the beauty of letterpress. (...) And, on top of this, the chromo brought the brightest, boldest color to printed advertising that had ever existed. Freed from type’s constriction and armed with fine art and ink pots of rainbow hues, the chromolithographers created a new commercial language.” Ibid., p. 191. Tradução livre.

Arte, comércio e indústria

Para entendermos como a arte, o comércio e a indústria foram afetados pela presença da litografia é necessário, antes de mais nada, lembrarmos as diferenças conceituais entre o momento no qual a litografia desperta como atividade produtiva e o momento no qual estamos traçando essa história. Há algumas sutilezas importantes a serem apreciadas, como o fato de algumas palavras não terem mantido o mesmo significado ao longo dos séculos XIX, XX e XXI. Termos como arte, indústria ou comercial devem ser colocados em perspectiva na leitura e interpretação do passado, pois vieram sofrendo alterações na medida em que os contextos históricos mudavam.

Marzio apresenta uma precisa e cáustica observação sobre esse tipo de historicismo que muitas vezes permeia os estudos da área artística:

“Os termos artístico e comercial em litografia são hoje enfatizados por duas razões. Primeiro, porque eles facilitam que os pesquisadores definam as subdivisões da área. Historiadores da arte em particular prezam as nomenclaturas, pois tal categorização lhes poupa o trabalho de olharem atentamente para milhares de imagens, ao colocarem todas, exceto algumas centenas de litografias, no saco de gato do comercial; isso legitima o impulso deles em passar pelo século XIX apenas com uma olhadela rápida. Em segundo lugar, artistas e impressores do século XX têm tentado repetidamente diferenciar suas produções originais como algo mais artístico do que o dilúvio de imagens que inundou o mercado desde o desenvolvimento e o aprimoramento dos processos reprodutivos fotomecânicos.”⁹⁸

Muitos dos termos e classificações que usamos para falar do passado apontam para conceitos, preconceitos e conveniências atuais, pertencentes a quem olha. Na medida do possível, devemos estar atentos para salientar as diferenças existentes e reconhecer a relatividade do olhar contemporâneo.

No século XIX, de um modo geral, arte e comércio caminharam juntos. Não exatamente da forma como hoje entendemos uma arte comercial, exclusivamente voltada para a comercialização de produtos. Tratava-se de uma relação menos apartada. Ainda que passageiro, houve um momento no qual as artes ditas eruditas – a dos cânones literários, da eloquência e suntuosidade da ópera, da metáfora

⁹⁸ “The terms artistic and commercial in lithography are today emphasized for two reasons. First, they make it easy for researchers to define the subdivisions of the field. Art historians in particular favor the nomenclature, for such categorization spares them the eyestrain of poring over millions of pictures by placing all but several hundred lithographs into the commercial grab bag; it legitimizes their impulse to dismiss the nineteenth century with but a glance over their shoulders. Second, twentieth-century artists and printmakers have tried repeatedly to distinguish their original production as something more artistic than the deluge of images flooding the market since the development and improvement of photomechanical reproductive processes.” MARZIO, P.C., op. cit., pp. 13-14. Tradução livre.

alegórica dos mitos clássicos, da arquitetura urbana neoclássica, da pintura acadêmica e vitoriana – influenciaram diretamente, com motivos e como estilo, a criação de prosaicos rótulos comerciais.

Referências como Mercúrio, deus romano da comunicação e do comércio, poderiam ser perfeitamente encontradas num rótulo de banha de porco, por exemplo. Ou temas do movimento literário romântico encontrados num rótulo de fumo. No entanto, a criação dessas peças efêmeras foram por muito tempo desconsideradas como manifestações artísticas ou como influentes no gosto da sociedade. Retornaremos a esse tópico posteriormente.

Marzio também expõe o surgimento de um forte conflito conceitual entre a originalidade de uma obra de arte e sua reprodução, possível a partir do advento da cromolitografia. A reprodutibilidade provocou (e ainda provoca) dúvidas e debates intelectuais que contestam a qualidade e a validade da reprodução mecânica; a legitimidade da massificação da obra através da criação de inúmeras cópias, e a comercialização da arte como um produto popular em oposição à excelência da obra original e exclusiva. Ao mesmo tempo, ele menciona a movimentação eufórica de grande parte da sociedade norte-americana em busca de cópias bonitas e coloridas de pinturas famosas (os cromos) para pendurar nas suas salas de jantar. Ou seja, repúdio de uns, irrestrita adesão de muitos. Dado o sucesso comercial, a indústria de cromolitografia norte-americana só fez prosperar. Indústria, arte e comércio, desde que foram intimamente interligados pela litografia, têm mantido uma relação tão tensa quanto prolífica.

Aqui cabe um outro esclarecimento de terminologia. O conceito de ‘litografia comercial’ usado para caracterizar a litografia brasileira do século XIX não é o mesmo usado pejorativamente pelos detratores das reproduções populares de obras de arte. Chamamos de litografia comercial aquela litografia que majoritariamente produziu papéis para o comércio. De fato, o presente estudo não lida com obras de arte originais copiadas, mas com criações que foram pensadas para um fim assumidamente comercial, produzidas e reproduzidas por meios mecânicos, nas quais há expressões artísticas que foram influenciadas e influenciaram o gosto da época à qual serviram.

No universo da litografia brasileira do século XIX eram estreitos os laços entre comerciantes e artistas, papéis muitas vezes combinados na mesma pessoa. Vimos anteriormente que grande parte dos litógrafos que começaram carreira na

cidade vieram da tradição da pintura e / ou desenho. Reconhecidos por suas habilidades técnicas, não as distinguiam das artísticas e tampouco se afastaram dos interesses comerciais de suas empresas em nome de uma ‘arte pura’. Ao mesmo tempo que anunciavam em almanaques seus serviços ‘cotidianos a preços acessíveis’, participavam de exposições na Academia Imperial de Belas-Artes como pintores ou com litografias à maneira de entalhe.⁹⁹

O trabalho gráfico no Brasil oitocentista não contava com a figura do designer tal como é concebida hoje. A produção de impressos se deu a partir da gravura e evoluiu do ritmo e escala artesanal para a industrial. Somente a partir daí, de acordo com o processo de divisão de trabalho, que começou a se delinear a função do responsável pelo projeto do produto e da imagem da fábrica. Antes disso, no meio gráfico, esse cargo podia ficar tanto em função de um ilustrador, artista, do próprio cliente ou do litógrafo que desenharia na pedra sua concepção e a enviaria para uma casa de estampas imprimir.

Vários artistas – pintores, desenhistas, caricaturistas, escritores, retratistas –, nacionais e estrangeiros, freqüentaram os estabelecimentos comerciais litográficos. Entre os exemplos já mencionados merece especial destaque o caso de Paula Brito que nos deu uma boa idéia de como literatos, desenhistas, jornalistas e intelectuais participaram do cotidiano das oficinas gráficas oitocentistas. O fervor das máquinas impressoras dos periódicos, ilustrados por entusiasmados editores-artistas, sugere o quão intenso e fecundo foi o envolvimento entre cabeças pensantes e mãos operantes. Tal envolvimento se refletiu diretamente nos impressos politizados e de crítica de costumes tão peculiares do século XIX.

Algo semelhante aconteceu no resto do Brasil. Em sua pesquisa sobre Recife, a professora Edna Cunha Lima também verificou como a proximidade nas oficinas entre jornalistas e litógrafos-desenhistas propiciou troca de informações e influenciou os temas das ilustrações dos rótulos pernambucanos:

“Os rótulos (...) são (...) ricos em referências locais, com engajamento especialmente em questões políticas tais como o imigrante português e seu posicionamento no comércio, a maçonaria, a igreja católica, a abolição da escravatura e a luta pela República, levantando a pergunta quem seria o responsável pela escolha do tema, se o gravador ou o cigarreiro.”¹⁰⁰

⁹⁹ COSTA FERREIRA, O., op. cit., p. 383.

¹⁰⁰ CUNHA LIMA, E.C.L., op. cit., p. 122.

Tanto o gravador, quanto o cigarreiro (o cliente fabricante) e os freqüentadores das litografias podiam participar das escolhas dos temas, dos estilos e das mensagens. O leitor atual estranha ver temas fortemente politizados circularem num veículo tão banal e efêmero como rótulos comerciais. Não podemos esquecer, porém, que abrangência, popularidade e rapidez em se espalhar pela cidade colocaram esse mesmo veículo banal e efêmero numa posição privilegiada de infiltração e influência que, possivelmente, as revistas ilustradas e jornais não tinham.

Outras variáveis concorreram para o incremento da litografia comercial. A melhoria técnica foi, por vezes, promovida a fatores mais corriqueiros do que a ambição por tecnologia ou a concorrência acirrada:

"[a] embalagem (...) do cigarro era criada e impressa em litografia própria. E é na oficina litográfica que são impressos os baralhos. (...) esse foi um fator que elevou a categoria técnica das litografias das (...) fábricas."¹⁰¹

No caso das litografias pertencentes às fábricas de cigarro em Recife, a qualidade técnica do trabalho nos rótulos foi maior por causa da exigência em relação à impressão das cartas de jogar. O rótulo era descartável, efêmero, podia até dispensar grandes cuidados artísticos ou técnicos, mas ao ser confeccionado pelo mesmo profissional e pela mesma oficina que realizava baralhos mais prestigiados, acabava recebendo melhor tratamento.

Cunha Lima revela que o nível de capacitação técnica e de especialização dos empregados das oficinas também variou segundo aquelas circunstâncias de produção. De fato, aconteceu a 'substituição dos gravadores autônomos (...) por cromistas altamente especializados, atuantes em litografias pertencentes às fábricas de cigarro.' O termo substituição sugere a adoção de novos modelos. Vemos se desenhando o início de uma outra realidade produtiva. Aquela na qual o gravador autônomo trabalhava começou a seguir diretrizes de uma produção industrial. Divisão e especialização do trabalho são os indícios de que as litografias estavam suscetíveis a essa transformação.¹⁰²

O cargo de litógrafo encerrava uma série de atividades que podiam ser realizadas por uma ou por várias pessoas numa oficina. Com a consolidação da litografia como meio de produção de impressos ilustrados, bons, rápidos e baratos, a

¹⁰¹ Ibid., p. 112.

¹⁰² Ibid., p. 112.

demanda de trabalho aumentou. Para dar conta desse crescimento, a racionalização da produção se tornou inevitável. Para que um pedido fosse concluído em menos tempo, as etapas do trabalho foram divididas entre várias pessoas que, ao se concentrarem apenas numa tarefa, pelo menos em tese, executariam-na com maior precisão e rapidez.

A divisão das tarefas podia obedecer a seguinte ordem: ajudantes e aprendizes cuidavam das pedras polindo-as e dando os banhos químicos de preparação para o desenho ou aplicação da tinta. O desenhista se responsabilizava pela criação na pedra. E em alguns casos, havia ainda o letrista, prendado na arte de escrever invertido. O impressor operava a prensa: colocava o papel sobre a pedra entintada e manipulava a alavanca e o carro da prensa, mecanismos pelo qual o papel recebe por pressão a tinta fixada na pedra. Existiam ainda os auxiliares de margeador, responsável pelo posicionamento da folha sobre a pedra (indispensável para o registro de cores na cromolitografia), e de puxador, que ficava na ponta final da prensa retirando as folhas na medida que saíam impressas.¹⁰³

O cromista era o especialista mais avançado numa oficina que praticasse a cromolitografia. Sua habilidade exigia conhecimentos de química e teoria da cor para separar e misturar os tons que o desenhista havia concebido. O termo desenhista era largamente usado: podia abranger desde o empregado apenas habilitado na escrita inversa até talentosos artistas e caricaturistas de reconhecimento internacional.

Apesar da divisão da produção, ainda não podemos afirmar que as oficinas litográficas participassem do universo industrial. Marzio, falando sobre o mercado norte-americano durante o primeiro período da litografia (1820-1870), expõe uma situação que provavelmente foi análoga à brasileira. Diz ele que, por falta de oferta no mercado, as tintas de impressão tinham de ser preparadas nas oficinas e acabavam assim dando continuidade ao sistema artesanal de produção. Alguns litógrafos preferiam preparar suas próprias tintas a partir da mistura de pigmentos e vernizes para garantir viscosidade e tonalidade adequadas às suas ‘teorias de cor’ pessoais. Ou seja, a litografia que, em pouco tempo faria a transição do sistema produtivo artesanal para o industrial, ainda vivia nessa época uma situação na qual mestres detinham os segredos do ofício. A inexistência (ou o pouco favoritismo)

¹⁰³ Ibid., p. 176-177.

das tintas prontas ou padronização de cor para impressão apontam o baixo nível de industrialização da litografia comercial. De fato, prossegue Marzio, esse foi o período regido pelas prensas manuais. Podemos inferir que, com a entrada das prensas a vapor e o aumento da produção, o preparo artesanal das tintas tenha sido substituído por tintas industrializadas.¹⁰⁴

Mas, o que podemos dizer sobre a situação brasileira? Não há estudos suficientes para traçarmos uma história de como a entrada da litografia a vapor possa ter promovido a produção de insumos gráficos nacionais. Não obstante, sabemos pelos registros apresentados no presente capítulo, que a indústria de base de uma forma geral não foi priorizada no século XIX e que a quase totalidade do material de apoio aos litógrafos foi fornecida por corvetas e pacotes.

Outra evidência da gradual mudança do processo artesanal para o industrial foi a transformação do trabalho autoral em anônimo. Não foi esse o caso das revistas ilustradas porque, por sua própria natureza era fundamental o trabalho de autor (ainda que muitos se escondessem atrás de pseudônimos). Mas na litografia comercial produções como rótulos não pertenciam a nenhum autor em particular, não eram assinados, nem reivindicados. Um determinado rótulo seria produzido independentemente de estar esse ou aquele desenhista trabalhando na oficina.¹⁰⁵

Ao falar dos rótulos de cigarro, Cunha Lima apresenta um outro aspecto sobre a autoria do trabalho na litografia comercial pernambucana:

“A pedra pequena, com o desenho original, era numerada, e uma prova em preto era arquivada em um Álbum da Pedra. Quando o cliente voltava, bastava folhear o álbum, achar sua imagem e retirar a pedra da litoteca. Ao vender uma empresa, esses clientes iam junto, dependentes da identidade visual desenvolvida ao longo dos anos. Alguns, no entanto, eram donos das pedras, levando-as para o impressor que lhes aproovesse.”¹⁰⁶

Vemos duas situações opostas. Na primeira, a pedra com o desenho permanecia na oficina e pertencia a ela. Na segunda, o cliente adquiria a pedra e pode escolher o profissional para imprimi-la. Ainda não havia sido definida pela práxis a questão da propriedade do trabalho, ou melhor, do meio de produzi-lo. Muitas vezes, o alto preço e a escassez de pedras litográficas impediam que os desenhos fossem mantidos nas matrizes. Nesses casos, logo após a impressão, a pedra era lavada,

¹⁰⁴ MARZIO, P.C., op. cit., p. 71.

¹⁰⁵ A exceção a essa regra pode ser encontrada num rótulo registrado na Junta Comercial que traz a assinatura do famoso Bordallo Pinheiro.

¹⁰⁶ CUNHA LIMA, E.L.C., op. cit., pp. 177-178.

limpa e reaproveitada para o próximo trabalho. Aos clientes cabiam apenas as cópias impressas.

Esse momento histórico testemunha o surgimento da relação comercial entre produtor e cliente de uma forma diferente daquela que se consolidou posteriormente. No século XX, mudanças tecnológicas tornaram viáveis matrizes que podiam ser retidas e armazenadas pelos clientes. Com o advento do fotolito, o processo de produção gráfica ofereceu ao cliente a propriedade sobre o desenho não apenas na sua fase final, como produto, mas também enquanto meio de produção. A partir de então, se estabeleceu uma cultura no meio gráfico através da qual a posse do fotolito pelo cliente lhe conferia autonomia em relação ao autor do trabalho. Com a entrada da informática no sistema de produção, o processo criativo se reaproximou do momento de execução – o mesmo arquivo digital que apresenta o trabalho ao cliente é entregue ao fornecedor de fotolito – trazendo à discussão se o arquivo deve ser tratado como um original criativo ou produtivo. Eis uma questão ainda em definição pela práxis atual.

Aperfeiçoamentos tecnológicos foram desde cedo entendidos como diferencial para o sucesso da litografia. Senefelder ainda em 1818 havia mencionado a limitação de seu invento caso não contasse com maior automação mecânica:

“Estou muito ciente de um grande defeito na litografia, o de que a beleza e mesmo o número de impressões dependem principalmente da habilidade e indústria dos impressores. Uma boa prensa é necessária, certamente, mas mesmo com a melhor, um trabalhador fraco produzirá apenas lixo, porque, a esse respeito, a litografia tem um processo de impressão muito mais difícil que o dos outros. Eu não devo admitir que a litografia tenha dado um grande passo em direção à perfeição última até que se tenha dispensado o máximo possível o trabalho errático da mão humana e até que a impressão seja feita quase inteiramente por máquinas.”¹⁰⁷

Movidos pela mesma opinião, por volta de 1840 vários inventores europeus se lançaram no desenvolvimento de ‘litografias a vapor’. Inicialmente muitas máquinas se mostraram ineficientes na prática e apenas em 1851 uma patente franco-austríaca, a Sigl-Engues, obteve sucesso a ponto de ser exportada para países como os Estados Unidos. Essa máquina operava com pedras litográficas, entintamento mecânico e dispositivos de umedecimento do papel (necessário para o contato com a pedra), além de um sistema automático de alimentação de papel e remoção das folhas impressas. No entanto, a história da invenção da litografia a vapor não é

¹⁰⁷Alois Senefelder apud MARZIO, P.C., op. cit., p. 81.

muito clara. No caso americano, entre 1861 e 1873, foram registradas mais de vinte patentes de prensas e vários inventores reclamaram para si o privilégio da invenção, uso ou promoção de algum tipo de mecanismo movido a vapor.¹⁰⁸

Os dados quantitativos publicados pelos anúncios da prensa a vapor nos permitem uma idéia do impacto que essa máquina causou na produção gráfica e, por conseguinte, na cultura visual do século XIX. Enquanto um bom impressor tirava na prensa manual de 200 a 250 cópias em 12 horas de trabalho (em torno de 20 folhas por hora), havia anúncio que apresentava uma prensa a vapor capaz de tirar até 1.310 folhas por hora! Mesmo desconsiderando o possível exagero publicitário, os números encontrados no relatório de uma oficina litográfica norte-americana de 1877 apontam para uma produção que atingia 2.660 cópias por dia. Isto é, a impressão automatizada proporcionava, no mínimo, uma produção dez vezes maior do que pelo processo manual. A partir da década de 1870, com uma demanda capaz de absorver dez vezes mais impressos e uma produção capaz de oferecê-los, a produção se insere gráfica na era industrial.¹⁰⁹

De fato não podemos falar em indústria gráfica antes de 1830, quando diversas melhorias mecânicas foram implementadas à tipografia (por exemplo, o pleno funcionamento da prensa a vapor de quatro cilindros). E tampouco podemos falar numa indústria de imagens antes de 1850, quando as primeiras máquinas automatizadas começam a imprimir litografias. É fundamental perceber que há um ínterim de tempo importante a ser investigado entre a mecanização dos impressos visuais e o advento e popularização da fotografia (outro meio de reprodução visual). Pouco se conhece sobre a economia das imagens, especialmente as brasileiras, no período que vai de 1850 a 1890, quando se desenvolveu uma indústria gráfica que ainda não envolvia processos fotomecânicos.

Os números do desenvolvimento da litografia norte-americana a partir da mecanização são impressionantes (ver Quadro 5). Em 1860, antes da firmação da litografia a vapor na produção, havia 60 firmas litográficas, empregando 800 pessoas e contabilizando um investimento de capital de 445.250 mil dólares. Em 1880, pouco tempo depois do aperfeiçoamento tecnológico, o número de firmas já havia crescido para 167, o de empregados para 4.332 e o investimento de capital para mais de 2,3 milhões de dólares. Em 1890, contavam-se 700 firmas, 8.000

¹⁰⁸ Ibid., pp. 81-82.

empregados e um capital investido de 20 milhões de dólares. Isto é, em trinta anos, a produção litográfica (pelo número de firmas) aumentou dez vezes, e o período mais fértil foi justamente aquele que contou intensamente com a litografia a vapor (1880-1890). No mesmo intervalo, o capital investido na industrialização do setor aumentou cinquenta vezes.¹¹⁰

Quadro 5 O impacto da mecanização sobre a produção norte-americana

Década	Número de firmas	Quantidade de empregados	Investimento em dólares
1860	60	800	445.250 mil
1880	167	4.332	2,3 milhões
1890	700	8.000	20 milhões

Fonte: MARZIO, P.C., op. cit., pp. 2-3.

O caso norte-americano representa o que estava acontecendo nas nações desenvolvidas ocidentais. Através dele vemos a decisiva participação da litografia no estabelecimento da sociedade industrial, agindo na área social (como atividade produtora), econômica (fazendo circular capital) e, fundamentalmente, como promotora do consumo cultural.

No Brasil, alguns rótulos traziam escrito ‘lithographia a vapor’, ou inseriam a novidade técnica também nos nomes das fábricas que vinham estampados em destaque, como por exemplo, a ‘Imperial fábrica de chocolate a vapor’. Além de eficiência, precisão, rapidez e grandes quantidades, a litografia a vapor oferecia modernidade. E modernidade no Brasil significava estar atualizado com ‘as últimas do Estrangeiro’. Não é de se estranhar portanto que fosse anunciada com alarde a mecanização das litografias e que, a partir disso, as tais preponderassem no mercado, como visto no exemplo de Robin & Agostini.

O sentimento generalizado de modernização que vigorou no Ocidente a partir do século XIX teve influência direta da onda de transformações materiais que vinha varrendo a Europa desde o século anterior. As artes gráficas participaram intensamente desse movimento como protagonistas da ‘revolução da comunicação’, conforme colocado pelo historiador da área, Lewis Blackwell:

¹⁰⁹ Ibid., pp. 80 e 87.

“Indiretamente, os avanços repentinos na composição tipográfica durante a década de 1890, foram uma parte indispensável da revolução da comunicação que seguiu o caminho aberto pela Revolução Industrial e as reformas políticas e sociais dos países desenvolvidos.”¹¹¹

A ascensão da litografia se alinhou a outros fatores e provocou alterações drásticas no panorama da circulação de impressos gráficos no mundo ocidental. Ao mesmo tempo que os centros urbanos se alargavam e se remodelavam, um mercado consumidor para produtos industriais era criado e se tornavam cada vez mais comuns o ensino das ciências e das artes, a publicidade comercial, a alfabetização em massa. O terreno havia sido preparado e a sociedade estava receptiva para imprimir seus anseios em cartazes, jornais, revistas, livros ilustrados etc. Agora finalmente havia os meios para isso. Na verdade, é difícil distinguir quem veio primeiro. Se a oferta de impressos promoveu a recepção social, ou se a demanda da sociedade impulsionou a oferta em escala industrial. De qualquer forma, uma vez encontrados os meios de satisfazer essa equação, uma coisa se somou à outra e, resultado, estabeleceu-se no século XIX um padrão de consumo cultural inédito na história da humanidade.

Modernidade, impressos e cultura visual

Um dos procedimentos mais intensificados no século XIX foi ordenar o conhecimento que o homem vinha gerando até então, no intuito de fazê-lo progredir. Tipificar, categorizar, classificar, reunir por similaridade, buscar sentido foram as ações priorizadas. A Ciência, como exemplo de objetividade e sabedoria, e a História, como pacificadora do passado e indicadora de progressos futuros, foram as disciplinas de apoio. No âmbito cultural, atlas, enciclopédias, álbuns, teatro, pinturas históricas, dioramas, estereogramas, panoramas também revisavam e atualizavam o conjunto da obra humana que havia se acumulado até então.

A esse respeito, os panoramas, paisagens pintadas numa circunferência completa, são especialmente exemplares da cultura visual do século XIX. Oriundos do século anterior, a função dos panoramas era basicamente paramilitar. Ser-

¹¹⁰ Ibid., pp. 2-3.

¹¹¹ Lewis Blackwell (*La Tipografía del siglo XX*. Barcelona: Gustavo Gili, 1993, p. 13) apud CUNHA LIMA, E.L.C., op. cit., p. 152. Blackwell se refere especificamente ao advento do linotipo, invento que acelerou exponencialmente a produção de impressos tipográficos, como os jornais.

viam para localizar às tropas e à marinha os pontos geográficos mais suscetíveis ao ataque inimigo. O panorama oitocentista extrapolou os quartéis e encontrou audiência no público civil, que acolheu a nova visibilidade do local onde viviam com especial entusiasmo. Os primeiros panoramas artísticos do Rio de Janeiro foram realizados em 1821, por Guilherme Frederico Rommy e, mais tarde, por Vitor Meirelles. O panorama marcou um momento no qual que não mais interessavam às cidades mapas de defesa, mas sim a possibilidade de se tornarem o espaço das relações sociais, públicas.¹¹²

O século XIX viu o surgimento dos grandes centros urbanos; a consolidação do sistema produtivo industrial; a alfabetização e disseminação do ensino escolar; a popularização das ciências, artes e atividades intelectuais em geral; a proliferação de diversas técnicas e invenções; a litografia e a circulação cada vez mais intensa de impressos e imagens.

O desenvolvimento posterior da fotografia veio ao encontro a uma sociedade já sedenta por imagens. Antes do advento de um processo de captação do real tão supostamente fidedigno, a litografia vinha inserindo cada vez mais imagens no cotidiano urbano da sociedade e, com isso, oferecendo cada vez mais oportunidades para ela se comunicar visualmente.

Peter Marzio chama de *chromo-civilization* a sociedade norte-americana da época, fazendo menção ao importante papel que a linguagem desenvolvida com essa técnica desempenhou na fixação do ideais dessa sociedade:

“Um razão para o crescimento exponencial de uma forma de impressão ajuda a esclarecer o conceito de *chromo-civilização*. Este modesto impresso a cores representou uma maneira de fazer a ponte entre artistas, intelectuais e as pessoas comuns. Simbolizou a procura americana pela democracia – a democratização da cultura assim como do governo. Foi a constatação de que o cromo não era um fenômeno isolado mas, de fato, um indicador de um profundo movimento social.”¹¹³

De forma análoga, em outros contextos sociais, a intensificação da produção de impressos – em cores, ricos em estilos, ornamentados, textuais, com profusão de

¹¹² SÜSSEKIND, F., *As revistas de ano e a invenção do Rio de Janeiro*, p. 70.

¹¹³ “One reason for the exponential growth of a form of printing helps clarify the concept of *chromo-civilization*. This modest color print represented a means of bridging the gulf between artists and intellectuals and the common people. It symbolized the American pursuit of democracy – the democratization of culture as well as of government. It was the realization that the chromo was not as isolated phenomenon but in fact the indicator of a profound social movement.” MARZIO, P.C., op. cit., p. 3. Tradução livre.

imagens, etc. – também respondeu a anseios coletivos. Assim como a grande maioria das nações ocidentais orientadas para algum tipo de industrialização fizeram questão de marcar território nas Exposições Universais do século XIX, também a busca por imagens que comunicassem (ou representassem) seus ideais como, por exemplo, de nacionalidade, tornara-se uma atitude moderna.

Uma das maiores demandas do século XIX era a do registro visual. Numa sociedade onde o progresso era a palavra de ordem, registrar o que *tinha sido* era importante pois logo em seguida *não mais seria*, na incessante roda viva do vir-a-ser da moda, do moderno. É claro que não era esse o único motivo pelo qual a experiência visual era necessária e desejada.

O grande número de analfabetos que constituía a sociedade oitocentista carioca tornava imprescindível uma referência visual que distinguisse um produto de outro. Se não podemos estender esse argumento às revistas ilustradas que certamente eram direcionadas à elite leitora, entendemos pelo menos a utilidade das imagens em rótulos de produtos populares como fumo e bebida. Ainda fica por ser estudada – pois não pôde ser contemplada nessa pesquisa – a relação que existia entre o analfabetismo e o veículo de imagens pelas revistas ilustradas. Como elas foram ‘lidas’ pela parcela inculta da sociedade? Como isso teria afetado a cultura visual dessas pessoas? Isso se chegaram a exercer influência no gosto ou no repertório visual delas.

Por sua vez, segundo Costa Ferreira, os rótulos colocaram imagens em circulação antes dos impressos mais elaborados.¹¹⁴ Esse dado se torna mais complexo se acrescentarmos a afirmativa de Nicolau Sevcenko na qual ‘o Brasil se insere na lógica capitalista internacional pelo consumo de bens, (...) pela lógica cultural ‘modernização a qualquer preço’, e confiança na infalibilidade e inexorabilidade do progresso.’¹¹⁵

As imagens que eram consumidas com esses bens, em seus rótulos por exemplo, também participavam do projeto modernização / progresso. Ao nos depararmos com uma boa quantidade de rótulos de produtos de consumo popular com a imagem do índio gravada, sobressai a pergunta: ‘como o índio participava

¹¹⁴ A respeito da relação entre gravura em metal e impressão de rótulos nos idos da década de 1820, o autor esclarece: “Anoto-se também que o impresso efêmero (rótulos, letras de câmbio, cartões de visita etc.) era completamente dominado pelo talho-doce, praticamente todo na mão de artistas estrangeiros.” COSTA FERREIRA, O., op. cit., pp. 142-147.

¹¹⁵ SEVCENKO, N., *A capital irradiante: técnica, ritmos e ritos do Rio*.

dessa lógica de modernização e progresso através do consumo de bens’? Acrescentando outra colocação de Sevckenko na qual ele afirma ser o momento de emergência de cultura de massa o momento de redefinição do papel social dos indivíduos (exatamente os momentos em questão), soa ainda mais pertinente a pergunta ‘e o índio, como estava *sendo redefinido* seu papel social’?¹¹⁶

Para continuarmos nessa linha de raciocínio, é importante observarmos a relação entre representação social de classe e construção de imagem colocada pela historiadora Ana Maria Mauad:

“A necessidade da experiência visual (...) é uma constante no século XIX. Numa sociedade em que grande maioria da população era analfabeta, tal experiência possibilita um novo tipo de conhecimento mais imediato, mais generalizado. Ao mesmo tempo em que habilita os grupos sociais a formas de auto-representação até então reservadas à pequena parte da elite que encomendava a pintura de seu retrato.”¹¹⁷

Apesar de se referir à experiência da fotografia, a evidência da representação do índio nos permite estender o questionamento aos rótulos litografados. Continuando com a mesma autora há mais dados para análise:

“(...) as classes populares só figuravam nas fotografias na condição de ‘typos humanos’, objetos e atenção das casas fotográficas para produzir o lado pitoresco da sociedade imperial. A estes estava interdita a construção de sua auto-imagem, possibilidade concedida somente à ‘boa sociedade’, os donos do olhar imperial verdadeiros agentes de construção da imagem do Império.”¹¹⁸

Justificamos assim a formulação da questão acima, como estava *sendo redefinido* o papel social do índio, na voz passiva. Nos rótulos muitas das casas e fábricas que usaram o índio estamparam também as armas da coroa ou carregaram o adjetivo ‘imperial’ em seus nomes. Ora, não foi o índio quem de fato produziu a sua representação e nem foi ele o agente da associação se buscou fazer entre sua imagem e a do Império. Em contrapartida, também seria estranho imaginar que pessoas ligadas intimamente à família imperial teriam sido os autores de impressos efêmeros e populares. É necessário irmos além das aparentes literalidades apresentadas.

Alguns dos profundos movimentos sociais ocorridos no XIX giraram em torno da busca da idéia de nação (ou, coletivamente, civilização), e essa busca passou também pela escolha de imagens que a representassem a nacionalidade desejada.

¹¹⁶ Ibid.

¹¹⁷ MAUAD, A. M., *Entre retratos e paisagens, as imagens do Brasil oitocentista*, p. 5.

¹¹⁸ MAUAD, A. M., op. cit., p. 21.

Ao olharmos para as peças produzidas ao longo daquele século, podemos destacar um tipo de impresso sendo construído com base nessa idéia: peças de interesse militar; mapeamento e reconhecimento do território nacional; revistas para difusão do conhecimento; imagens de acontecimentos citadinos; vistas de paisagens e costumes urbanos; ‘typos humanos’. Cada categoria de imagem tem uma motivação social específica e encerra algo que pode revelar características da sociedade que a produziu. Por exemplo, no Brasil, a circulação de imagens de tipos humanos ‘exóticos’, como índios e negros, mostra a adoção de uma perspectiva com ponto de vista europeu. Índios e negros são retratados como exóticos a nós, assim como eram pintadas paisagens inóspitas de terras distantes. Porém, desembaralhando a perspectiva adotada, as terras distantes estavam a nosso lado, e os tipos humanos éramos nós mesmos. Ao anunciar a qualidade do material de suas revistas, o alemão Max Fleiuss, revela a expansão e imiçãõ de horizontes que marcou o século XIX no Brasil: ‘as gravuras serão de duas classes: as nacionais e as estrangeiras, de modo que pelas primeiras tenha a Europa conhecimento do Brasil, e pelas segundas conheça o Brasil o que há de mais interessante nas regiões de além-mar.’¹¹⁹

Até agora mostramos dados e tecemos comentários sobre o desenvolvimento da indústria gráfica e do consumo cultural no Brasil e nos países de industrialização avançadas indistintamente. É necessário agora contrastarmos essas duas realidades pois desde o início esses desenvolvimentos foram diferentes.

Um tema muito discutido quando falamos em cultura visual oitocentista é a presença do olhar estrangeiro. Vimos ao longo do presente capítulo como essa presença não foi desprezível no terreno das artes gráficas, a grande maioria dos impressos foram litografados por profissionais vindos de fora do país. Mas se por um lado o olhar estrangeiro ajudou a conformar a cultura visual que educou o olhar local, por outro lado, a realidade local também proporcionou novos horizontes para uma antiga perspectiva. O que podemos dizer sobre a formação de uma linguagem visual a partir de inovações tecnológicas em meios urbanos é mais da ordem do internacional do que do unidirecional (relação centro-periferia), como vimos no exemplo do advento de uma linguagem comercial a partir da litografia.¹²⁰

É inegável que o viajante europeu tenha imposto um olhar sobre o Brasil para os próprios brasileiros. Alguns brasileiros aceitavam a nomeação de figuras

¹¹⁹ COSTA FERREIRA, O., op. cit.

cotidianas e domésticas como exóticas (caso no caso das fotografias de negros escravos) ou se surpreendiam com a diversidade da flora e fauna de seu próprio espaço.¹²¹ Mas não podemos deixar de mencionar como essas imposições foram localmente reconsideradas ao longo do tempo.

Na Europa e nos Estados-Unidos, onde podemos falar em desenvolvimento industrial conjuntamente com o crescimento de um público leitor e consumidor, o século XIX se caracterizou pela construção de duas esferas culturais distintas: uma de circulação restrita, ligada às artes ditas cultas, e outra de circulação ampliada, de caráter comercial e eminentemente popular. Vimos o embate entre essas duas esferas no caso da cromolitografia e a reprodução de obras de arte.

Para o Brasil, o historiador da cultura Renato Ortiz, aponta uma realidade diferente, menos cindida. O quadro cultural brasileiro não apresentava uma clara oposição de pólos devido à fragilidade do capitalismo existente até então (ao mesmo tempo com aspirações liberais e escravocrata) que resultava numa sociedade extremamente desigual. Alguns números sobre o índice de alfabetização dessas sociedades podem exemplificar essa diferença: em 1890 na França, 90% da população era alfabetizada, na Inglaterra de 1900 esse número chegava a 97%, no entanto, no Brasil em 1890, somente 16% das pessoas eram consideradas letradas.¹²²

Ou seja, o mercado de bens simbólicos (incluindo os bens culturais) não se expressava no Brasil segundo os mesmos termos dos mercados europeus e norte-americanos. A ‘fraca divisão do trabalho intelectual e (...) confusão de fronteiras entre as diversas áreas culturais’ indicadas por Ortiz estão de forma sutil mas presentes na formação e no corpo do objeto de estudo em questão. As imagens trabalhadas nos rótulos ilustram esse limiar difuso: se por um lado estão vinculadas a uma expressão artística ‘maior’ pela sua forma e conteúdo românticos, por outro

¹²⁰ MAUAD, A. M., *Imagem e auto-imagem do Segundo Reinado*, p. 184.

¹²¹ MAUAD, A. M., *Entre retratos e paisagens...*, p. 17. Não podemos afirmar categoricamente que o desconhecimento da fauna e flora fossem simples emulação de uma atitude estrangeira, pois não podemos afirmar que o brasileiro da ‘boa sociedade’, urbano, estivesse em contato direto e constante com as coisas do Brasil. No entanto, o mesmo não aconteceu sobre a escravidão do negro.

¹²² ORTIZ, R., *A moderna tradição brasileira*, pp. 24 e 28. Para os dados franceses, segundo Christophe Charle, *L'Expansion et la crise de la production littéraire*, Actes de la Recherche en Sciences Sociales, n. 4, julho de 1975; Priscilla Clarck, *The beginnings of mass culture in France: action and research*, Social Research, 45 (2), 1978. Para a Inglaterra, segundo Richard Altick, *The English Common Reader: a Social History of Mass Reading, 1800-1900*, Chicago, University of Chicago Press, 1957; Raymond Williams, *The Long Revolution*, Connecticut, Greenwood Press, 1975.

lado foram veiculadas por produtos que provavelmente atingiram mais as camadas populares.¹²³

‘Entre nós as contradições entre uma cultura artística e outra de mercado não se manifestam de forma antagônica.’¹²⁴

Apesar de falar sobre outras manifestações artísticas e centrar seu discurso no século XX, Ortiz nos dá subsídios teóricos para entender porque imagens construídas pela esfera culta, pertencentes à lógica regente nos salões da Academia Imperial de Belas-Artes, permearam e contaminaram diretamente a produção comercial no Brasil oitocentista. Já vimos como isso se deu de forma prática: o mesmo desenhista ou litógrafo que produzia pinturas e gravuras para museus e exposições, trabalhava na oficina responsável pela produção dos rótulos; o mesmo jornalista abolicionista que concebia caricaturas para a revista da oposição, transitava pelos prelos de tipografias e litografias comerciais. Isto é, o trânsito entre esferas regidas por lógicas diferentes no Brasil não só foi facilitado, como promovido, gerando assim uma complexa fusão entre idéias e veículos de circulação popular. A modernização brasileira que se desenvolveu a partir dessas bases também apresentou características muito singulares, fundamentais para entendermos alguma coisa sobre a sociedade brasileira atual inclusive. Mas esse é assunto para os capítulos seguintes.

¹²³ Ibid., pp. 25-26.

¹²⁴ Ibid., p. 29.