



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE DESIGN
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN

SWANNE SOUZA TAVARES DE ALMEIDA

BICHOS BOÊMIOS: um estudo sobre recorrências, referências e análise de significado dos animais nos rótulos de aguardente da Coleção Almirante

Recife
2018

SWANNE SOUZA TAVARES DE ALMEIDA

BICHOS BOÊMIOS: um estudo sobre recorrências, referências e análise de significado dos animais nos rótulos de aguardente da Coleção Almirante

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do Título de Doutora em Design.

Área de concentração: Planejamento e Contextualização de Artefatos.

Orientadora: Profa. PhD Solange Coutinho.

Recife

2018

Catálogo na fonte
Bibliotecária Jéssica Pereira de Oliveira, CRB-4/2223

A447b Almeida, Swanne Souza Tavares de
Bichos boêmios: um estudo sobre recorrências, referências e análise de significado dos animais nos rótulos de aguardente da Coleção Almirante / Swanne Souza Tavares de Almeida. – Recife, 2018. 399f.: il.

Orientadora: Solange Coutinho.
Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Pernambuco. Centro de Artes e Comunicação. Programa de Pós-Graduação em Design, 2018.

Inclui referências, apêndices e anexos.

1. Rótulos de aguardente. 2. Animais. 3. Coleção Almirante. 4. Marca de comércio. I. Coutinho, Solange (Orientadora). II. Título.

745.2 CDD (22. ed.)

UFPE (CAC 2019-258)

SWANNE SOUZA TAVARES DE ALMEIDA

BICHOS BOÊMIOS: um estudo sobre recorrências, referências e análise de significado dos animais nos rótulos de aguardente da Coleção Almirante

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para a obtenção do Título de Doutora em Design.

Aprovada em: 31/07/2018.

BANCA EXAMINADORA

Prof. PhD. Silvio Romero Botelho Barreto Campello (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Prof. PhD. Hans da Nóbrega Waechter (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Rita de Cássia Barbosa de Araújo (Examinadora Externa)
Fundação Joaquim Nabuco

Profa. Dra. Edna Lucia Oliveira da Cunha Lima (Examinadora Externa)
Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

Prof. PhD. Marcos Galindo Lima (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Cristina Teixeira Vieira de Melo (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Ao iniciar o doutorado não fazia ideia de quantas mudanças aconteceriam em minha vida. Nessa montanha russa que foi esse total de cinco anos, muitas pessoas merecem agradecimentos e espero que estes meros parágrafos façam jus ao quanto de fato estou agradecida.

Quero agradecer primeiramente à minha orientadora Solange Coutinho, que me acompanha desde o mestrado e não deixou de acreditar em minha pesquisa, mesmo quando eu não estava produzindo grandes coisas. Obrigada pelas orientações, revisões e por despertar em mim o interesse pelos animais nos rótulos de aguardente.

Gostaria de agradecer aos membros da banca da qualificação: Edna Cunha Lima, Silvio Barreto Campello e Rita Araújo pelas valiosas contribuições, muitas das quais só tive maturidade para compreender tempos depois. Agradeço ainda à Rita pelas preciosas dicas bibliográficas e por facilitar a realização de etapas da pesquisa na Fundação Joaquim Nabuco.

Aos funcionários da Fundação Joaquim Nabuco por toda atenção prestada, contribuições e por facilitarem minha pesquisa. Dentre os mais diretamente envolvidos: agradeço à Fabian e Carlos do Cehibra, por facilitarem meu acesso à Coleção Almirante; à Betty por ter me apresentado outras coleções como a do Instituto do Açúcar e do Alcool e pela liberação da quantidade de imagens, que entendo que foi grande para os padrões; à Lino, por ter acelerado o processo de separação das imagens; à Rose e Igor por me receberem tão bem na Villa Digital e pelas dicas; à Antônio Montenegro por ter divulgado e facilitado a realização do grupo focal na Villa; e a Cibeles também pelas contribuições dadas. Queria agradecer também, à Gabriela Carvalho por ter se disposto a me auxiliar como bolsista na computação de parte dos dados na Fundaj, que pareciam não ter fim. E a todos aqueles que participaram do grupo focal, cujas contribuições foram valiosas.

Aos participantes do encontro Memória Gráfica Brasileira e do CIDI Design, que contribuíram respondendo questionários. À Paula Valadares pelo convite de participação no evento MGB e pelas outras contribuições prestadas neste estudo.

Aos senhores entrevistados: Hélio Soares, José Guelphe, Valdir Ramos, Pedro Ferrer e Edson Rontani. Todos foram muito solícitos e seus depoimentos foram fundamentais para construção desse trabalho. Agradeço ainda ao Sr. Hélio por ceder acesso ao seu acervo pessoal, ao Sr. José Guelphe por me dar de presente exemplares de rótulos valiosos, a Pedro Ferrer por me dar livre acesso aos arquivos do Instituto Histórico de Vitória de Santo Antão. Agradeço também a solicitude dos funcionários da Pitú que me receberam em visita e a disposição de Seu Paulo Ferrer em querer dar sua contribuição.

À família que ganhei no IFPE (*Campus Olinda*). Entrar neste concurso foi mesmo um presente de Deus e muito embora tenha desviado minha concentração do doutorado com tantas novidades, também foi meu sustentáculo em todo o percurso. Agradeço a todos os meus alunos, que mesmo sem saber traziam mais leveza aos meus dias. A todos os meus colegas de trabalho e funcionários do Campus. Às diretoras Luciana Padilha, Luciana Tavares e a Felipe, atual coordenador de Computação Gráfica, por compreenderem minhas ausências em reuniões e pelo apoio prestado. Aos meus amigos e colegas de trabalho: Magdala, Rafael, Elton, Livia, Cecília, Dora, Carol e Paulo, que de uma forma ou outra fizeram trocas de aulas, me cobriram em atividades ou mesmo serviram de ouvintes.

Um agradecimento especial aos que participaram mais diretamente neste final: Cecília, pelas conversas e conselhos; a Carol, por todo apoio e por se dispor a pegar uma disciplina em meu lugar se fosse necessário; a Paulo, que pegou a tal disciplina mesmo estando também na reta final de doutorado e pelas trocas acadêmicas. Agradeço também à amiga Leopoldina pelos auxílios e trocas acadêmicas.

Às minhas amigas queridas Paula, Marina, Daniela e Elisângela, por terem contribuído mesmo sem saber em alguns momentos. Um agradecimento especial à Deborah, por ser uma ótima amiga e ouvinte, e à Lorena, grande amiga que ganhei neste último ano. Agradeço à minha psicóloga, por ter me ajudado a manter o foco neste último ano, mesmo com os problemas da vida que foram surgindo.

Aos meus colegas de pós-graduação que dividiram parte desta jornada de alguma forma. A minha amiga Mabel, com a qual dividi trabalhos em disciplinas e por outras contribuições de vida. À Natalia Barbosa pelas contribuições dadas a este

estudo. A todos os professores do PPG Design UFPE. Um agradecimento também à Flávia e a Marcelo, pelos auxílios administrativos prestados na pós.

Um agradecimento mais que especial à minha amiga Renata Cadena, estamos na mesma jornada desde a graduação, entramos juntas no mestrado, dividimos a mesma orientadora, fomos concorrentes nos mesmos concursos e iremos defender o doutorado quase no mesmo dia. Ter uma amiga de vida na mesma situação acadêmica para compartilhar e discutir semanalmente foi fundamental para a finalização deste trabalho. Agradeço também por ter me apresentado à Lara Holanda, e agradeço à Lara pelas contribuições e dicas bibliográficas, fundamentais para construção do segundo capítulo.

Agradeço imensamente ao meu namorado Eduardo, por toda a ajuda, revisões, paciência, companheirismo, por me incentivar e acreditar em mim desde sempre. Por fim gostaria de agradecer aos meus pais, minha irmã, minha família, que é meu apoio absoluto. Agradeço à minha mãe, por todo suporte que me deu em todos os momentos ao longo destes anos, pela compreensão na minha ausência em seu cotidiano, por ser minha grande incentivadora. Ao meu pai, que sempre me incentivou na minha jornada de estudos. À minha irmã também por todo apoio em diferentes momentos e pela presteza em cobrir minhas obrigações enquanto filha. Obrigada por existirem e estarem comigo.

RESUMO

Com a modernização da indústria açucareira no início do século XX, muitos engenhos banguês voltaram seu sustento à produção da aguardente de cana. Em paralelo, surgiram os impostos e a obrigatoriedade de envazar a aguardente em pequenos vasilhames rotulados. Desta forma, os engarrafamentos viraram uma oportunidade de negócio, engarrafando as aguardentes dos engenhos e comercializando-as com os mais variados rótulos estampados. Conquistar o público da cachaça envolvia escolher o nome e os elementos gráficos certos para compor a marca de comércio. Neste contexto, os animais se tornaram uma recorrência temática promissora nos rótulos do período, sendo estes os exemplares estudados nesta pesquisa, visto que não se relacionam diretamente como representações das aguardentes, nem estabelecem relações de significado com o produto de maneira evidente. Assim, este estudo tem como objetivo geral investigar o uso da imagem de animais em rótulos de aguardente brasileiros de meados do século XX, buscando traçar um perfil das referências de repertório utilizadas, bem como dos significados atribuídos a estas representações enquanto signos da bebida aguardente. Os rótulos estudados fazem parte da Coleção Almirante de rótulos de cachaça, um acervo da Fundação Joaquim Nabuco (Recife-PE). Esta investigação pode ser dividida em três momentos: (1) fase exploratória, que envolveu levantamento da legislação referente aos registros de marca e estudo comparativo de rótulos semelhantes; (2) fase descritiva, que incluiu a categorização temática de toda coleção e catalogação dos rótulos com figuras de animais, avaliando a taxonomia das espécies e relação com a fauna brasileira; (3) análise semiológica e de elementos gráficos das produções, utilizando um modelo proposto por Penn (2002), aliado a alguns dos ingredientes de estilo estipulados por Ashwin (1979) e à taxonomia da linguagem gráfica apontada por Twyman (1979). Ao final das análises percebemos que a recorrência de uso de animais na composição de rótulos de aguardente foi corroborada por diferentes fatores, os quais dividimos em dois grupos: (1) Efeitos desencadeadores e (2) Efeitos potencializadores. Do primeiro grupo, observamos o uso anterior de animais na heráldica e na rotulagem estrangeira, o repertório dos técnicos estrangeiros que trabalhavam nas casas litográficas brasileiras e a obrigatoriedade de engarrafar e

rotular aguardentes para venda, culminando no promissor desenvolvimento da rotulagem aguardenteira. Os efeitos potencializadores, por sua vez, incluem pontos como a preocupação na diferenciação entre marcas no mercado, a diversidade faunística brasileira, o uso de modelos gráficos como referência, a circulação da produção gráfica, a própria influência da cultura popular, a presença dos animais no cotidiano e a consequente identificação com o público da cachaça.

Palavras-chave: Rótulos de aguardente. Animais. Coleção Almirante. Marca de comércio.

ABSTRACT

With the modernization of the Brazilian sugar industry in the early twentieth century, many sugarcane mills turned their sustenance into the production of sugarcane rum - cachaça. Alongside this, came taxes and the obligation to bottle the rum in small labeled containers. Thus, the bottles became a business opportunity, thereby bottling the sugarcane rum from the mills and commercializing it with a wide variety of printed labels. Attracting the public to cachaça involved choosing the right name and graphic elements with which to compose the trade mark. Within this context, animals became a promising thematic recurrence on the labels of the period, and which are the examples studied in this research, since they are neither directly related as representations of sugarcane rum, nor establish an evidently significant relationship with the product. Thus, the general aim of this study is to investigate the use of animals on Brazilian rum labels in the middle of the twentieth century, seeking to draw a profile of the referential repertoire used, as well as the meanings attributed to these representations as signs of the cachaça. The labels studied are part of the Almirante Collection of cachaça labels, belonging to the Joaquim Nabuco Foundation (Recife-PE). This research may be divided into three phases: (1) the exploratory phase, which involved the data collection of the legislation regarding trademark registrations and a comparative study of similar labels; (2) the descriptive phase, which included the thematic categorization of the whole collection and the categorization of labels with animal figures, evaluating the taxonomy of the species and the relation with Brazilian fauna; (3) the semiotic and graphic analysis of productions, using a model proposed by Penn (2002), associated with some of the stylistic ingredients stipulated by Ashwin (1979) and the graphic language taxonomy indicated by Twyman (1979). On conclusion of the analysis, we perceived that the recurrence of animal use in the composition of rum labels was corroborated by different factors, which we divided into two groups: (1) triggering effects and (2) increasing effects. From the first group, we observed the previous use of animals in heraldry and foreign labeling, the repertoire of foreign technicians working in Brazilian lithographic houses and the obligation to bottle and label rum for sale, culminating in the development of rum labeling. The potential effects, in turn,

include concern about the differentiation among brands in the market, the Brazilian fauna diversity, the use of graphic models as a reference, the circulation of graphic production, the influence of popular culture, the presence of animals in daily and the consequent identification with the public of cachaça.

Keywords: Rum labels. Animals. Almirante Collection. Trade mark.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	15
1.1	Objetivos.....	20
1.2	Sobre o objeto de estudo e os acervos utilizados.....	21
1.3	Hipóteses	22
1.4	Escopo da metodologia geral	23
1.4.1	Fase exploratória.....	24
1.4.2	Fase descritiva	25
1.4.3	Análise semiológica e de elementos gráficos das produções	25
1.5	Estrutura do documento	26
2	O AÇÚCAR, A CACHAÇA E A TRANSIÇÃO DO RURAL PARA O URBANO	29
2.1	O açúcar	29
2.2	Do rural ao urbano.....	40
2.3	A cachaça.....	48
2.4	Considerações preliminares.....	56
3	AS MARCAS DE CACHAÇA: SOBRE REGISTROS, SEMELHANÇAS E GRÁFICAS	58
3.1	O registro de marcas no Brasil	59
3.2	Estudo comparativo de soluções compositivas semelhantes	70
3.2.1	Modelo Tatuzinho	72
3.2.2	Modelo Pitú.....	76
3.2.3	Modelo Alvorada	84
3.2.4	Modelo Passarinho.....	89
3.3	A circulação da produção Gráfica	90
3.4	Considerações preliminares.....	98
4	OS ANIMAIS E A FAUNA BRASILEIRA	101
4.1	A categorização da coleção e a incidência de animais	101
4.2	Os animais encontrados em cada região e sua relação com a fauna	114
4.2.1	Crustáceos.....	121
4.2.2	Mitológicos	125

4.2.3	Mamíferos domésticos.....	125
4.2.4	Répteis.....	127
4.2.5	Insetos.....	132
4.2.6	Roedores	134
4.2.7	Peixes e mamíferos aquáticos	137
4.2.8	Rurais.....	142
4.2.9	Mamíferos selvagens	146
4.2.10	Aves	154
4.2.11	Moluscos.....	163
4.3	Considerações preliminares.....	163
5	ANÁLISE SEMIOLÓGICA E DE ELEMENTOS GRÁFICOS	167
5.1	Introdução à semiótica.....	167
5.2	A semiologia	168
5.2.1	Análise semiológica.....	173
5.3	Instrumentos de análise	177
5.3.1	Questionários.....	185
5.3.2	Seleção de amostragem e aplicação do modelo de análise.....	186
5.3.3	Entrevistas individuais e grupo focal.....	188
5.4	Considerações preliminares.....	195
6	RECORRÊNCIAS, REFERÊNCIAS E SIGNIFICADOS	197
6.1	Rotulando um bicho	197
6.1.1	A relação entre a designação e o animal.....	198
6.1.2	Ingredientes de estilo analisados	200
6.1.3	Recorrência cromática	205
6.2	Aprecie com moderação	207
6.2.1	Aquele cabra é muito águia	215
6.2.2	Estar-cuspindo-fogo	218
6.2.3	Salgar o galo	219
6.2.4	Por onde passa o boi passa o vaqueiro e o cavalo.....	222
6.2.5	Amarrar o bode, ficar manso como um carneiro e rastejar como calango.....	226
6.2.6	Matar-o-bicho.....	230

6.2.7	Bafo de onça.....	233
6.2.8	Tira-gosto.....	235
6.2.9	Floreado.....	240
6.2.10	Venenosa.....	241
6.2.11	Água que passarinho não bebe.....	244
6.2.12	Bebe o engasga gato e fica com a cachorra cheia.....	252
6.2.13	Fazer uma fezinha.....	255
6.2.14	Samba.....	261
6.3	Considerações preliminares.....	265
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	268
	REFERÊNCIAS.....	276
	APÊNDICE A – GRÁFICOS TEMÁTICAS POR ESTADOS.....	286
	APÊNDICE B – QUADROS DAS CACHAÇAS QUE TEM ANIMAIS.....	288
	APÊNDICE C – QUADRO DE TODAS AS GRÁFICAS.....	297
	APÊNDICE D – MODELO QUESTIONÁRIO.....	302
	APÊNDICE E – RESPOSTAS QUESTIONÁRIO.....	303
	APÊNDICE F – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA HÉLIO SOARES.....	310
	APÊNDICE G – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA JOSÉ GUELPHÉ.....	316
	APÊNDICE H – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA VALDIR RAMOS ALVES.....	329
	APÊNDICE I – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA PEDRO FERRER.....	333
	APÊNDICE J – TRANSCRIÇÃO GRUPO FOCAL BICHOS BOÊMIO.....	339
	APÊNDICE K – QUESTIONÁRIO ONLINE EDSON RONTANI JR.....	360
	APÊNDICE L – FICHAS DE ANÁLISE PREENCHIDAS.....	365
	ANEXO A – DECRETOS.....	398
	ANEXO B – SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO DE TIPOS	
	PROPOSTO POR DIXON.....	399

"Aí eu pedia um refrigerante, um guaraná Fratelli Vita e ele pedia um copo de Pitú. Aquilo ali era feito o suco dele. Ele almoçando, aí pegava a Pitú.

- Mas Sebastião, rapaz...
- O que é patrãozinho?
- Rapaz, um copo de Pitú faz mal...
- Não! Aí limpa o sangue patrãozinho!

(Seu Hélio Soares relatando um almoço enquanto rapazote com um dos carregadores de entregas de seu pai).

1 INTRODUÇÃO

Durante o mestrado, a pesquisa se direcionou para o sistema informacional de rótulos de cachaça de meados do século XX (ALMEIDA, 2013). O estudo foi dedicado a compreender como as informações estavam hierarquizadas, tendo-se feito um levantamento com base na legislação e observado as mudanças repercutidas na linguagem gráfica desses artefatos. A preocupação que se tinha era de esmiunçar o sistema informacional de rótulos dos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Pernambuco¹ presentes na *Coleção Almirante* da Fundação Joaquim Nabuco. Essa coleção, objeto de estudo desta tese, era de propriedade de Henrique Foréis Domingues, mais conhecido como Almirante.

Almirante foi um compositor, radialista, cantor e pesquisador brasileiro. Enquanto colecionador, iniciou sua própria hemeroteca, na qual reunia partituras e documentos de compositores da virada do século. Graças a essa prática, passou a ser visto como um historiador da música popular do seu tempo, ganhando respeito de pesquisadores como Câmara Cascudo. Conforme Lima (2012), por meio de seu trabalho como radialista, fomentou uma rede de colaborações, na qual os ouvintes lhe enviavam pedidos e também contribuições para seus programas, corroborando para formação do seu arquivo², que incluía também rótulos de cachaça.

Enquanto estudioso da música popular e do folclore brasileiro, a preocupação de Almirante, como aponta Lima (2012), era de fornecer esses materiais a historiadores e pesquisadores da área. Seguindo esse desejo, em 1979, Almirante entrou em contato com a Fundação Joaquim Nabuco por meio de carta no intuito de negociar com a instituição a sua coleção de rótulos de cachaça. Como expõem Almeida & Coutinho (2015), ele se apresentou como um colecionador de partituras musicais e documentos ligados à música popular brasileira, expondo também a ideia de colecionar rótulos de aguardente e o desejo de conservá-los propriamente e disponibilizar o acesso à coleção para estudiosos e pesquisadores.

A coleção foi adquirida pela Fundação Joaquim Nabuco (Recife-PE) em 1981 e hoje é formada por mais de 4600 rótulos de cachaça, divididos entres os estados brasileiros de

¹ Esses estados foram estudados no âmbito do projeto interinstitucional, envolvendo pesquisadores dos programas de pós-graduação em Design da PUC-Rio, UFPE e SENAC-SP, denominado "Memória Gráfica Brasileira: estudo comparativo das manifestações gráficas das cidades do Rio de Janeiro, Recife e São Paulo", que teve financiamento do PROCAD/CAPES entre os anos de (2008-2013).

² Conforme Lima (2012), o acervo de Almirante que incluía registros ligados à música, tais como partituras, livros, fotos e outros, foi integrado ao Museu da Imagem e do Som (MIS-RJ) na década de 1960.

Alagoas, Bahia, Ceará, Espírito Santo, Goiás, Maranhão, Mato Grosso, Minas Gerais, Pará, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Piauí, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul, Santa Catarina, São Paulo e Sergipe. A quantidade de cada estado é variável, todavia São Paulo, Rio de Janeiro e Minas Gerais são aqueles que possuem a maior quantidade de exemplares, representando juntos mais da metade do acervo. Os exemplares são, em sua maioria, rótulos de cachaça das décadas de 1940 e 1950, contudo existem também algumas unidades de aguardente de fruta e outras bebidas esporádicas como vinho e jurubeba. Em razão disso, o título deste estudo menciona em caráter geral “os animais nos rótulos de aguardentes”, visto que incluímos nas análises também exemplares de aguardentes de cana compostas com frutas. Em nossos apontamentos, contudo, utilizaremos ambos os termos, visto que a aguardente de cana “pura”, vulgo *cachaça*³, corresponde à maioria dos exemplares.

Durante a pesquisa de mestrado foi observada a existência da diversidade de temáticas e a riqueza desses artefatos, todavia, o objetivo, à época, era o seu sistema informacional. Mas já havia sido possível notar mulheres, homens, animais, engenhos, índios, santos e outros elementos de grande riqueza gráfica e cultural. Assim sendo, decidimos aprofundar o estudo ao iniciar o doutorado. A princípio, nosso objetivo girava em torno de todas essas visualidades presentes nos rótulos de aguardente. Foi a partir de uma indicação da orientadora Solange Coutinho, que o olhar do estudo se direcionou aos animais. Por que os animais são recorrentes na composição de rótulos de aguardente nas décadas de 1940 e 1950? As outras temáticas pareciam de mais fácil contextualização e entendimento no contexto da rotulagem comercial do período. Os estudos desses artefatos, dentro das áreas do design e da comunicação, tangenciam por vezes a temática dos animais, mas não se aprofundam na compreensão dessa ocorrência, que à primeira vista parece ser algo particular dos artefatos.

É possível que até os fabricantes das cachaças não soubessem responder o porquê de terem escolhido um animal para representar seu produto, ou por que tantos outros adotavam essa ideia. As razões, como veremos, são resultados de vários fatores. Os bichos estavam em toda parte. Até hoje, vez ou outra, é possível flagrar animais andando pelas ruas em alguns interiores, normalmente cavalos ou porcos desgarrados de alguma criação. Há de se imaginar que, no contexto do Brasil nos inícios do século XX, situações como essas fossem

³ Em termos técnicos, na legislação brasileira atual, há diferenças entre os termos *cachaça* e *aguardente de cana*. Essas bebidas possuem graduações alcoólicas diferentes e podem divergir quanto à matéria-prima. *Cachaça*, contudo, pela legislação vigente é um termo exclusivo para a aguardente de cana brasileira (ALMEIDA, 2013).

corriqueiras, incluindo a tais episódios os "bichos da mata", dos quais se queria manter uma distância segura.

Os bichos já assumiram e ainda assumem diferentes significados. O papel dos animais na construção da civilização do açúcar é algo bem retratado por Freyre (2013). O boi, que sofreu carregando canas e emitindo um som semelhante a um "choro" com seu carro, companheiro da fome dos trabalhadores rurais; o cavalo, que dava imponência à figura do senhor de engenho; o carneiro, que servia de treino de equitação para os meninos de engenho e os mamíferos da terra, que serviam de caça, um lazer do ambiente rural e uma carne exótica na casa grande.

Já nas cidades, temos os divertimentos advindos da modernização. O que falar dos zoológicos? Uma das opções de divertimento no início do século XX. Ou das corridas de cavalo? Ou, ainda, do controverso jogo do bicho, esse de certo dividiu opiniões acerca de suas conotações positivas e negativas. Além dos entretenimentos e das funções nos quais alguns animais estavam envolvidos nos inícios do século, muito antes já estava aqui no Brasil uma grande diversidade de fauna, que, até hoje, ainda produz conhecimentos de novas espécies. Bichos estranhos, de nomes ainda mais estranhos, cuja origem remonta ao idioma tupi, e outros que eram parecidos com os da terra do colonizador e, por isto, receberam nomes europeus. Mas, ainda assim, como todos estes animais foram parar em tantos rótulos de aguardente? Voltemos aos preâmbulos da rotulagem brasileira.

No início do século XX, os produtos industrializados brasileiros já estavam recebendo diferentes rotulagens, muitas das quais refletiam os padrões utilizados pelas embalagens estrangeiras. O início da industrialização e a nova variedade de produtos foram catalisadores para criação de impostos e obrigações no registro de marcas na legislação brasileira. Os produtos eram diversos: chocolates, sabão, cigarros, vinhos e outras bebidas. Tais rótulos são valiosas fontes de informação, que permitem compreender a evolução das práticas de consumo e comerciais no Brasil. Como aponta Cardoso (2009), já no final do século XIX, a partir do olhar em livros de registro de marcas em juntas comerciais, é possível notar outras facetas da sociedade brasileira: variedade de comércio, segmentação do público consumidor, multiplicação de produtos e serviços, existência de espírito empreendedor, integração com o mercado internacional, avanço tecnológico, sofisticação no uso de linguagens. Esses artefatos revelam, com linguagem mais informal, costumes e conceitos da época, além da evolução do próprio meio gráfico, características típicas dos chamados *impressos efêmeros*⁴.

⁴ No sentido mais amplo, os efêmeros são aqueles impressos produzidos com intenção de descarte rápido, incluindo desde folhetos e rótulos a jornais, revistas e outros impressos com vida útil curta. No sentido mais estrito, seriam os materiais

Cardoso (2009) expõe que, nos rótulos do final do século XIX, já se encontravam seres mitológicos, animais, torres, castelos, santos, índios, estampando diferentes produtos, tais como cigarro, cerveja, roupas, medicamentos e outros. Décadas à frente, os fabricantes de cachaça estão seguindo um repertório semelhante em seus rótulos, com a particularidade de ser mais revestido de uma linguagem jocosa e irreverente. A rotulagem da aguardente é algo raro de se ver nos livros de registro das juntas comerciais do final do século XIX e início do século XX. O grande aparecimento das diferentes marcas de cachaça se dará com a obrigatoriedade de venda desse produto em pequenos vasilhames rotulados em meados do século XX.

Em virtude da produção usineira de açúcar, os engenhos banguês recorriam cada vez mais à produção de aguardente de cana para sobreviver. Nessa época, as aguardentes eram vendidas a granel em ancoretas⁵. Contudo, durante o governo de Getúlio Vargas, surgiu uma determinação que obrigava o uso de rótulos para as bebidas e proibia sua venda em grandes vasilhames nos estabelecimentos comerciais. Isso, aliado à grande produção de aguardente no país, favoreceu o surgimento de engarrafamentos e diferentes marcas de cachaça. Era uma grande oportunidade envasar aguardente para vender e o segredo do sucesso jazia em acertar o rótulo que conquistaria o consumidor. Uma das perguntas ao final do mestrado era: *"Quem era o responsável pelo rótulo: o engarrafador ou o produtor da aguardente nos engenhos?"*. De antemão, já apresentamos a resposta: era o engarrafador.

Em entrevista com o Sr. Hélio Soares (2018), impressor que trabalhou em diferentes estabelecimentos litográficos na década de 1970, ele conta que a escolha do nome e do desenho era feita com base em algo que "pegasse", que "vendessem", para que o título da cachaça se tornasse sinônimo do produto na hora da venda. E é nesse contexto que esta investigação se delineou, o porquê de a temática "animais" ter sido uma escolha recorrente na representação de algo tão distinto do seu significado como a cachaça. Seria uma tendência do período? Essa tendência se estenderia a outras bebidas ou produtos também? Os animais utilizados estão relacionados com a fauna brasileira? Existem animais inventados nas produções? Quais eram as relações de significado estabelecidas entre o animal e a bebida cachaça? Pretendemos responder a essas e outras questões que foram surgindo no decorrer das investigações.

impressos ligados à vida cotidiana, os quais não são preservados pela lógica tradicional das bibliotecas, como folhetos, bilhetes, rótulos e outros (CARDOSO, 2009). Outra definição de grande uso é a de Maurice Rickards (2000): *"minor transiente documents of every day life"*, que traduzimos como *"pequenos documentos de curta duração na vida diária"*.

⁵ De acordo com o Dicio (Dicionário online de português), o termo se refere a um barril pequeno e chato para transportar vinho ou aguardente.

Justificativa e relevância

De modo geral, os rótulos retratam as relações sociais, os costumes e os valores da sociedade de cada período. Essa riqueza visual é um campo fértil para o estudo do design gráfico, da informação, da cultura visual, da produção gráfica e do percurso histórico destes artefatos. Compreender o design de impressos efêmeros de diferentes períodos colabora para o enriquecimento da História do Design e da Memória Gráfica. Ao utilizar a expressão “memória gráfica”, referimo-nos à linha de estudos que visa à compreensão dos significados e valores de artefatos visuais gráficos, com ênfase em impressos efêmeros no intuito de perceber a expressão da identidade local por meio do design (FARIAS, 2014). A história de nossas manifestações culturais foi contruída dentro do paradigma modernista, com a importação dos modelos de design da Ulm e da Bauhaus na educação na década de 1960, de modo a desconsiderar muitas das produções da indústria gráfica brasileira anteriores, que vêm sendo reveladas como expressões do design brasileiro do período (SOBRAL, 2007).

Ao estudar os rótulos de aguardente de meados do século XX, estamos desvelando expressões da cultura visual do período, investigando a forma como a sociedade cria e seleciona elementos gráficos para compor tais artefatos. Ainda nesse contexto, por se tratar de artefatos impressos nas técnicas de impressão de tipografia e litografia (incluindo a cromolitografia)⁶, também estaremos compreendendo as influências da produção gráfica nas práticas projetuais, colaborando para o entendimento da prática do design brasileiro da época. Ao observar as temáticas recorrentes de tais artefatos, a partir da investigação feita durante o mestrado, bem como de outras pesquisas, algumas delas foram mais fáceis de relacionar semanticamente com a cachaça do que outras.

Por exemplo, é relativamente simples estabelecer relações de significado entre a figura feminina e a cachaça: mulheres conquistam, são sensuais, há todo um erotismo envolvido. A figura masculina, por sua vez, pode ser justificada pelo fato de os homens serem o público majoritário da época. A cachaça estava presente nas confraternizações e nas

⁶ A litografia e a tipografia foram técnicas de impressão que exerceram grande influência nas composições, tendo sido amplamente utilizadas na indústria de rotulagem brasileira. A litografia é uma técnica de impressão que utiliza matriz plana (pedra calcária) e baseia-se no princípio de repulsão entre água e gordura. A imagem é desenhada sobre a pedra com tinta graxa, recebe uma camada de substâncias para que o desenho se fixe; em seguida a pedra é umedecida de modo que as áreas em branco rejeitem a tinta da impressão e as partes desenhadas possam recebê-las. A impressão ocorre de forma direta, ou seja, papel sobre pedra (AGRA JR, 2011). Por sua vez, a Cromolitografia é um termo cunhado pelo francês Godefroy Engelmann, que significa basicamente a impressão litográfica em cores, na qual cada cor utiliza uma pedra diferente (BARROS ET AL., 2016). Nesta tese estaremos utilizando o termo litografia genericamente, podendo abarcar também a cromolitografia, que pode ser entendida como a litografia a cores.

reuniões em mesas de bar. Por sua vez, os atributos da produção da bebida como a própria cana-de-açúcar e os engenhos são estratégias usuais que apresentam relação direta com o produto. Isso também acontece em outras bebidas: o vinho utiliza as videiras, e a cerveja, a cevada. Nesse contexto, as figuras que verdadeiramente surpreendem são os animais.

A escolha dos animais como cerne das investigações estará trazendo um novo olhar, tendo em vista que os demais estudos na área apresentam tal ocorrência, mas não esclarecem as razões dessa recorrência temática nas décadas de 1940 e 1950, algo que não se perpetuou até os dias de hoje na rotulagem de aguardentes. Estaremos então contribuindo para desvendar a relação de como tais signos eram escolhidos na época como representantes das marcas, já que, a princípio, os animais não representam diretamente o produto em si, mas podem estabelecer outras relações de significado.

1.1 Objetivos

Objetivo Geral

O objetivo geral desta tese é investigar o uso da imagem de animais nos rótulos de aguardente brasileiros em meados do século XX, buscando traçar um perfil das referências imagéticas e culturais utilizadas, bem como dos significados atribuídos a essas representações enquanto signos da bebida aguardente.

Objetivos Específicos

- Compreender os fatores que influenciaram a recorrência de estruturas compositivas semelhantes entre os rótulos da coleção e que podem também ter repercutido na recorrência temática de animais.
- Categorizar, de acordo com a temática, os rótulos da Coleção Almirante que trazem elementos pictóricos, buscando a incidência dos animais por estado e em relação ao total de rótulos do acervo.
- Catalogar os rótulos que trazem elementos pictóricos de animais e classificar os animais encontrados, de acordo com as semelhanças e os ambientes em que podem ser achados.
- Relacionar as espécies encontradas na coleção com suas respectivas ocorrências na fauna brasileira e na região do fabricante ou engarrafador da aguardente.
- Compreender as relações de significado estabelecidas entre as designações das aguardentes e os animais presentes nos exemplares.

- Analisar semiologicamente os rótulos que utilizam animais na composição da marca, buscando relações de significado com a aguardente e as referências culturais do período.
- Investigar pontualmente a história de algumas cachaças desse período que serviram de referência compositiva, com ênfase naquelas que utilizam animais como símbolos de suas respectivas marcas.

1.2 Sobre o objeto de estudo e os acervos utilizados

Como já exposto, o acervo utilizado como base para este estudo foi o da *Coleção Almirante*. Para a categorização temática e observações gerais, utilizamos o total de rótulos da coleção, excetuando aqueles que não eram de aguardentes, totalizando 4.654 rótulos. Deste montante, o grupo de rótulos com animais é composto por 402 exemplares, constituindo o corpus de análise deste estudo para: classificação dos animais, avaliação das relações estabelecidas entre designação e animal, bem como observação de algumas características gráficas. Ao utilizarmos o termo *designação*, referimo-nos ao título da aguardente (fig. 1). Para a análise semiológica, foi selecionada uma amostra representativa composta por 35 rótulos com figuras de animais, cerca de 10% do total desse grupo temático.

Como suporte para apreciação dos objetos de estudo, foram utilizados eventualmente: rótulos do Acervo Imagens Comerciais de Pernambuco (ICP - UFPE), registros de efêmeros feitos na Biblioteca Nacional durante o mestrado e páginas de livros de juntas comerciais fotografados no Arquivo Nacional (RJ), bem como periódicos diversos disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional (<http://memoria.bn.br/hdb/uf.aspx>). Na *Coleção Almirante*, observamos em grande parte dos rótulos, o uso de duas marcas (fig.1): a **marca do fabricante ou engarrafador** (1), muitas vezes formada pelas respectivas iniciais dos seus nomes (3); e a **marca do produto ou de comércio**, que é basicamente o próprio rótulo, tendo como elementos principais a designação (5) e os elementos pictóricos (6) e como elementos secundários, a tipificação (4) e o engarrafador (3).



Figura 1. Rótulo Tuninha (Marca do comércio) com destaque para o selo do engarrafador, elemento pictórico principal, designação e tipificação.

1.3 Hipóteses

A partir da observação da Coleção Almirante, bem como do estudo prévio realizado durante o mestrado e de especulações advindas de outros estudos, formulamos as seguintes hipóteses a serem averiguadas:

Hipótese principal

A hipótese principal desta tese é que a maioria dos animais são representativos da fauna brasileira, constituindo uma tendência do período, independente do estado brasileiro.

Hipótese secundária 1

A recorrência de animais é reflexo de um Brasil ainda predominantemente rural, sendo os animais mais recorrentes aqueles pertencentes a esse cotidiano.

Hipótese secundária 2

A grande recorrência de animais no estado de Pernambuco advém das cachaças que se tornaram populares e configuraram um modelo gráfico a ser seguido.

1.4 Escopo da metodologia geral

A fim de nortear como se deu o estudo e suas respectivas etapas, apresentamos aqui um escopo da metodologia geral. As etapas em detalhe foram expostas separadamente no decorrer dos capítulos. Bauer, Gaskell & Allum (2002) discorrem sobre quatro dimensões dentro da investigação social: primeiro, o delineamento da pesquisa com seus princípios estratégicos; segundo, os métodos de coleta de dados; terceiro, os tratamentos analíticos dos dados e, por fim, os interesses do conhecimento. No quadro abaixo, podemos averiguar de que se trata cada dimensão.

Princípios do delineamento	Geração de dados	Análise dos dados	Interesses do conhecimento
Estudo de caso	Entrevista individual	Formal	
Estudo comparativo	Questionário	Modelagem estatística	
Levantamento por Amostragem	Grupos focais	Análise estrutural	Controle e predição
Levantamento por Painel	Filme	Informal	Construção de consenso
Experimento	Registros áudio-visuais	Análise de conteúdo	Emancipação e "empoderamento"
Observação Participante	Observação sistemática	Codificação	
	Coleta de documentos	Indexação	
Etnografia	Registro de sons	Análise semiótica	
		Análise retórica	
		Análise de discurso	

Figura 2. As quatro dimensões do projeto de pesquisa. Fonte: Bauer, Gaskell & Allum (2002).

Os autores defendem a ideia de que todas as quatro dimensões devem ser vistas como escolhas relativamente independentes no processo de pesquisa. Nesse sentido, a escolha da natureza da pesquisa, se quantitativa ou qualitativa, deverá ser uma decisão primária para a geração e análise de dados e secundária para o delineamento da pesquisa e interesses de conhecimento. Adotamos para este estudo uma abordagem quantitativo-qualitativa. A pesquisa quantitativa lida com números e utiliza modelos estatísticos para analisar os dados, sendo o protótipo mais conhecido a pesquisa de levantamento de opinião. Já a pesquisa qualitativa, lida com interpretações, sendo mais descritiva. Conforme Bauer, Gaskell & Allum (2002), não existe quantificação sem qualificação, visto que é necessário ter uma noção das distinções qualitativas entre categorias sociais, para que se possa estimar a incidência de cada categoria. Os autores exemplificam que, ao avaliar a distribuição de cores num jardim de flores (quantitativo), é necessário primeiramente identificar o conjunto de cores que existem no jardim. Além disso, não há análise estatística sem interpretação, já que os dados não falam por si mesmos.

Neste estudo, nós precisamos identificar as temáticas existentes nas produções (qualitativo), para posteriormente quantificar as temáticas mais recorrentes. Também foi necessário identificar os tipos de animas (qualitativo), para depois agrupá-los e estabelecer os tipos recorrentes (quantitativo). A análise dos rótulos em si também adotou dados de natureza quantitativa, na incidência de recursos estilísticos e de composição. Já a análise de significado adotou um viés qualitativo, visto que focou na interpretação de cada produção. A partir desses paradigmas, definimos o percurso metodológico. Esta pesquisa apresenta três momentos principais: (1) Fase exploratória, corresponde à investigação preliminar da coleção e descobertas que nortearam o estudo; (2) Fase descritiva, que traz a investigação detalhada da Coleção Almirante e descrição dos animais encontrados; (3) Análise semiológica e estilística das produções, na qual selecionamos e analisamos exemplares da Coleção Almirante para análise de referências, recorrências e significados atrelados às produções, conforme discorreremos a seguir.

1.4.1 Fase exploratória

Pesquisa Bibliográfica | A pesquisa incluiu os tópicos: História da produção de açúcar e da cachaça no Brasil, transição do rural para o urbano, rótulos, registro de marcas, estudos na área de rotulagem de cachaça, memória gráfica, taxonomia (sistemática) dos seres vivos, fauna brasileira, cultura popular, folclore, semiótica, semiologia e modelos de análise de imagens.

Investigação Preliminar | Foram realizadas visitas à Fundação Joaquim Nabuco, nas quais exemplares da Coleção Almirante foram observados no intuito de adequar a ficha de categorização utilizada durante o mestrado para ser aplicada em toda a coleção. Nessas visitas também foram percebidos rótulos com composição gráfica semelhante. Os resultados desta investigação foram expostos nos capítulos 3 e 4.

Levantamento da legislação referente aos registros de marca | Levantamento feito em busca de evolução das formas de registro de marca na legislação brasileira, desde seu início, no século XIX, até os dias atuais, perpassando pelas formas de registro condizentes ao período da coleção (décadas de 1940 e 1950). Esse levantamento foi exposto no capítulo 3.

Estudo comparativo de rótulos semelhantes | Estudo de rótulos observados durante a investigação preliminar com estruturas compositivas semelhantes. Tais artefatos contrariam as normas referentes ao registro de marcas encontradas no levantamento da

legislação. Os casos foram avaliados, utilizando como suporte para análise a taxonomia de Twyman (1979). Esse estudo é exposto no Capítulo 3.

1.4.2 Fase descritiva

Categorização da Coleção Almirante e catalogação dos rótulos de animais | Aqui foram categorizados, de acordo com a temática, os rótulos de aguardente da coleção. Na categorização, as informações levantadas para cada rótulo foram: o estado do engarrafador ou fabricante, a temática e o estabelecimento gráfico, quando presente no rótulo. Os rótulos da temática “animal” ainda foram catalogados com a designação, identificação do animal e descrição dos elementos pictóricos presentes. O processo e os resultados são descritos no capítulo 4.

Mapeamento da circulação da produção gráfica dos rótulos de aguardente | A partir do levantamento feito dos estabelecimentos gráficos na categorização, foi possível elencar os nomes das litografias ou tipografias que apareciam com maior frequência e desenvolver os trajetos das encomendas de rótulos feitas entre os estados. A descrição do processo e os respectivos resultados são descritos no capítulo 3, por repercutirem nas estruturas compositivas semelhantes (*modelos gráficos*) apresentadas neste mesmo capítulo.

Estudo da taxonomia dos animais encontrados na Coleção Almirante e da fauna brasileira | Foi feito um estudo de sistematização das espécies (taxonomia), tradicional da biologia, e, a partir dessa investigação, os animais dos rótulos foram classificados, segundo suas semelhanças e ambientes em que podem ser encontrados. Os achados foram comparados com a existência de tais espécies na fauna brasileira e expostos no capítulo 4.

1.4.3 Análise semiológica e de elementos gráficos das produções

O processo de análise semiológica foi explicado no capítulo 5. Na análise, foram observados os significados denotativos e conotativos, bem como características visuais dos principais elementos que compunham os rótulos. Para isso, foram utilizados como autores principais Barthes (2006) e Penn (2002) para análise semiológica; e Twyman (1979) associado a Ashwin (1979) para avaliar elementos gráficos nas produções. A descrição da seleção da amostragem, da aplicação do modelo de análise e coleta de dados complementar à esta é

detalhada no capítulo 5. Já a discussão dos resultados advindos da análise é exposta no capítulo 6.

Seleção da amostragem | A seleção da amostragem para análise semiológica levou em consideração o quantitativo de rótulos de animais por estado e a maior diversidade possível de espécies para composição de uma amostra representativa da coleção. Foram apresentados 35 rótulos para a análise de referências e significados. Esse quantitativo nos pareceu suficiente para os objetivos da análise, de modo a ilustrar a diversidade das composições visuais, das referências culturais utilizadas, bem como dos potenciais significados atribuídos, sem recair em casos cujos resultados fossem muito semelhantes e repetitivos.

Aplicação de modelo de análise | Alguns parâmetros foram aplicados na totalidade dos rótulos de animais, ou seja, 402 exemplares. Já a análise de significados foi feita em 35 rótulos, aliada às buscas feitas em periódicos na Hemeroteca Digita (BN).

Coleta de dados complementar à análise: questionários, entrevistas em grupo (*focus group*) e entrevistas individuais | Em apoio à análise, foram realizados questionários em eventos na área de design e uma sessão de *focus group* com especialistas em design e história, a fim de ampliar o repertório no processo de interpretação dos rótulos. A ideia foi minimizar a subjetividade da análise quanto aos conhecimentos culturais necessários à análise das produções. Além do grupo focal, foram também realizadas cinco entrevistas, sendo quatro delas com descendentes de proprietários de cachaças, cujos rótulos estão na *Coleção Almirante* e uma com um ex-trabalhador da indústria gráfica recifense nos anos 70, sendo ele especialista na técnica de impressão litográfica. Os resultados dessa coleta foram utilizados especialmente na construção do capítulo 3, ao abordar a história de algumas cachaças desse período que serviram de referência compositiva para criação de outros rótulos; e no capítulo 6, na discussão dos resultados.

Discussão dos resultados | A partir da aplicação do modelo de análise e das coletas de dados complementares realizadas, discutimos os achados de acordo com as recorrências encontradas em estilo, cores e animais; com as referências utilizadas que permeavam o repertório da época e os significados atribuídos às representações.

1.5 Estrutura do documento

Este documento está dividido em cinco capítulos, além da introdução e considerações finais. O Capítulo 2 – O açúcar, a cachaça e a transição do rural para o urbano – volta-se à

contextualização da indústria açucareira brasileira e sua repercussão na transição do rural para o urbano nas principais áreas produtoras. Também é apresentado o percurso histórico da cachaça, a qual acompanhou a indústria açucareira e estava presente no cotidiano dos engenhos e dos trabalhadores desde os tempos coloniais. O intuito desses apontamentos é compreender como se construiu o cenário brasileiro do ponto de vista socioeconômico em meados do século XX, no qual se perpetuaram diferentes marcas de cachaça.

O Capítulo 3 – **As marcas de cachaça: sobre registros, semelhanças e gráficas** – apresenta um panorama geral das marcas de cachaça, por meio da apresentação das formas de registro de marca e algumas produções. Iniciamos abordando sobre o registro de marcas no Brasil, apontando o início do processo, bem como a situação do registro de marcas no período da coleção e na contemporaneidade. Em seguida, apresentamos casos de semelhanças compositivas entre as marcas, fazendo associação com as questões de registro e utilizando Twyman (1979) para descrever e analisar elementos gráficos recorrentes. Em paralelo, apresentamos também parte da história de algumas cachaças que serviram de referência para constituição de modelos gráficos como a Pitú e a Tatuzinho. A partir desses apontamentos, norteamos a circulação da produção gráfica, como um fator catalisador para as recorrências de elementos gráficos, soluções compositivas e de temáticas.

Por sua vez, o Capítulo 4 – **Os animais e a fauna brasileira** – traz o processo de categorização da coleção, demonstrando as várias incidências temáticas encontradas na coleção estudada, bem como o quantitativo da temática “animal” na coleção e proporcionalmente em cada estado. Expomos e classificamos as ocorrências de animais, relacionando-as com a taxonomia dos seres vivos e com a fauna brasileira e da região.

O Capítulo 5 – **Análise semiológica e de elementos gráficos** – apresenta os instrumentos de análise utilizados neste estudo. Iniciamos o capítulo introduzindo a teoria semiótica e, em seguida, apresentamos a abordagem semiológica adaptada por Penn (2002), que foi a escolhida como base para construção do instrumento de análise dos rótulos deste estudo. Para construção do instrumento, foram associados ainda: ingredientes de estilo aplicáveis à análise de ilustrações propostos por Ashwin (1979); a taxonomia de Twyman (1979) para distinguir os elementos gráficos e, por fim, parâmetros para análise tipográfica utilizados por Valadares (2007) e Aragão *et al.* (2008). Descrevemos neste capítulo, ainda, os questionários, entrevistas e o grupo focal realizado com a finalidade de enriquecer a análise desses artefatos.

O Capítulo 6 – **Recorrências, referências e significados** – expõe os resultados advindos da análise. Discutimos as recorrências observadas na relação entre as designações e os animais utilizados nos exemplares, bem como na avaliação dos ingredientes de estilo de

Ashwin (1979). Em seguida, apresentamos a análise das representações de animais, avaliando aspectos denotativos e conotativos, referências do período utilizadas e significados possíveis atribuídos às representações.

Finalizamos o documento apresentando as **considerações finais**, elucidando uma síntese dos resultados obtidos, além da averiguação das hipóteses estipuladas e caminhos para novas investigações.

2 O AÇÚCAR, A CACHAÇA E A TRANSIÇÃO DO RURAL PARA O URBANO

Este capítulo se volta à contextualização da indústria açucareira brasileira e como isso repercutiu na transição do rural para o urbano nas principais áreas produtoras com a migração do homem do campo. Expomos também o percurso histórico da cachaça, que acompanhou a indústria açucareira e estava presente no cotidiano dos engenhos e dos trabalhadores desde os tempos coloniais. O intuito desses apontamentos é compreender como se construiu o cenário brasileiro, do ponto de vista socioeconômico, em meados do século XX, no qual se perpetuaram diferentes marcas de cachaça e seus rótulos imaginativos. Quem eram os cativos da cachaça e em quais cenários ela não podia faltar a eles.

2.1 O açúcar

*Antes foram engenhos,
poucos agora são usinas.
Antes foram engenhos,
agora são imensos partidos.
Antes foram engenhos,
com suas caldeiras vivas;
agora são informes
corpos que nada identifica.*

"O Rio", João Cabral de Melo Neto, (Rio de Janeiro, 1966, p.135).

Para falar do contexto em que a economia açucareira se instalou ainda no Brasil Colônia, mesmo período em que surgiu a cachaça, bebida que norteia o universo desta tese, podemos voltar ainda à expansão comercial da Europa e à necessidade de ocupação das terras americanas. O ciclo da cana-de-açúcar marca a história brasileira, desde os primeiros tempos da colonização, com a instituição das Capitanias Hereditárias. Neste cenário, Pernambuco foi o ambiente perfeito, com a terra massapê, permanecendo por quatro séculos como o principal produtor do país. Dantas Silva (2002) nota que os bairros de Recife trazem nomes de antigos engenhos: Casa Forte, Apipucos, Engenho do Meio. Eles receberam os nomes de engenhos que se distribuíam pelas várzeas dos rios Beberibe, Capibaribe, Jaboatão e Una.

De acordo com Furtado (2007), a ocupação econômica do território brasileiro é fruto em boa parte das pressões que as outras nações europeias exerciam em Portugal e Espanha, contestando o direito às terras descobertas, já que ainda não haviam sido devidamente ocupadas. Neste sentido, tornou-se imperativo um esforço para ocupação destas terras, para que não fossem perdidas. Fazia-se também imprescindível a defesa destes territórios, mas

para isto eram necessários muitos recursos. Enquanto a Espanha teve uma exploração de metais preciosos imediata, permitindo de alguma forma dispor de recursos para a defesa das terras, Portugal ainda precisava encontrar uma forma de utilização de sua parte nas terras americanas.

Por essa época nenhum produto agrícola participava do comércio em grande escala na Europa (FURTADO, 2007). O trigo, que era o principal produto da terra, sofria com os fretes elevados, devido à insegurança do transporte em grandes distâncias. Neste cenário, explorar agricolamente uma terra distante pareceria uma hipótese inviável. As especiarias do oriente eram os tipos de produto que ainda sustentariam esses altos gastos. Neste panorama, a produção do açúcar se estabeleceu como a principal atividade agroindustrial por volta de 400 anos de colonização do Novo Mundo (GODOY, 2004).

Um dos fatores que possibilitou o êxito desse empreendimento, foi o fato de Portugal já ter iniciado a produção de açúcar nas ilhas do Atlântico. Isso resolvia os problemas técnicos relacionados ao açúcar, já que Portugal detinha o conhecimento da indústria de equipamentos para engenhos açucareiros (FURTADO, 2007). Apesar dos conhecimentos prévios, a implantação do negócio exigia um alto investimento, que contou com financiamento holandês. A mão de obra escrava foi a solução encontrada para a viabilidade do empreendimento, visto que atrair trabalhadores para a região nas parcas condições de trabalho oferecidas seria muito dispendioso. Contudo, o aproveitamento do escravo indígena, que estava nos planos iniciais, mostrou-se inviável na escala requerida pelos engenhos de açúcar.

Furtado (2007) pontua que nessa altura os portugueses possuíam um amplo conhecimento do mercado africano de escravos, resultante das operações de guerra para captura de negros pagãos nos tempos de D. Henrique. Para Freyre (2013), foi o açúcar e não aqueles que se beneficiavam dele, que trouxe a escravidão e exigiu a produção em larga escala, dificultando o surgimento de uma sociedade agrícola diversificada. Graças ao empreendimento açucareiro, no século XVII, Portugal já havia avançado bastante da parte que lhe coubera no Tratado de Tordesilhas original. A decadência da economia espanhola, a qual se deve à descoberta precoce dos metais preciosos nas terras que pertencem a ela, também favoreceu o êxito da empresa agrícola colonizadora portuguesa. Por três séculos, os portugueses permaneceram à frente na produção agroaçucareira, primeiro com os engenhos nas ilhas do Atlântico, especialmente a Madeira, depois com a implantação e rápida disseminação nas terras brasileiras, notadamente no litoral nordestino (GODOY, 2004).

O Nordeste brasileiro foi o primeiro grande espaço produtor de açúcar na colônia. Foram estabelecidos engenhos de cana nos litorais da Bahia, Pernambuco, Alagoas, Sergipe,

Paraíba e Rio Grande do Norte. O fator que mais influenciou a escolha dos locais para os primeiros engenhos foi a proximidade da água, que, além de ser a melhor fonte de energia na época, poderia facilitar o transporte do produto (GOMES DA SILVA, 2002). Também outros fatores foram importantes como a proximidade das matas, para se extrair combustíveis, o solo favorável e a distância dos índios, por razões de defesa.

A economia canavieira nordestina era baseada no latifúndio e no escravismo, direcionada para atender às necessidades do capital mercantil, criando, assim, restrições aos pequenos empreendimentos, que acabavam por subsidiar o fornecimento de matéria-prima para as maiores unidades produtivas. De acordo com Antonil (1982), no livro *Cultura e opulência do Brasil, por suas drogas e minas*, ao se estabelecer no Brasil com o intuito de cultivar a cana-de-açúcar, havia duas possibilidades de engenho: os *engenhos reais*, para os agricultores de grandes posses e as *engenhocas*, que era um tipo de fábrica de menor proporção. São esses engenhos comumente vistos em obras do artista *Fran Post* (fig. 2.1), pintor holandês conhecido por ter registrado paisagens do Brasil Colonial.



Figura 2.1. Engenho de Itamaracá. Fonte: <http://www.ensinarhistoriajoelza.com.br>.

O engenho de açúcar, desde a colonização, funcionou como uma célula formadora da civilização. Podemos falar de um triângulo rural da civilização: a casa grande, o engenho e a capela. No quadro de Fran Post (fig. 2.1), temos o *Engenho Itamaracá*. Na obra, podemos visualizar o engenho ao centro com a moenda, na qual a cana era moída para extração do caldo. A roda de água do lado direito da imagem é a força motriz para o funcionamento da moenda. Via de regra, os engenhos eram movidos por rodas de água ou animais. A carroça puxada pelos bois levava cana para a moenda. Do lado esquerdo da moenda, estão representadas as caldeiras que aqueciam o caldo da cana para virar o melaço. Ao fundo da paisagem temos a casa grande.

A primeira fase do setor canavieiro nordestino (1550-1650) foi caracterizada por grande oferta de mão-de-obra escrava, altos preços do açúcar, grande demanda e ausência de concorrência internacional. Como veremos, outras regiões desenvolveram outro paradigma, com produção voltada para o mercado interno (GODOY, 2004). As atividades agroaçucareiras do Rio de Janeiro e São Paulo, por exemplo, presentes desde as primeiras décadas da ocupação portuguesa no Brasil até grande parte do século XVIII, eram voltadas para o autoconsumo. O que modificou esse quadro político-econômico de ascensão da empresa agrícola foi a absorção de Portugal pela Espanha. A guerra entre a Espanha e a Holanda repercutiu na colônia portuguesa. No início do século XVII, os holandeses controlavam praticamente todo o comércio marítimo. Logo, contar com a cooperação deste país era essencial para distribuição do açúcar pela Europa.

A luta pelo controle do açúcar, negócio do qual os holandeses já faziam parte, tornou-se uma das razões da guerra. A ruptura do sistema cooperativo de antes acabou por ser duradoura, visto que, durante o tempo em que ficaram no Brasil, os holandeses aprenderam os conhecimentos necessários para implantação de uma indústria açucareira concorrente, a qual foi implantada no Caribe. Com isso, o monopólio açucareiro advindo dos portugueses como produtores e dos holandeses como grupo financeiro que controlava o comércio europeu acabou por se findar. E, dentre as consequências, temos a queda da rentabilidade do açúcar, o qual, na segunda metade do século XVII, tem seu preço reduzido à metade (FURTADO, 2007). Ingleses e franceses também, no final do século XVII, montaram, em muitas ilhas, unidades manufactureiras, a partir dos conhecimentos difundidos pelos portugueses e holandeses. Em meados do século XVIII, as colônias inglesas, holandesas, espanholas e dinamarquesas detinham em conjunto a maior parte do açúcar no mercado internacional (GODOY, 2004).

Na segunda metade do século XVII, a evolução da colônia portuguesa na América é profundamente marcada pelo novo rumo que Portugal segue enquanto potência colonial (FURTADO, 2007). Ao recuperar a independência da Espanha, Portugal precisou ligar seu destino à Inglaterra, grande potência do período, alienando assim parte de sua soberania em prol de sua sobrevivência enquanto metrópole colonial. Essa aliança marca a política e a economia de Portugal e do Brasil nos dois séculos seguintes. Apesar das garantias de sobrevivências, proporcionadas por sua nova aliada, a colônia passava por decadência, decorrente da desorganização do mercado do açúcar. O desenvolvimento da produção do ouro no Brasil no século XVIII é que veio modificar esse cenário.

A economia mineira atraía a mão de obra especializada e reduzia ainda mais a rentabilidade do açúcar. O ouro permitiu ao Brasil financiar uma expansão demográfica, a

população de origem europeia aumentou. Para a Inglaterra, por sua vez, o ouro brasileiro trouxe estímulo ao desenvolvimento manufatureiro e uma concentração de reservas que permitiram que seu sistema bancário se tornasse o principal centro financeiro da Europa. No entanto, para Portugal, o ouro não passava de uma riqueza fictícia, já que até os escravos que trabalhavam nas minas tinham que ser vestidos pelos Ingleses (FURTADO, 2007). A economia canavieira nordestina, nesse contexto, passa por uma fase de crise, por fatores que incluíam: perda da exclusividade no suprimento de mercados europeus com início da produção nas Antilhas, queda dos preços do açúcar, declínio da produção, crise da economia mundial e concorrências com as áreas mineradoras por fatores de produção (GODOY, 2004).

Em Minas Gerais, por outro lado, a descoberta aurífera propiciou a disseminação de engenhos e engenhocas de cana na região. Isso se deve ao grande fluxo migratório que resultou na urbanização da área e formação de um mercado consumidor. A economia canavieira mineira se expandiu para o abastecimento das zonas mineradoras, tendo a fabricação do açúcar, da rapadura e da aguardente se mostrado rentável. Essa produção voltada para o mercado interno era vista como uma ameaça para o funcionamento do sistema colonial e para a garantia da exclusividade da metrópole, a qual havia sofrido entraves legais (GODOY, 2004).

A deficiência nos transportes foi outro fator que propiciou a diferenciação da atividade agroaçucareira mineira, visto que os elevados custos de transporte incorporados aos produtos importados acabavam por favorecer sua produção interna. Em Minas, prevaleciam as unidades agrícolas pequenas e médias, baseadas no trabalho familiar e pequenos grupos de escravos. Vale salientar que a forma da atividade da agroindústria da cana-de-açúcar em Minas Gerais representava a forma majoritária de organização dessa atividade no Brasil dos séculos XVIII e XIX. A produção do litoral nordestino, de parte do Rio de Janeiro e de São Paulo se estruturava no latifúndio monocultor escravista voltado para o exterior, já as demais zonas produtoras do país tinham configuração semelhante à mineira (GODOY, 2004).

Já no final do século XVIII acontece a decadência da mineração do ouro no Brasil. Os privilégios econômicos dos quais se beneficiava a Inglaterra passaram para o Brasil independente de 1822. A Inglaterra em plena revolução industrial necessitava de mais consumidores para suas manufaturas, desse modo, era importante manter seus privilégios no novo governo brasileiro. De acordo com Furtado (2007), a primeira metade do século XIX, foi um período de consolidação da integridade territorial e serviu para firmar a independência política brasileira.

No início do século XIX, ao surgirem condições favoráveis, a economia brasileira volta a ter vitalidade. O café também foi ganhando importância, ampliando as relações econômicas com os Estados Unidos, o qual passa a ser o principal mercado importador do Brasil. Essa ligação contribui para que, quando o contrato de privilégios com a Inglaterra se expira em 1842, o Brasil consiga resistir à forte pressão inglesa em firmar novo documento no mesmo estilo (FURTADO, 2007). Contudo, vale salientar que o Brasil da metade do século XIX ainda se assemelhava muito ao dos séculos anteriores, a estrutura econômica baseada no trabalho escravo, permanecera imutável.

Furtado (2007) aponta que, na segunda metade do século XIX, a economia brasileira se dividia em três setores principais: o primeiro setor incluía o açúcar e o algodão, bem como a economia de subsistência ligada a esse setor; o segundo era formado especialmente pela economia de subsistência do sul do país e o terceiro setor tinha como centro a economia cafeeira. As transformações tecnológicas progressivamente revolucionaram o setor agroaçucareiro brasileiro, as mudanças ocorreram nas instalações, nos equipamentos, nos processos produtivos e até nas relações de trabalho (GODOY, 2004). Do século XVI ao século XIX, apenas um tipo de cana era plantado. Em 1810, o Brasil recebeu novos genes de cana, trazidos da ocupação pelo Exército brasileiro na Guiana Francesa de 1810 a 1817, a qual foi denominada “cana caiana” e a antiga ficou sendo chamada de “cana crioula” (ROGERS, 2017).

Dentre as inovações tecnológicas, tivemos a máquina a vapor, mas sua inovação não foi massiva nas primeiras décadas do Século XIX. Pernambuco, por exemplo, teve em 1817 o primeiro engenho a vapor; anos depois já em 1854, existiam apenas cinco engenhos movidos a vapor contra 101 movidos à água e 426 por animais (GOMES DA SILVA, 2002). Havia uma certa resistência à modernização, pequenos e médios agricultores eram aconselhados a não adotarem máquinas a vapor, devido ao alto custo do combustível, reparação dos equipamentos e ainda riscos de explosões.

Com a construção das primeiras estradas de ferro no século XIX, prenunciou-se a mudança de escala na economia açucareira, que seria concretizada com os *Engenhos Centrais* e as *Usinas* (GOMES DA SILVA, 2002). No final do século XIX, subsídios governamentais facilitaram a modernização da economia açucareira. Tais subsídios tinham como objetivo promover grandes e modernos engenhos de açúcar e podiam assumir três formas: subsídios às instituições locais de crédito, garantia de lucros aos investimentos e empréstimos de capital em títulos governamentais. (EISENBERG, 1977).

O *Engenho central* implicava uma divisão de trabalho: os proprietários agrícolas cultivariam a cana, ficando a cargo dos engenhos centrais processá-la. A ideia era a de que o

agricultor se ativesse ao cultivo da cana, dedicando-se ao melhoramento da agricultura, podendo até abandonar o engenho. Já o proprietário do engenho só se preocuparia com os aprimoramentos industriais, abstendo-se de investir em canaviais (EISENBERG, 1977). Os antigos senhores de engenho resistiram à instalação dos primeiros engenhos centrais; ameaçando o abastecimento das fábricas em matéria-prima. Como a produção industrial dependia do fornecimento de canas e o fornecimento pelas plantações era sempre incerto, os engenhos centrais foram condenados ao fracasso. As canas não eram entregues em quantidade suficiente e no ritmo certo. Com isto, a experiência dos engenhos centrais dura por volta de quinze anos (CANABRAVA, 2004).

O fracasso dos engenhos centrais conduziu a uma nova etapa da "revolução tecnológica" açucareira: as usinas. Esse empreendimento era voltado a um sistema de produção similar ao do antigo engenho, unindo o setor agrícola e industrial no mesmo lugar. A usina era uma empresa privada, não tinha obrigações com o Estado, e possuía liberdade para se instalar onde o empresário pretendesse, sendo livre para plantar sua própria cana-de-açúcar. Tratava-se de uma combinação do projeto dos engenhos centrais com a propriedade das plantações de cana, assegurando a matéria-prima necessária. Desta forma, o usineiro tendia à independência dos fornecedores, abolindo a incoerência que existia no sistema dos engenhos centrais (PERRUCCI, 1976). Com isto, os pequenos produtores foram aos poucos abandonando a condição de produção de açúcar, associando-se às usinas na condição de fornecedores de cana.

Rogers (2017) nota também que os agricultores pernambucanos haviam deixado clara sua ambivalência com relação às mudanças no Congresso de 1878, repudiando alterações em suas rotinas políticas, sociais ou agrícolas. A tensão seria agravada com a expansão das usinas por meio da compra das terras dos engenhos mais fracos e sua consequente transformação em *fornecedores de cana*. Os fornecedores de cana eram diferentes dos antigos lavradores de engenho, visto que os primeiros eram antigos senhores, enquanto o lavrador era o próprio manejador da enxada. Enquanto o lavrador reconhecia sua dependência da usina, o fornecedor queria conservar sua autonomia e ser tratado de igual para igual. A proteção legal ainda era insuficiente para todos, com tabelas de preços que variavam de usina para usina. Nesse cenário, os conflitos entre senhores de engenho e usineiros se perpetuavam.

Na *Revista Pernambuco* (1926), João Cabral retrata bem esse cenário de atritos, em texto intitulado "Fornecedores e Usineiros". O autor aponta que antes do aparecimento das usinas, a qualidade de agricultor e industrial cabiam a mesma pessoa, nos chamados engenhos "banguês" (tipo de engenho tradicional). Segundo o autor, as propriedades que

ainda sobreviviam cultivando cana e fabricando açúcar só o faziam ou porque nas proximidades ainda não havia usinas, ou mesmo devido a uma pura resistência a todos os empecilhos, na época, em manter esse tipo de empreendimento. Contudo, o autor reconhece, em seu discurso, o assumido risco que era descartar o maquinário e se ornar um fornecedor, com as tabelas de preço baixo praticadas pelas usinas. Cabral direciona seus argumentos para uma união entre as partes, ao assinalar que, mesmo as usinas que cultivam cana, não conseguem uma produção suficiente para seu abastecimento.

Segundo o texto, a grande fonte dos atritos entra as duas partes eram mesmo as tabelas de preços, que visavam beneficiar apenas os usineiros. Cada usina tinha uma tabela especial, e essa classe alegava que não havia como estabelecer um padrão, visto que existia diferença entre as fábricas em termos de maquinários e distância do mercado. Cabral, neste sentido, intercedia em favor do fornecedor:

"(...) no conceito do afortunado industrial, o pobre fornecedor deve pagar o frete de seu assucar e acarretar com os prejuízos resultantes da deficiência das instalações, comtanto que a percentagem de lucros se mantenha invariavel quaesquer que sejam as condições da usina e sua situação". (CABRAL, Revista de Pernambuco, s/p., 1926).

Com isto, Cabral ressalta que nada havia de igual nessa negociação e que os argumentos não eram coerentes, visto que as melhores tabelas para os fornecedores não vinham de usinas mais aparelhadas. É possível compreender o lado do fornecedor, antigo senhor do engenho, este era antes a parte privilegiada: o produtor de açúcar e detentor de todo processo. Agora o "senhor" se transformava na parte mais frágil, o fornecedor da matéria-prima. Não é de se surpreender a resistência de muitas propriedades para se converter ao novo sistema.

Apesar das resistências, no final da década de 1920, as usinas passaram a superar as produções dos engenhos, como mostra o gráfico do Anuário Açucareiro (fig. 2.2). Nota-se que a mudança foi gradativa, consequente da resistência dos engenhos e das oscilações do mercado do açúcar. Muitas vezes os produtos dos engenhos eram preferidos pelo mercado interno, ou por conseguirem preços mais atrativos, ou pelo fato de a própria população dar preferência ao açúcar mais rústico e não ao mais apurado, o qual também coincidia de ser mais oneroso. Cabe enfatizar também que o gráfico apenas representa a produção do açúcar, os engenhos se voltavam também à produção de outros produtos para o abastecimento interno, como a aguardente e a rapadura e esses também garantiram sua sobrevivência por mais tempo frente à expansão usineira.

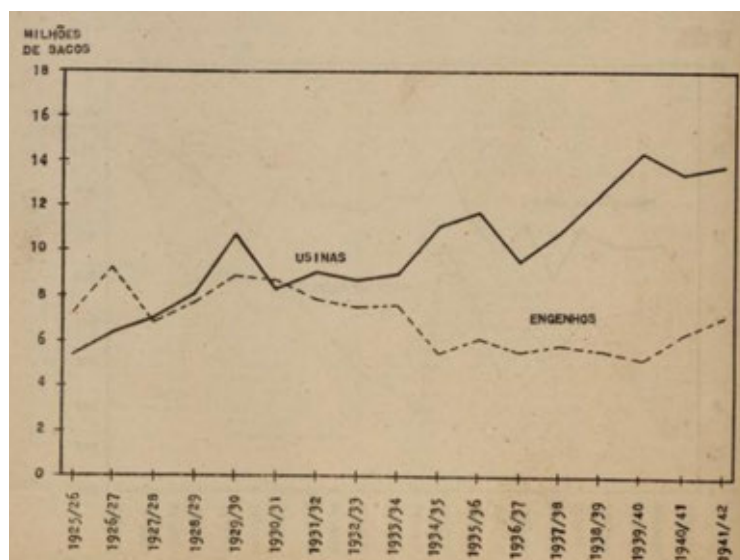


Figura 2.2. Produção do açúcar – Discriminação por categoria de Fábrica – 1925/1926 – 1941/1942 Fonte: Anuário Açucareiro. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1942. p.50

Na tabela, demonstrando a produção de açúcar em usinas e engenhos (fig. 2.3), podemos observar a grande diferença entre alguns estados. Pernambuco, por exemplo, tradicionalmente com uma economia agroaçucareira baseada nas grandes propriedades e voltada para exportação, é o estado que já tem a maior produção de usinas em 1937/1938 e permanece até 1942. Ele é seguido pelos estados do Rio de Janeiro e São Paulo. Comparativamente, esses estados possuem uma menor produção de açúcar na tabela de engenhos em relação ao estado de Minas Gerais, que é, sem dúvidas, o maior produtor de açúcar em engenhos. Esse último que teve a sua produção açucareira voltada para o mercado interno, desde o ciclo do ouro, conseguiu manter por mais tempo os engenhos, baseados em pequenas e médias propriedades.

Conforme Godoy (2004), os engenhos centrais e as usinas foram aos poucos diminuindo a diferença produtiva entre Minas e os demais grandes espaços canavieiros brasileiros. Minas Gerais teve um ritmo muito mais lento de modernização do cultivo. Em São Paulo, Rio de Janeiro e em áreas do Nordeste, a produção industrial superou a produção artesanal nas primeiras décadas do século XX, já em Minas Gerais os engenhos foram os responsáveis pela maior parte da produção de derivados da cana até o início da segunda metade do mesmo século. Essa produção artesanal de derivados se explica pela forma como se deu o desenvolvimento da economia agroaçucareira em Minas.

SITUAÇÃO INDUSTRIAL					
221 — PRODUÇÃO DE AÇUCAR					
21 — Produção de usinas					
ESTADOS	SACOS DE 60 QUILOS				
	1937/38	1938/39	1939/40	1940/41	1941/42
Acre.	—	—	—	—	—
Amazonas.	—	—	—	—	—
Pará.	6.464	6.251	7.469	5.868	6.052
Maranhão.	9.383	7.391	5.635	6.134	6.679
Piauí.	2.004	2.620	1.700	2.209	2.075
Ceará.	7.884	13.195	16.013	15.820	16.059
Rio Grande do Norte.	24.034	38.063	49.949	40.051	46.619
Paraíba.	101.892	220.953	326.412	257.927	311.007
Pernambuco.	3.080.160	4.974.561	5.215.913	4.657.414	4.532.205
Alagoas.	901.567	1.588.786	1.817.698	1.444.371	1.365.245
Sergipe.	524.560	628.486	843.329	847.885	766.075
Bahia.	801.277	568.199	848.887	736.974	661.320
Espírito Santo.	37.865	36.951	40.579	50.000	55.000
Rio de Janeiro.	2.513.960	2.023.707	2.308.122	2.498.160	3.159.576
Distrito Federal.	—	—	—	—	—
São Paulo.	2.408.772	2.198.510	2.464.064	2.330.194	2.252.361
Paraná.	—	—	—	—	—
Sta. Catarina.	46.673	41.686	40.895	60.103	67.243
Rio Grande do Sul.	107	—	—	—	—
Minas Gerais.	414.023	328.240	384.361	532.003	537.599
Goiás.	3.880	583	1.047	1.150	—
Mato Grosso.	19.903	24.537	25.166	25.595	23.986
B R A S I L	10.907.204	12.702.719	14.406.239	13.511.832	13.839.083

221 — PRODUÇÃO DE AÇUCAR					
22 — Produção de Engenhos					
ESTADOS	SACOS DE 60 QUILOS				
	1937/38	1938/39	1939/40	1940/41	1941/42
Acre.	9.240	11.533	9.517	8.745	10.041
Amazonas.	7.326	6.968	7.887	6.881	7.095
Pará.	21.810	19.628	44.500	48.637	60.452
Maranhão.	24.729	48.826	46.400	77.450	98.347
Piauí.	35.504	38.520	38.700	88.167	79.121
Ceará.	182.720	308.226	328.915	553.962	684.715
Rio Grande do Norte.	187.472	151.355	109.109	172.038	149.475
Paraíba.	193.243	252.383	248.960	349.121	387.513
Pernambuco.	515.232	568.060	598.347	697.326	610.127
Alagoas.	353.253	377.950	451.715	505.381	452.836
Sergipe.	56.200	60.130	52.086	39.015	24.595
Bahia.	806.612	596.890	307.834	652.137	749.651
Espírito Santo.	82.765	98.979	79.427	78.739	158.692
Rio de Janeiro.	140.296	98.893	118.732	141.180	212.309
Distrito Federal.	—	—	—	—	—
São Paulo.	400.819	282.528	347.973	394.905	567.127
Paraná.	14.765	12.937	14.836	13.089	18.883
Sta. Catarina.	226.283	248.968	268.527	319.582	414.715
Rio Grande do Sul.	20.300	48.750	35.720	55.108	58.030
Minas Gerais.	2.394.861	2.248.917	1.897.314	2.010.215	2.325.211
Goiás.	158.091	147.395	122.500	158.904	171.858
Mato Grosso.	2.988	2.980	4.742	6.943	7.062
B R A S I L	5.835.508	5.637.009	5.225.713	6.359.501	7.042.830

Figura 2.3. Produção de Açúcar nas Usinas e nos Engenhos em cada estado (1937-1942). Fonte: Anuário Açucareiro. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1942. p.50.

Como já mencionamos, a fabricação de açúcar, rapadura e aguardente em Minas se desenvolveu orientada para o mercado interno, protegido pelas barreiras de transporte, que dificultavam a chegada de produtos externos. Isso possibilitou o crescimento dos engenhos mineiros. A desestruturação dessa produção tradicional se dará com o aperfeiçoamento do transporte e a entrada do produto industrializado, o qual progressivamente conquistará o mercado mineiro, além das intervenções estatais no setor. De acordo com o ritmo da evolução técnica e os objetivos de mercado perseguidos em meados do século XX, Godoy (2004) divide os estados brasileiros em grupos, dos quais destacamos:

- São Paulo, Pernambuco, Alagoas e Rio de Janeiro, como os principais estados com antiga tradição agroaçucareira e vínculos históricos com a produção voltada para o mercado internacional, caracterizados por uma modernização mais acelerada.
- Minas Gerais, Goiás e Ceará, como os estados expoentes tradição do cultivo e derivação da cana-de-açúcar voltados para o mercado interno, caracterizados por uma modernização mais lenta e/ou tardia, mantendo as estruturas tradicionais de engenho por mais tempo.

Estados do Sul, como Santa Catarina e Rio Grande do Sul, compõem o grupo que apresenta o envolvimento mais recente na cultura da cana. Outros estados como Paraná e Mato Grosso do Sul são de pouca tradição canavieira, apresentando expansão recente no contexto apresentado. Godoy (2004) ainda aponta que a Bahia apresentou evolução diferenciada. Analogamente a Bahia possuía, como o grupo de Pernambuco, uma tradição canavieira mais antiga com produção para mercados externos. Contudo, diferentemente, esse estado passou por uma modernização relativamente mais lenta do que outros da mesma região, como Alagoas e Pernambuco.

As mudanças na indústria durante a primeira metade do século XX foram então caracterizadas pela oposição entre engenhos e usinas. Na década de 1930, o Governo Federal criou e organizou instituições estatais a fim de suprir as políticas agrícolas. Em 1931, foi criada a Comissão de Defesa da Produção de Açúcar (CPDA), que viria a ser transformada em 1933 no Instituto do Açúcar e do Alcool (IAA) (DELGADO, 2002). Conforme Rogers (2017), o IAA foi uma empresa pública encarregada do planejamento central da indústria do açúcar. O estabelecimento do instituto fomentou uma rede de centros de pesquisa para aplicação de ciência e tecnologias modernas. Criado no Governo Vargas, o instituto tentou gerar equilíbrio nas áreas de produção, criando quotas por estado e garantias de preço.

De acordo com Rogers (2017), o diretor do IAA, o pernambucano Barbosa Lima Sobrinho, redigiu o Estatuto de Lavoura Canavieira (ELC) a fim de organizar a indústria,

protegendo os engenhos do poder excessivo das usinas. No Anuário Açucareiro de 1942, podemos ver propagandas de açúcar, proveniente de usinas, como o “Assucar Diamante” (fig. 2.4) e a propaganda de uma usina, com fotos do maquinário, numa exaltação à capacidade produtiva do açúcar e do álcool na *Usina Santa Teresinha* (fig. 2.5).



Figuras 2.4 e 2.5. Anúncio Açúcar diamante e Anúncio Usina Santa Teresinha.
Fonte: Anuário Açucareiro. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1942. p.50.

De acordo com Godoy (2004), no século XX, podemos dividir a modernização da produção açucareira em quatro períodos: (1) Até 1930, com a predominância da produção dos engenhos; (2) 1930 a 1950, marcado pela predominância usineira na produção; (3) 1950 a 1970, como o último momento de expansão da produção dos engenhos e a produção industrial das usinas dominando quase que completamente o mercado de açúcar; e, por último, (4) de 1970 até a atualidade, com a aceleração do processo de desestruturação dos engenhos.

2.2 Do rural ao urbano

“O Brasil não tinha nenhuma cidade há somente três séculos; hoje ele as conta aos milhares, fica-se mesmo espantado ante o seu número. Como se constituiu em tão pouco tempo uma associação urbana tão cerrada?” (DEFFONTAINES, 1938, p. 141).

A formação das cidades brasileiras é objeto de pesquisa desde meados do século XX. Neste trabalho, as polaridades “rural” e “urbano” estão sendo trazidas para contextualização do período dos rótulos de cachaça estudados. No caso dos rótulos de cachaça, os engenhos e os animais trazem o lado da vida rural, de outro lado temos figuras retratando os avanços da modernidade por meio dos trajes e posturas. Conforme Couceiro (2003), os espaços de uma cidade são registros que nos auxiliam a entender as organizações de trabalho, as relações sociais e os conflitos que marcaram sua formação histórica. O açúcar, o ouro, o café, todos os ingredientes que acompanharam a economia brasileira até chegarmos ao século XX, de alguma forma tiveram influência na perpetuação do rural e/ou formação das cidades. Como também os resquícios do Brasil Colonial tiveram sua participação nesta transição.

Deffontaines (1938) levanta pontos que contribuíram para formação de uma rede urbana no Brasil. O autor enfatiza a hostilidade do espaço brasileiro para propiciar os agrupamentos, visto que nos inícios, e por muito tempo, a população rural estava dispersa em grandes e isoladas propriedades. Ele aponta as tentativas de agrupamento feitas ao longo da história brasileira e que foram progressivamente se tornando embriões de cidades. Dentre algumas das motivações, são citadas as aglomerações de origem militar com objetivo de defesa do país novo; as cidades mineiras nascidas com a descoberta dos metais preciosos; as cidades dos viajantes, que constituíam pousos em regiões vazias por onde passavam os transportadores com metais preciosos e produtos de plantação; as cidades de navegações, cuja origem remonta aos portos de madeira montados ao longo dos rios nas regiões em que o transporte era feito apenas por água; e as cidades estações ferroviárias, que triunfaram graças às estradas de ferro. Acrescentamos aqui também as ondas de migrações estrangeiras e as migrações internas em diferentes momentos, bem como as aglomerações portuárias marítimas, tais como Santos e Recife.

As referências da imigração estrangeira no Brasil aludem especialmente ao período da segunda metade do século XIX, com as experiências pioneiras de D. João VI e D. Pedro I, com a vinda de colonos Suiços e alemães para os estados do Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Tivemos imigrantes italianos, alemães, poloneses, ucranianos e outros, a maioria destinada a trabalhar nas lavouras de café ou à colonização de regiões ao Sul do Brasil. Vieram também ao Brasil, a partir do século XIX, imigrantes orientais especialmente no início do Século XX. Neste mesmo período temos migração interna de brasileiros das regiões mais estagnadas, como do Nordeste para o Sudeste. A onda imigratória colaborou para o desenvolvimento rural das regiões Sudeste e Sul do Brasil, para a criação de cidades no interior e para o aumento populacional nas grandes cidades brasileiras, especialmente Rio de Janeiro e São Paulo. As levadas maiores de imigração foram interrompidas com a Primeira

Guerra Mundial. Desde o século XIX também, populações oriundas do Nordeste, de Minas Gerais e outras áreas, além do deslocamento da população ainda recém liberta, dirigiram-se especialmente para as grandes cidades litorâneas (BARBOZA, 2003).

Nos primeiros 60 anos do século XX, conforme Weirauch (2003), era difícil encontrar um carioca raiz. A autora aponta que o carioca era o homem moderno, livre de preconceitos provinciais, adaptado aos novos horizontes da República, não importando de que país ou estado viesse. A cidade do Rio de Janeiro atraiu artistas, políticos, homens da ciência, operários, agricultores, intelectuais estrangeiros que provocaram transformações na cidade. As migrações também ocasionaram mudanças urbanas no cenário nordestino.

Como já discutimos, os engenhos centrais e usinas no início da República mudaram as estruturas da economia açucareira e isso se refletiu no cenário rural e urbano. Como expõe Perruci (1976), estas mudanças implicaram no crescimento demográfico na cidade do Recife, além de mudanças nos equipamentos urbanos com o novo momento. O antigo senhor de engenho se tornou fornecedor de cana ou aguardenteiro ou vendeu sua propriedade e migrou para as cidades. Perruci (1976) aponta que no caso de Recife, as novas elites urbanas impulsionam a maior parte das mudanças na região. Como aponta Araújo (1996):

A instalação dos engenhos centrais e das usinas estimulou o aparecimento de estabelecimentos bancários e de novas indústrias no Recife, sobretudo durante a Primeira República. No geral, as indústrias voltaram-se para o setor de bens de consumo, principalmente têxtil e alimentício. Algumas serviam diretamente à indústria açucareira, como as fábricas de sacaria, cal e veículos. Além do mais, ao expulsar o homem do campo e transformá-lo em proletário, as usinas fizeram ampliar o mercado consumidor no campo e na própria cidade. (ARAÚJO, 1996, p.313).

As mudanças estavam acontecendo, tanto para a antiga elite agrária, quanto para as camadas populares. Como aponta Araújo (1996), as usinas impulsionaram o surgimento de estabelecimentos, indústrias de bens de consumo na capital e serviços urbanos. Estava-se criando uma classe trabalhadora urbana advinda dos escravos emancipados e da proletarianização do homem do campo e sua migração para a cidade. Durante a década de 1920, houve grandes migrações do campo para a cidade, visto que havia importantes conexões entre as duas esferas nesse período. Em Recife, metade da classe trabalhadora era formada por gente vinda do interior do estado. Conforme Rogers (2017), esse movimento foi anterior à migração em larga escala dos nordestinos para as grandes cidades de São Paulo e Rio de Janeiro nas décadas seguintes. Essas migrações ajudaram na urbanização do Brasil. Muitos dos trabalhadores que chegaram à Recife, eram certamente das zonas canavieiras.

Segundo Rogers (2017), existe um amplo estudo sobre a política e a sociedade pernambucana dos anos 1920, que indica que essa migração para Recife foi consequência

da dureza do trabalho no campo e às condições econômicas e sociais na vida agrícola. O autor relata sobre o sistema de moradas, que se estabeleceu no contexto da abolição da escravidão e surgimento das usinas. Nesse sistema, o fazendeiro oferecia ao morador casa e horta em troca de trabalho, sendo esse arranjo comum em muitos contextos agrícolas. A abolição da escravidão, a proletarianização do homem do campo e sua migração para a cidade, bem como a expansão das atividades urbanas e a instalação de fábricas na capital resultou na formação da classe trabalhadora urbana, formada por operários, diaristas, caixeiros, empregados domésticos e outros contingentes de assalariados (ARAÚJO, 1996).

Essa classe, porém, também passava por trabalhos árduos e condições precárias. Homens e mulheres operários de fábricas detinham uma jornada de trabalho entre 14 e 17 horas diárias, isso sem falar nos diminutos salários (Araújo, 1996). Rogers (2017) expõe que, numa pesquisa realizada por Josué de Castro, em 1930, acerca das condições da vida das classes trabalhadoras no Nordeste, estudou-se o regime alimentar dessas pessoas, o qual era precário. O estudo feito se baseava especialmente nos trabalhadores da CTP (Companhia de Tecelagem Paulista), a principal da cidade do Recife no período, e apontava que muitos sobreviviam comendo caranguejos dos rios poluídos perto da fábrica de tecelagem. Isso quando tinham a sorte de estar empregados, tendo em vista que as fábricas ainda em formação não absorviam toda a população. Como nota Araújo (1996), em relação à classe trabalhadora urbana:

Ao lado desta, formava-se uma outra camada marginal, verdadeiro exército de reserva de força de trabalho, que habitava os mangues e alagados do Recife, sobrevivendo de pequenos expedientes e do que dali retiravam: caranguejos, aratus e peixes. (Araújo, 1996, p. 314).

Ao se referir diretamente a Pernambuco, mas, de certo modo, também ao país como um todo, Araújo (1996) aborda que, entre o final do século XIX e início do século XX, a sociedade podia ser dividida em duas classes principais: a classe popular (*povo comum*) e a classe conservadora (*gente de bem*), que incluía a elite agrária, grandes comerciantes e agentes financeiros e industriais. A autora nota que havia também a classe urbana média, formada por profissionais liberais, comerciantes médios, funcionários públicos, civis e militares dos escalões mais altos. A massa popular, formada por trabalhadores ligados às atividades mecânicas e manuais, incluindo nessa massa os artistas, não eram privilegiadas pela República instaurada. O sistema eleitoral, mesmo entre os anos de 1875 e 1920, impedia os analfabetos de votar e com isto excluía a maior parte da população. Araújo (1996) aponta que as poucas conquistas populares viriam a ser alcançadas a partir de 1914, com o movimento operário.

O movimento migratório colaborou para inúmeras manifestações reivindicatórias de trabalhadores rurais e urbanos. O Brasil do início do Século XX era um país recém-saído da escravidão, com uma economia não diversificada marcada pelas feridas recentes do período colonial e uma vida política dominada ainda por um governo de poucos, constituído especialmente por latifundiários insatisfeitos com a obrigação de pagar os salários exigidos pelo capitalismo mundial. A década de 1920 é conforme Barboza (2003), a mais tensa da República Velha. A autora aponta vários acontecimentos, dentre eles: a Semana de Arte Moderna (1922), o movimento feminista em defesa do voto, a formação do Bloco Operário Camponês, a crise do capitalismo em 1929, que afetou a economia cafeeira e a formação da Aliança Liberal, com a liderança de Getúlio Vargas.

Na investigação de Couceiro (2003), a pesquisadora contextualiza as mudanças que se passam no Brasil, com foco na cidade de Recife da década de 1920. Bondes nas ruas, a sucessão presidencial com os candidatos da Aliança Liberal, crise dos produtos, alto preço da carne na cidade, dificuldade de abastecimento de alimentos na cidade do Recife, o futebol brasileiro nos noticiários, as prisões por vagabundagem e a violência recifense, a programação dos cinemas que já existiam nos jornais da época, as festividades de fim de ano, cuja maior atração era a energia elétrica que estaria iluminando as fachadas e celebrações. Para a referida autora, a partir do início do século XX, o ritmo da cidade está mais acelerado, seja pelas evoluções na área dos transportes, com os automóveis em circulação, seja pelo avanço na comunicação com os jornais impressos e revistas. Nesse contexto, temos uma grande variedade de impressos que servem para contar as mudanças que aconteciam na cidade, o retrato da sociedade da época.

Em relação a política Couceiro (2003), reforça a ideia de um processo de exclusão da maioria da população nas atividades políticas. Além da política agitando a cidade do Recife, tinham as ideias advindas do Movimento Modernista de São Paulo. A autora nota que, no Brasil do início do século XX, intelectuais brasileiros questionavam os modelos importados estrangeiros e davam norte para a formação da identidade cultural brasileira. Era a busca de um caminho próprio, do lugar do Brasil na modernidade, de uma autonomia na história e na cultura, do resgate do passado e sua ressignificação, da confluência das tradições e registros culturais herdados de africanos, europeus e indígenas. Era a construção do povo brasileiro.

Na tentativa de construir a ideia de nação e de povo brasileiro, temos intelectuais que se voltam para o novo e o moderno, defendendo a liberdade da criação artística e voltando-se contra as amarras do passado e da tradição, esse era o grupo empolgado com a modernização, com as mudanças na cidade, com a renovação artística na construção de novas bases para o país. De outro lado temos intelectuais simpatizantes do regionalismo,

liderados por Freyre, assumindo uma posição crítica em relação aos modernistas de São Paulo, ao defender tradições locais e preservação do passado como elementos essenciais na constituição de uma identidade nacional (COUCEIRO, 2003). A discussão dos dois grupos envolvia as questões do país, mas também da cidade, em fatores como o desaparecimento do patrimônio artístico português, a preservação ou não dos costumes tradicionais, a transformação urbana.

Gilberto Freyre, Sérgio Buarque de Holanda e Caio Prado Junior enquadravam-se na ênfase no Brasil rural. Conforme Bueno (2012):

Gilberto Freyre focaliza o mundo rural em *Casa Grande & Senzala*, de 1933, e insinua o alvorecer de um mundo urbano em *Sobrados e mocambos: decadência do patriarcado rural do Brasil e desenvolvimento urbano*, de 1936; Caio Prado fala dos nossos núcleos como uma "retaguarda rural" do mercado urbano europeu em *História econômica do Brasil*, de 1945; Sérgio Buarque de Holanda, em *Raízes do Brasil*, de 1936, ao buscar os fundamentos da nossa formação discute em dois capítulos o ruralismo predominante. (BUENO, 2012, p.15).

O Brasil estava sendo redescoberto pelos próprios brasileiros e os anos 30 preparavam o caminho da modernização urbana. Com a crise do capitalismo de 1929, o primeiro Governo Vargas lançou as bases para o desenvolvimento capitalista moderno nacional, voltando-se para o mercado interno. Na década de 1930, temos êxodo rural, salários baixos, além de obras urbanas direcionadas para ocupar a ociosidade de trabalhadores desempregados (BARBOZA, 2003). As transformações econômicas, políticas e sociais, aceleraram o processo de modernização que vinha acontecendo desde o final do século XIX. Dentre as mudanças, a partir dos anos 30, temos o início da integração do mercado brasileiro, devido aos excedentes gerados pelo complexo cafeeiro paulista. Há o investimento de transportes, barreiras alfandegárias são diluídas e, com o incentivo representado pelas guerras mundiais, a indústria do Sudeste passa a fornecer para o mercado nacional, substituindo os importados. Nesse contexto, há um prejuízo para a indústria nordestina, que entra em crise, com destaque para a têxtil, devido a nova concorrência interna (IPEA, 2002). Essas transformações conduziam a compreensão dos desníveis regionais brasileiros. No entanto, a consciência da desigualdade no desenvolvimento regional só estaria mais solidificada no final da década de 1950 e início da década de 1960 (LESSA, 1975).

A força da indústria brasileira só vem mostrar-se de fato a partir de 1930, é nesse cenário que surge um novo período na urbanização, que marca cerca de 50 anos em que o Brasil foi-se industrializando ao lado da intensa e progressiva urbanização. A Revolução de 1930 trouxe um período que alterou a base econômica e social do Velho Brasil Rural: a

substituição de importações, o aumento da força de trabalho operária, a quebra de tarifas aduaneiras na circulação de mercadorias entre os estados brasileiros, a expansão rododiferroviária, a unificação do mercado interno e o salário mínimo nacional (MATOS, 2012) eram rumos para a criação de uma burguesia nacional e de um amplo operariado.

A industrialização foi intensa e se tornou multisetorial, além da implantação de grandes infraestruturas em transporte e energia elétrica. Nesse sentido, a vida no campo foi desestabilizada, culminando no intenso êxodo rural. Como nota Matos (2012), os fluxos migratórios se intensificaram, direcionados em favor da região Sudeste, como resultado da industrialização crescente do eixo Rio/São Paulo. Com isso o Centro-Sul brasileiro foi aglomerando investimentos, infraestrutura e mão-de-obra. É importante ressaltar que, apesar das migrações e da urbanização crescente brasileira, nos anos 1940, a população rural ainda superava a população urbana. Conforme Bueno (2012), no Brasil as populações rural e urbana se equivaleram em 1945, tendo a urbana superado a rural apenas a partir de 1970.

Nesse contexto, o termo caipira demarca a oposição entre o “rural” e o “urbano” (NOGUEIRA, 1986). Esse entendimento se refere justamente a São Paulo e outras regiões do país, nas quais o cidadão da cidade é supervalorizado e há um desprezo pelas figuras do campo ou que não se mostravam identificadas pelo meio urbano e moderno. O termo caipira era também associado às diferenças de classe especialmente nas primeiras décadas do século XX: o branco e os de cor, as diferentes roupas e o comportamento (modos de falar, traquejos e etiqueta). Para o cidadão urbano, ser caipira estava relacionado a ser tímido, desengonçado, sem traquejo social ou familiaridade com os costumes do meio urbano e com a moda.

Nogueira (1986) relata que, especificamente em São Paulo, o caipira foi objeto de sátiras, fruto especialmente do grande êxodo do campo. A camada privilegiada da sociedade que vivia na cidade queria ter sua identidade diferenciada do caipira que vinha do campo e se sobrepôr também aos imigrantes. Nesse sentido, o autor aponta que até a cultura tradicional disposta em elementos como a rede, o pilão e outros utensílios domésticos, passou a ser repudiada, para décadas depois serem novamente apreciados como indicadores de profundo enraizamento sociocultural. Havia a ambivalência em relação a cultura caipira, de um lado o menosprezo, de outro a simpatia. A personagem *Jeca Tatu*, representante da figura do “caipira”, criada por Monteiro Lobato em 1914, passou por diferentes fases.

Segundo Alves Filho (2003), a personagem passa por três momentos: (1914) *Jeca Tatu*, (1919) *Jeca Tatuzinho* (fig. 2.6) e (1947) *Zé Brasil*. Na obra *Urupês* (1914), *Jeca Tatu* era o caipira ignorante, indolente, preguiçoso e que gostava de beber pinga, o responsável pelos

problemas do fazendeiro, era a visão do proprietário rural. Em 1918, ele passa a ser o Jeca Tatuzinho, um símbolo da Campanha Sanitarista. Numa aliança com a Indústria Fontoura de remédios, Lobato remodelou a figura do Jeca, atribuindo que a preguiça na verdade era fruto do *Amarellão*, que se curou com os vermífugos da Fontoura (fig. 2.7.). Já na década de 1940, chega o “Zé Brasil”, momento em que o Jeca surge no discurso de Lobato sobre outro olhar, como o de um trabalhador explorado, uma vítima da fome e da miséria do campo.



Figuras 2.6 e 2.7. Capa Jeca tatuzinho (1950). Instituto Medicamentosa Fontoura S.A. Fonte: Klintowitz (1989, p. 132). Anúncio do Ankilostomina Fontoura. Almanaque do Biotônico, 1935 (Ilustração: J.U.Campos).
Fonte: <<http://www.invivo.fiocruz.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=1035&sid=7>>

Na década de 1940, os principais municípios concentravam a população urbana. As regiões Centro-Oeste e Norte do Brasil ainda eram vazias, sendo Rio de Janeiro e São Paulo, os grandes núcleos da urbanização brasileira. Contudo, Matos (2012) ressalta que, em 1960, o grau de urbanização de muitos municípios já ultrapassava os 90%, com dados registrando 44 municípios brasileiros com mais de 100 mil habitantes. Segundo o autor, o desenvolvimento urbano e industrial era acelerado graças às mudanças na substituição de importações e à ascensão da indústria de base. Matos (2012) nota que no período da Era Vargas e o no subsequente de Juscelino Kubistchek temos o redesenho dos espaços regionais: instalação da grande siderurgia, expansão rodoviárias, barragens hidroelétricas, indústria automobilística, construção de Brasília, aliado ao crescimento demográfico do pós-guerra, o enfraquecimento do meio rural e a consequente migração do homem do campo.

2.3 A cachaça

De acordo com Cascudo (2006), a menção mais antiga da cachaça foi na carta II de Sá Miranda (1481-1558), dedicada ao seu amigo e comensal Antônio Pereira. De acordo com o autor, já se fabricava e se bebia a cachaça pelo Minho, na época do Rei D. João III. Na Espanha, por sua vez, a cachaça era uma aguardente feita com as borras (resíduos das pisas de uvas). O autor ainda aponta que as bebidas indígenas do século XVI, *cauins*, foram batizadas de vinhos. O cauim era uma bebida fermentada à base de mandioca. Nas missões jesuíticas, os religiosos reclamavam do abuso do cauim, para se referir aos destilados de uva, cereais ou mesmo de cana-de-açúcar.

Para Figueiredo & Venâncio (2005), a “cachaça” mencionada no período de 1700, apesar de homônima, pouco tem a ver com a bebida que conhecemos hoje. Os autores apontam que João Antônio Andreoni, um jesuíta italiano, descrevia uma das etapas de produção do açúcar no Brasil Colônia: o caldo de cana depois de escorrer da moenda era colocado para ferver nas caldeiras, quando soltava uma primeira espuma que caía pelas bordas, descia pelo ralo e as bestas se deleitavam. Deste jesuíta são as famosas falas das publicações que tratam da história da cachaça “*porque tudo o que é doce, ainda que imundo, deleita*” e “*o caldo bota fora a primeira escuma, a que chamam cachaça*”. As terminologias relativas às bebidas mudaram de uma forma geral, ganhando novos significados ao longo dos tempos. Aguardente, por exemplo, bebida conhecida hoje como derivada da cana-de-açúcar, sinônimo popular da cachaça, já foi um vocábulo utilizado também indistintamente para bebidas provenientes da uva, mandioca e milho.

A etimologia do termo “cachaça” ainda hoje é vaga. Figueiredo & Venâncio (2005) notam que, nos dicionários, a palavra deriva de *cacho*, grupamento de frutas. Podendo ser ainda associada à versão feminina de *cachaço*, que é a parte grossa do pescoço do porco. A origem do termo pode também ser explicada pelo termo em latim *coquere*, que significa cozinhar, ou mesmo *cacculus*, que deu origem a palavra caldeirão. Os autores notam que a palavra já era empregada desde o século XV em algumas regiões da Espanha e de Portugal para se referir ao vinho de má qualidade ou resíduos destilados no bagaço da uva.

Em 1610, Cascudo (2006, p.16) aponta o registro da bebida por Pyrard de Laval, quando estivera em Salvador: “Faz-se vinho com o suco da cana, que é barato, mas só para os escravos e filhos da terra”. Pode-se perceber que nos tempos coloniais não havia ainda a distinção e o cuidado no emprego dos termos, como o que temos hoje para o vinho e a cachaça. A terminologia “aguardente”, por sua vez, tem uma explicação inusitada. Figueiredo & Venâncio (2005) apontam que o termo “ardente” vai além do fato de “fazer arder a

garganta”, indo para a encarnação do seu próprio espírito. A aguardente, dentro dos preceitos médicos da Antiguidade, era classificada junto com especiarias como a pimenta, visto que continha humores quentes, benéficos à saúde e que combatiam o envelhecimento.

No início do Brasil Colonial, os destilados existentes eram aqueles trazidos pelos colonizadores. Dentre estas bebidas estavam aguardentes de uvas (bagaceiras) ou vinhos de diferentes procedências. Houve tentativa no primeiro século da colonização de produzir vinho nas terras brasileiras, mas a prática foi logo abandonada em detrimento das companhias de comércio, que tratavam da importação do artigo (FIGUEIREDO & VENÂNCIO, 2005). A cana-de-açúcar, por sua vez, perpetuou em nossas terras, como já explanamos neste capítulo.

Da cana-de-açúcar derivaram muitas bebidas nos engenhos. No processo de purificação, o caldo da cana passava por inúmeras fervuras, o que resultava em licores rústicos. A primeira fervura, a dita espuma grossa, era a cachaça servida aos animais. A segunda caldeira, por sua vez, era a espuma recolhida pelos escravos para fazerem garapa ou vinho de mel, o líquido era conservado num pote até azedar para estar no ponto de beber. A última espuma, denominada de “claros”, misturada com água fria resultava na “regalada bebida”, uma bebida mais refrescante e boa para matar a sede, segundo o jesuíta Antonil (1982).

Figueiredo & Venâncio (2005) apontam que os registros dos documentos da época da Colonização não mencionam a existência da aguardente até as primeiras décadas do século XVII, quando começam as primeiras notícias da aguardente destilada em alambiques. Até esse período, as bebidas de que se tem notícia são estes “vinhos rústicos”, bebidas fermentadas, não sendo acompanhados pela elaboração de bebidas destiladas. Com o surgimento da aguardente, ainda no século XVII, temos a denominação “aguardente da terra” em oposição à “aguardente do reino”, importada de Portugal.

No século XVII, temos na Capitania de Pernambuco a exportação de pipas para Angola em troca de africanos, no início do século XVIII essa capitania já exportava em torno de 350 pipas. Já na Bahia, a produção dos alambiques era voltada para o mercado local. Há registros também da comercialização de aguardente nas Atas da Câmara de 1638 em São Paulo. No século XVIII, os alambiques se multiplicavam em Minas Gerais, no Pará e no Maranhão. A expansão da produção dos destilados da cana-de-açúcar estava relacionada à prosperidade do ciclo do açúcar e ao novo papel da América no Império Colonial Português, com o declínio do comércio de especiarias e a conquista nas Índias Orientais.

Em 1570, tínhamos 60 engenhos em funcionamento, já em 1629, contávamos com 346 engenhos no Brasil Colônia. Outros fatores que proporcionavam o sucesso do açúcar eram o

seu preço e a introdução de novas tecnologias que aumentavam a produtividade. Figueiredo & Venâncio (2005) apontam que dois tipos de aguardente surgiram neste momento: a primitiva, elaborada pela destilação do mel que escorria das formas de açúcar, que era colocado para purgar e vendido pelos senhores de engenho àqueles produtores de aguardente, e aquela feita por engenhocas (engenhos menores), que moíam canas que não davam sumo capaz de produzir açúcar e, por isto, aproveitavam para destilar aguardente.

Além do crescimento embalado da produção de açúcar nesse período, as relações dos mercadores em busca de escravos na África também impulsionaram a produção da aguardente, que era exigida como moeda de troca nas negociações. A cachaça na África era chamada de *jeribita*, que chegou, em 1650, a prevalecer sobre os vinhos portugueses na Angola, isso porque estes últimos tinham menor teor alcóolico, eram mais caros e ainda estragavam no calor. Chegou-se ao ponto de a Coroa proibir a importação da *aguardente da terra* nas terras africanas a fim de proteger os interesses dos negociantes de vinhos portugueses.

O termo "aguardente", desde essa época, possuía variações: aguardente do reino, aguardente da terra, aguardente do país, aguardente de cachaça. Cabe salientar que nem sempre a "aguardente" era o destilado de cana-de-açúcar, podendo se referir à garapa azeda, que era uma bebida fermentada, ou ainda se referir à aguardente do reino ou ao destilado de milho. É o termo cachaça que vem trazer mais precisão, ganhando o significado da aguardente feita pela destilação do mel. É em 1873, no *Tesouro da Língua Portuguesa* (um dicionário de português), de Domingos Vieira, que "*cachaça*" se consigna como *termo do Brasil* (CASCUDO, 2006, p.15).

O estigma da bebida cachaça era forte nessa época, sendo associada à bebida feita da repugnante borra de fervura que era destinada aos animais, ou mesmo associada à população mais pobre. Os produtores de aguardente embalados pela expansão na produção da bebida não demoraram a sofrer retaliação no governo colonial, visto que contrariavam os interesses dos comerciantes de vinho. Em 1639, uma provisão foi emitida na Bahia, proibindo a fabricação da bebida em toda a Colônia, alegando-se quebra na arrecadação dos impostos sobre o açúcar, violência entre os escravos que consumiam a bebida e queda do consumo do vinho português. A medida reaparece dez anos depois, reforçada por um Alvará Real, proibindo a venda da cachaça no Brasil, permitindo apenas que os escravos a fabricassem para consumo próprio.

Claramente a proibição advinha das pressões sofridas por parte da Companhia Geral de Comércio do Brasil, que detinha exclusividade dos gêneros de vinho, farinha de trigo, azeite de oliva e bacalhau na colônia. Os acionistas precisavam da morte dos engenhos para

obter os lucros que almejavam. A medida real também não foi bem acatada, visto que seria uma calamidade para os produtores de açúcar. Figueiredo & Venâncio (2005) notam que nem o governador do Rio de Janeiro acatou a proibição, permitindo que os engenhos da capitania continuassem com a produção da bebida. Os argumentos também eram questionáveis, visto que o vinho também embebedava e degradava, além de que não era a aguardente que roubava a clientela do vinho, mas sim a falta do dinheiro.

Como a proibição estava longe de ser acatada, a produção de aguardente foi coberta de impostos pelas câmaras municipais e em nome do Rei. Tais taxas eram quase sempre voltadas para as despesas militares da Colônia. Os subsídios da aguardente foram usados para defesa, para pagamento de professores, obras de igreja e o que mais as Câmaras enredassem. A aguardente chegou até a roubar a cena do açúcar nos momentos de instabilidade da especiaria. Foi no século XVIII que surgiram as condições para o consumo em massa da aguardente de cana. Além de progressos técnicos na destilação, surgia um mercado interno colonial. A população brasileira teve um rápido crescimento com a descoberta do ouro pelos bandeirantes no final do século XVII, que propiciou o surgimento de arraiais e vilas nas regiões produtoras de ouro. Além dos portugueses que vinham para a exploração de minérios, também houve a importação sem precedentes de escravos africanos.

O crescimento populacional estimulou o desenvolvimento da agricultura e a produção da cachaça, por áreas produtoras de açúcar para exportação. O negócio da cachaça se profissionalizou e o fazedor de cachaça se declarava *aguardenteiro* (FIGUEIREDO & VENÂNCIO, 2005). Com isso, o preço da bebida também se elevou, impulsionada também pela tradição dos hábitos alimentares. A jeribita fazia parte da alimentação dos escravos e da população livre pobre, especialmente no café da manhã, antes da labuta. Além disso, estava também inserida na tradição da medicina clássica, por meio da aguardente de uva, tendo tais tratamentos medicinais sido adaptados ao consumo da aguardente de cana, sendo as práticas documentadas nas receitas dos boticários mineiros do século XVIII (FIGUEIREDO & VENÂNCIO, 2005).

Priore (2005) nota que, em Minas Gerais, o hábito de tomar aguardente foi incorporado com o clima mais frio e o trabalho feito dentro dos rios, a aguardente era bebida para proporcionar energia e prevenir doenças pulmonares. Os alimentos e as bebidas, nessa época, tinham a função de conservar a saúde. A autora observa que o indivíduo ficava atento às sensações que o corpo produzia, de acordo com o que consumia. Neste sentido, o que era bom, tinha que fazer bem. A cachaça “fazia bem”, quando tomada sem excessos, esquentava os “frios” e umedecia os “secos”. Além do que, a bebida era produto da cana, que também

dava origem ao açúcar, igualmente considerado um potente medicamento entre os séculos XVI e XVIII. Priore (2005) aborda que, há quatrocentos anos no *Promptuário Fármaco-Cirúrgico* publicado em Lisboa, a aguardente era descrita como um poderoso antisséptico. Documentos revelam que o líquido era utilizado para banhar bebês antes de receber o primeiro enfaixamento ou primeiro leite de peito.

A aguardente teve incontáveis usos no período colonial: massagem, curtimento, mistura e inalação; para lavar a boca antes de chupar mordida de cobra; para fazer um bom bochecho e soprar cabeça de criança para sair “ar de vento” ou “ar de sol”; para lavar machucados, chagas, pústulas de varíola, tratar fraturas; contra febres misturada à purga de fumo e um bocadinho de urina; misturada ao açúcar para ação antitérmica; para abrir o apetite e para enganar a fome; para dar coragem; para os curandeiros curarem dores nas costas, dores de lado, fraqueza, constipação na cabeça e vexame no coração; dentre outros (PRIORE, 2005). Com tantos variados usos, realmente era um líquido milagroso.

Conforme Figueiredo & Venâncio (2005), enquanto o europeu buscava na aguardente uma forma de limpar o organismo, o africano procurava um modo de se comunicar com os deuses. Com tantos usos e cativos, as preocupações de que a aguardente da terra tomasse o lugar do vinho e da aguardente do reino continuaram. Havia ainda os receios de gerar embriaguez nos escravos e causar rebeliões. Novamente a bebida sofreu repressões, em 1715 em Minas Gerais, ordenou-se a destruição dos alambiques e em 1743, a proibição da construção de engenhos de aguardente na capitania.

Os engenhos desviavam a mão-de-obra escrava da mineração, o que ia de encontro aos interesses da coroa. Em contrapartida, a Coroa portuguesa dependia de impostos cobrados em cima da cachaça, o que fazia conter o nível da repressão. Com o declínio da produção do ouro, as medidas passam a ser mais tolerantes. No final do século XVIII, a aguardente já estava bem inserida no cotidiano da colônia, estando em um de seus momentos gloriosos. As diferentes denominações começam a aparecer: branquinha, sinhazinha, moça-branca, imaculada, santinha, dentre outras. Tais denominações, incorporadas à cultura popular da cachaça, podem ser facilmente constatadas nos rótulos de cachaça de meados do século XX.

O consumo da cachaça foi utilizado por vezes na história do Brasil Colonial para justificar a conduta política dos súditos. Conforme Figueiredo & Venâncio (2005), autoridades ameaçadas por protestos populares, titulariam os rebeldes com uma linguagem comum da embriaguez, com fim de desqualificar as relevâncias das reivindicações ao associá-las ao consumo alcoólico. Muitas revoltas aconteceram, em Minas Gerais, na Bahia, no Rio de Janeiro e até na África. Na revolta de 1720, em Vila Rica, por exemplo, o elevado preço da cachaça estimulou o descontentamento. O Conde de Assumar tripudiou dos

rebeldes acreditando não passar de “ingestões de cachaça”. As autoridades desejavam a temperança dos súditos. Inclusive, no início do século, foi criada uma empresa no Rio de Janeiro com a finalidade de tratar o vício da embriaguez. Segundo registros, tal iniciativa curou 75 escravos do problema na época.

Dentre estas revoltas, aconteceu a apelidada “Revolta da Cachaça”. Os soldados quase sempre viviam com seus soldos atrasados, o que acabou por gerar tensão na cidade do Rio de Janeiro ao longo do século XVII. Devido à crescente insatisfação, a Câmara, que estava quebrada financeiramente, decidiu taxar o comércio da aguardente, além de pedir contribuição voluntária para os moradores. Tais impostos não foram suficientes para cobrir as despesas e, pouco tempo depois, mais taxas foram cobradas. Isso culminou em uma rebelião. Nos últimos meses de 1660, moradores da freguesia de São Gonçalo e do Recôncavo fluminense lideraram o movimento de protesto, que destituiu o governador Salvador Corrêa de Sá, esvaziou a Câmara Municipal e suspendeu as taxas da aguardente. Os rebelados permaneceram por seis meses governando a cidade. A repressão da revolta levou ao enforcamento do líder Jerônimo Barbalho. Mas mesmo com o fim da rebelião, a aguardente demorou a ser taxada novamente (FIGUEIREDO & VENÂNCIO, 2005).

Mais tarde, em Ouro Preto (Antiga Vila Rica), em 1831 e 1833, explodiram novamente revoltas em função do excesso de cobranças fiscais em cima da cachaça. Figueiredo & Venâncio (2005) assinalam que o Primeiro Reinado foi bom para produção de aguardente, pois desde o início da independência, D. Pedro I aprovou leis favoráveis aos produtores de aguardente em 1810 e liberou a construção de engenhos em 1827. Com sua abdicação em 1831, no entanto, a bebida teve seu preço regulado por decreto. Houve protestos regados à aguardente em prol da volta do imperador.

A cachaça não foi apenas a bebida que incentivou revoltas, ela também teve seus momentos de símbolo do orgulho patriótico. Era a bebida nativa da terra, tendo sido escolhida como alegoria das novas posições políticas dos colonos em relação aos portugueses, um símbolo de revolta contra a metrópole. Durante a Revolução Pernambucana (1817), a cachaça regou brindes ao sucesso do movimento. Os pernambucanos, numa tentativa de boicotar os produtos estrangeiros, adotaram a cachaça como símbolo de protesto contra o domínio português. Com a independência, a aguardente da terra passa a ser simplesmente a aguardente de cana brasileira, visto que não havia mais a necessidade da distinção da aguardente do reino português.

A cachaça foi a concorrente da aguardente do reino e do vinho português, mas também sofreu a concorrência de outras bebidas nos séculos XVIII e XIX. O café foi difundido como uma bebida útil a vários males da saúde, antes mesmo de o Brasil colônia se tornar produtor

de café. A cerveja também teve um consumo crescente. Como já expomos, quando os portugueses aqui chegaram, os índios consumiam o *cauim*, fermentado da mandioca, que foi rapidamente substituído nas áreas litorâneas pela aguardente do reino e em seguida pela cachaça. Em outras regiões, o consumo se deu de forma diferente, por razões diversas.

Na capitania de São Paulo, por exemplo, a lavoura canavieira não havia sido desenvolvida até metade do século XVIII e o fornecimento dos produtos portugueses era precário na região. Em razão disso, o cauim sobreviveu, sendo feito do milho em vez da mandioca e adotado também pelos portugueses. No Maranhão, por sua vez, desenvolveu-se a aguardente *tiquira*, feita da mandioca. Em Minas Gerais, surgiu o *aluá*, vinho de milho, fermentado criado pelos africanos. Podemos dizer que, desde o século XVII, existia uma espécie de cerveja de milho difundida em certas áreas da colônia. Mas estas cervejas diferiam da atual cerveja da cevada e lúpulo. Apesar de ser uma bebida de produção registrada muito antes de nossa colonização, a cerveja da cevada só se difundiu no Brasil com o fim do pacto colonial (FIGUEIREDO & VENÂNCIO, 2005).

O café e a cerveja foram conquistando o paladar da elite, à medida que o século XIX avançava. Após 1822, novas bebidas vieram também: conhaque, champanha, whisky. A sobrevivência da cachaça foi garantida por ter nos pobres e escravos seus fiéis adeptos. Nesse mesmo século, a cachaça era o oitavo produto da pauta de exportações do Brasil para Portugal. A sua imagem sofreu máculas com o fim da escravidão em 1888. A bebida que, há pouco tempo havia nomeado revoltas, acompanhava a camada social que passava por uma fase de jazigo da miséria e fome, sendo associada à embriaguez, à pobreza, à degradação e à confusão. As confusões e arruaças eram associadas à vagabundagem e à embriaguez dos cachaceiros.

A Semana de Arte Moderna na década de 1920 atenuou um pouco dessa visão degradante. Apesar das conotações negativas associadas à sua imagem, a cachaça foi bebida por intelectuais e artistas, enquanto produto representante da cultura brasileira. A caninha se tornou inspiração para sambas e versos, estando presente também em outras manifestações da cultura popular como o cordel. Priore (2005) relata que Graciliano Ramos foi um dos adeptos da prática de beber cachaça no seu cotidiano. Ao trabalhar no turno da noite, permitia-se intervalos para tomar a caninha. A autora enfatiza que jornalistas, músicos e artistas se mantiveram adeptos à cachaça, mas que não podia ser qualquer uma, tinha que ser da “boa”.

O consumo da aguardente também foi feito durante a II Guerra Mundial, Priore (2005) aponta que os soldados americanos tomaram gosto pela *tiquira*, aguardente de mandioca. Contudo, seu consumo em meados do século XX, ainda era associado às camadas mais

pobres: o homem do campo e a classe trabalhadora urbana. Como coloca Cascudo (1983), o vinho é a bebida da cidade, a bebida do rico, como também é o licor, não são as bebidas do povo e das classes médias. A cachaça era e é uma bebida barata e democrática, não era a bebida representante das elites, mas caminhava entre as camadas sociais, especialmente nas festividades e nos encontros masculinos, com sua associação ao lazer. Veremos nos capítulos seguintes como a linguagem dos rótulos trazem visualidades que representam esses públicos.

Cachaça e festa!

A cachaça é uma bebida democrática, pois permite o convívio de pessoas de diferentes classes. Já funcionou como remédio, teve significados religiosos agregados, sendo utilizada em cultos afro-brasileiros, como o candomblé e a umbanda, ou mesmo nos afro-indo-brasileiros, como o carimbó, além das práticas de magia popular. Nas tradições africanas, é costume encontrá-la nas oferendas; na macumba paulista, o fumo e a pinga atraem os espíritos. A aguardente também acompanhava os rituais de passagem, sendo jogada junto a alimentos nas sepulturas dos ancestrais africanos na Bahia ou em Minas Gerais para que o morto também participasse do banquete; era tomada junto à fogueira pelos nossos antepassados durante as vigílias antes dos enterros para afugentar os maus espíritos; nos velórios da cidade também eram servidos café e cachaça (PRIORE, 2005).

A cachaça veio ainda regando os festejos desde os tempos coloniais. Bebemos à saúde de alguém, erguemos brindes, bebemos juntos em sinal de amizade e punimos os maus bebedores. Canções remetem à tradição de beber. Nos tempos coloniais, a cachaça acompanhava casamentos e batizados na roça, nas festas da colheita e do plantio. Estava presente nas festividades de cunho religioso, sendo bebida por homens e mulheres. Priore (2005) conta que, nas festas de Natal ou Páscoa nos engenhos, serviam-se destilados após as refeições. No século XIX, índios e escravos se reuniam para dançar embalados pela cachaça.

Já no início do século XX, a cachaça se faz presente no carnaval. Enquanto uma festa de todos, o carnaval teve suas origens no final do século XIX. Havia o projeto do carnaval de elite, inspirado nos moldes europeus, o carnaval de estilo burguês, com monopólio das classes dominantes, que não partilhava os valores e as tradições das classes populares. Essa festa de elite exigia vultuosas quantias para a saída dos clubes de alegoria, ademais havia a censura do que era exposto, tolhendo a criatividade nas formas de expressão da festividade. Dentro deste contexto, Araújo (1996) nota que, desde o final da década de 1880, tinha-se

em curso a implantação de uma nova estrutura do Carnaval, com as próprias formas de organização e divertimento das camadas populares. A autora assinala que esse carnaval ia aos poucos tomando conta da festa nas ruas da cidade. Participavam dessa festa os míseros habitantes, aqueles que trabalhavam de sol a sol, mas as classes dominantes preferiam não enxergar seus rostos e reconhecer sua existência.

Enquanto o carnaval de elite dependia de investimentos, o carnaval do povo crescia. Na dita festa, a cachaça também está representada pelos afoxés, os cortejos carnavalescos dos adeptos aos orixás. Conforme Priore (2005), nas mesas dos sambistas famosos também nunca faltou cachaça:

Se você pensa que cachaça é água | cachaça não é água não Cachaça vem do
alambique | E água vem do Ribeirão | Pode me faltar tudo na vida | Arroz feijão e
pão | Pode me faltar manteiga | E tudo mais não faz falta não | Pode me faltar o
amor | Há, há, há, há ! | Isto até eu acho graça | Só não quero que me falte | A danada
da cachaça.

Composição de Marinósio Trigueiro Filho¹, Lúcio de Castro, Heber Lobato, Mirabeau Pinheiro (1953).

A cachaça, enquanto bebida associada ao lazer, a bebida do povo, participa até hoje dessas festividades. Como coloca bem Ferrer (2010), a cachaça virou uma paixão nacional e juntamente com o futebol e o jogo do bicho formam a tríade do lazer do brasileiro. De fato, carnaval não dura o ano inteiro.

2.4 Considerações preliminares

Neste capítulo expomos como se deu a implantação do açúcar no Brasil colonial e suas repercussões. É possível notar que o sistema latifundiário e agroexportador deixou grandes marcas na sociedade. De um lado, temos o senhor de engenho, uma figura que, por séculos, mesmo nas crises do açúcar, exibia o seu poderio; De outro, temos os escravos recém-libertos e a modernização da indústria açucareira. A crise da elite agrária, a formação e modernização das cidades (grandes construções, empreendimentos, fábricas, cinema, arte), a imigração e o empreendedorismo estrangeiro, a grande exploração do trabalhador do campo, a migração para as cidades, a exploração nas fábricas, a miséria, o lazer na simplicidade das festividades rurais, a formação do carnaval popular, o florescimento da

¹ A marchinha das mais famosas tocadas no carnaval até hoje é de autoria de Marinósio Trigueiro Filho, baiano que fincou raízes no Paraná. Marinósio compôs a música nos anos 40, mas só a gravou em 1946 no Uruguai, quando viajava com sua banda. A música foi ouvida pelo autor através da televisão, em 1953, sendo tocada no carnaval carioca. Ele então reivindicou sua autoria e acabou dividindo-a com mais três compositores que haviam mudado alguns versos: Lúcio de Castro, Heber Lobato e Mirabeau Pinheiro (LUPORINI, 2011).

música popular, os modelos estrangeiros exibidos no cinema e nas mídias impressas. Essa confluência de fatores constituiu o cenário do florescimento de muitas aguardentes. A bebida que era vendida em ancoretas, como expõe Ferrer (2010), já era engarrafada em meados do século XX e exibia diferentes marcas. Tradicionalmente a bebida das camadas mais populares, seja na roça, seja na cidade, também era consumida por intelectuais, artistas que a apreciavam e por quem mais quisesse optar por uma bebida mais democrática.

3 AS MARCAS DE CACHAÇA: SOBRE REGISTROS, SEMELHANÇAS E GRÁFICAS

Com os avanços tecnológicos provindos da Segunda Guerra Mundial, a capacidade produtiva pós-guerra voltou-se para os bens de consumo, criando um cenário de prosperidade e expansão econômica. Essa prosperidade parecia ligada às empresas importantes, com boa imagem no mercado, cujos administradores compreendiam a necessidade de desenvolver uma identidade corporativa para diferentes públicos. Conforme Meggs (2009), nesse contexto, o design era visto como uma importante ferramenta na formação de uma boa reputação no mercado.

As marcas visuais já vêm sendo utilizadas durante séculos. Meggs (2009) aponta que na Idade Média se utilizavam marcas obrigatórias, que possibilitavam o controle do comércio pelas guildas. No século XVIII, praticamente todo comerciante ou negociante tinha um selo ou marca registrada. Esse aumento progressivo do uso de marcas foi consequência da Revolução Industrial. A fabricação e o consumo em massa aumentaram o valor e a importância das marcas registradas, que consistiam numa identificação visual do produto.

Os sistemas de identidade visual que surgiam na década de 1950 iam muito além de marcas e símbolos. Nessa época, o design passou a ser contratado para unificar de modo coerente todas as comunicações de uma empresa (MEGGS, 2009). As empresas que podiam atuar no âmbito nacional e multinacional tinham dificuldade de manter uma imagem coesa, e o design entrava nesse contexto para ajudar a alcançar objetivos específicos dessas organizações. É interessante notar que a mesma época em que os sistemas de identidade visual começavam a ganhar importância e fazer sentido no mercado corresponde ao período majoritário dos rótulos estudados nesta pesquisa. Os rótulos, no entanto, correspondiam à própria marca da bebida, cujo desenho podia vir de uma ideia do fabricante ou dos desenhistas das casas litográficas e oficinas tipográficas.

No contexto brasileiro de multiplicidade de concorrentes no ramo da aguardente, já havia a preocupação de proteger a marca de possíveis cópias, especialmente no caso de produtos de grandes fábricas. O registro de marcas era uma forma de proteção da marca e, no Brasil, ele se inicia ainda na época do Império. Neste capítulo expomos uma linha do tempo das formas de registro de marcas e perpassamos por marcas e rótulos de cachaça majoritariamente do período de 1940 e 1950, avaliando práticas compositivas, modelos gráficos adotados e casos de imitações entre marcas. Nosteamos também a variedade de estabelecimentos gráficos brasileiros envolvidos na produção desses rótulos, bem como a circulação da produção gráfica desses artefatos entre os estados brasileiros. Esses dados são

observados a partir das assinaturas das gráficas nos rótulos da Coleção Almirante e notados como um dos fatores catalisadores das recorrências temáticas e compositivas.

3.1 O registro de marcas no Brasil

Conforme Rezende (2003), antes da vinda da corte portuguesa para o Brasil, não havia a regulamentação de patentes, os direitos dos inventores eram atribuídos de forma esparsa. A partir de 1809, por meio de um alvará assinado por D. João VI, o Brasil passou a ter uma legislação específica para patentes. Com o progresso industrial, esse sistema funcionava como uma medida de proteção. Os planos de invento deveriam ser apresentados à Real Junta do Comércio Agricultura, Fábrica e Navegação. Contudo, até 1875, como expõe a autora, o Brasil não possuía uma legislação específica para o registro e exclusividade de nomes ou imagens.

A necessidade de proteger as marcas comerciais em circulação foi apenas percebida após um caso de imitação. Em 1873, a *Meuron & Cia*, que fabricava o rapé baiano, nomeado "Arêa Preta", entrou com uma ação judicial contra a firma pernambucana *Moreira & Cia*, pelo lançamento do Rapé Arêa Parda, que, além de ter denominação semelhante, também utilizava embalagem similar (CUNHA LIMA, 1998; REZENDE, 2003). A *Meuron & Cia* conseguiu apreender parte do material da fabricante pernambucana, mas teve que pagar custos de processo e prejuízo da concorrente, já que não havia ainda uma lei que indicasse o plágio como crime.

Foi a partir desse incidente que o Brasil começou a elaborar a sua primeira legislação sobre o uso de marcas, incluindo nomes e imagens. As Juntas e Inspetorias do Comércio foram os órgãos competentes designados para realizar os registros e depósitos de marcas em todo o território nacional. Rezende (2003) contextualiza o início do registro das marcas brasileiras trazendo para embasamento os Decretos:

- Nº 2662, de 09 de outubro de 1875.
- Nº 2682, de 23 de outubro de 1875.
- Nº 6.385, de 30 de novembro de 1876.
- nº 6.384, de 30 de novembro de 1876.
- Nº 596, de 19 de julho de 1890.
- nº 16.264, de 19 de dezembro de 1923.

A esse compilado acrescentamos a pesquisa feita na legislação para este estudo, incluindo os apontamentos já expostos por Almeida & Coutinho (2017), revisados e atualizados. O Art. 1º do Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875, que regulava o direito que têm o fabricante e o negociante de marcar os produtos de sua manufatura e de seu comércio expunha que:

Art. 1º É reconhecido a qualquer fabricante e negociante o direito de marcar os produtos de sua manufatura e de seu comércio com sinais que os tornem distintos dos de qualquer outra procedência. A marca poderá consistir no nome do fabricante ou negociante, sob uma forma distintiva, no da firma ou razão social, ou em quaisquer outras denominações, emblemas, estampas, selos, sinetes, carimbos, relevos, invólucros de toda a espécie, que possam distinguir os produtos da fábrica, ou os objetos de comércio.

Nota-se que o entendimento de marcas em 1875 abrangia uma gama de diversas apresentações, incluindo emblemas, selos, estampas, carimbos e invólucros de toda a espécie, abarcando dessa forma os rótulos como um todo. Nesse Decreto, ainda se expunha que não se consideravam como marcas apenas cifras ou letras, nem se admitiam imagens ou representações que pudessem suscitar escândalo. Para tornar a marca do produto exclusiva, o fabricante ou mandatário deveria apresentar dois exemplares do modelo para registro, um dos quais ficando colado em um livro próprio no Tribunal ou Conservatória do Comércio, como exposto a seguir:

Art. 3º Para este registro deverá o fabricante ou seu mandatário especial apresentar **dois exemplares do modelo**, dos quais um lhe será restituído com a nota do registro, e o outro colado em um livro próprio, que para esse fim haverá no Tribunal ou Conservatória do Comércio. O modelo consistirá no desenho, gravura ou impresso representando a marca adotada. **(grifo nosso)**.

O Tribunal do Comércio, de que fala esse Decreto, já havia sido suprimido pelo Decreto nº 2.662 de 9 de outubro de 1875. Conforme Rezende (2003), apenas um ano depois foi publicada a instituição de um novo órgão público com fins administrativos análogos aos dos Tribunais. O decreto nº 6384 de 30 de novembro de 1876, organizava e regulava o exercício das juntas e inspetorias comerciais. De acordo com a autora, as marcas podiam ser apresentadas na Junta de diferentes maneiras, desde um esboço de uma imagem (fig. 3.1), até um rótulo litografado completo (figura 3.2). A grande maioria dos registros, no entanto, utilizava os rótulos, que eram colados nos livros das juntas. Conforme Cunha Lima (1998), considerava-se para registro o todo da embalagem: imagem, nome do produtor e do produto.

Depois de depositada na Junta, a marca deveria ser publicada no Diário Oficial ou em qualquer outro jornal de grande circulação, com texto descritivo, data e hora do registro, além do nome do fabricante, também dono da marca. Um recorte desse jornal era

encadernado junto à folha que continha o rótulo afixado, finalizando o processo de registro. A ideia de colocar a notícia do registro da marca em um jornal de grande circulação era torná-la de conhecimento público, sendo passível de punição ou contestação o uso irregular da mesma. Após todos os trâmites, a marca estava protegida por lei, sofrendo penalidades aquele que usasse tal nome ou imagem, como apresentado no Art. 7º do Decreto 2.682 de 1875:

Art. 7º Será punido com um a três meses de prisão e multa de 5 a 20% do dano causado, ou que se poderia causar:

1º O que, sem contrafação, imitar dolosamente marcas alheias de modo que possa enganar ao comprador;

2º O que no mesmo intuito e nas mesmas condições usar de marcas imitadas.

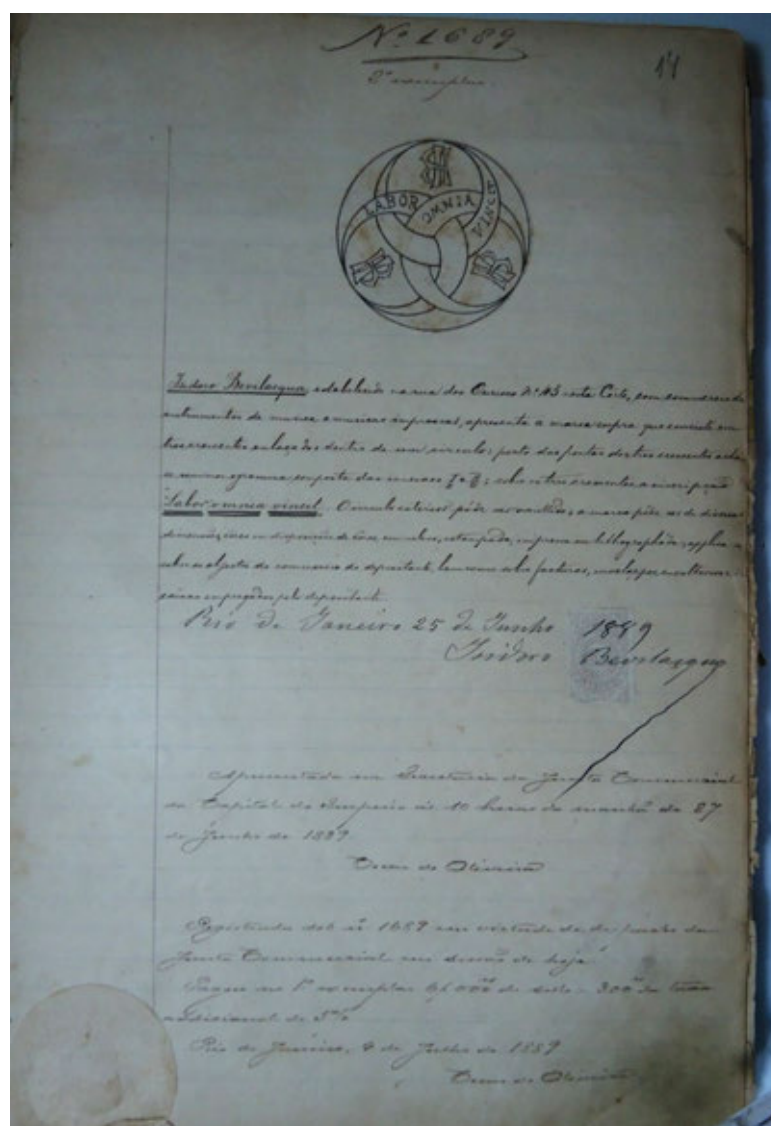


Figura 3.1. Página de Livro da Junta Comercial do Rio de Janeiro (IC372, 1889) com esboço da marca IB (Isidoro Bevilacqua) para um comércio de instrumentos e músicas impressas. A marca poderia ser aplicada tanto nos produtos vendidos, como em impressos. Acervo do Arquivo Nacional.

A internacionalização das marcas também estava prevista no Decreto nº 2.682 de 1875. Segundo Rezende (2003), o Brasil firmou acordos de proteção mútua com a maioria dos países, com os quais mantinha troca comercial, tais quais, França, Bélgica, Holanda, Estados Unidos, Portugal, Dinamarca e outros. Esse sistema se manteve, basicamente até 1923, quando o registro de marcas passou para a esfera federal (CUNHA LIMA, 1998). Os livros-registro da Junta Comercial, contendo os rótulos litografados, foram recolhidos pelo Arquivo Nacional nas primeiras décadas do século XX. Dessa forma, esses artefatos ficaram como patrimônio cultural, já que não têm mais nenhum valor legal.

Rezende (2003) aponta a existência de oito livros-registro no Arquivo Nacional no Rio de Janeiro. Durante visita ao Arquivo Nacional em 2012, a pesquisadora desta tese, teve a oportunidade de checar livros da Junta Comercial do Rio de Janeiro, comprovando tais informações de Rezende (2003). Na época, a vistoria dos livros foi direcionada à procura por rótulos de aguardente ou ainda de outras bebidas (fig. 3.2). Abaixo, uma página de um dos livros vistoriados, de 1889, apresenta o rótulo de um vinho e sua descrição.

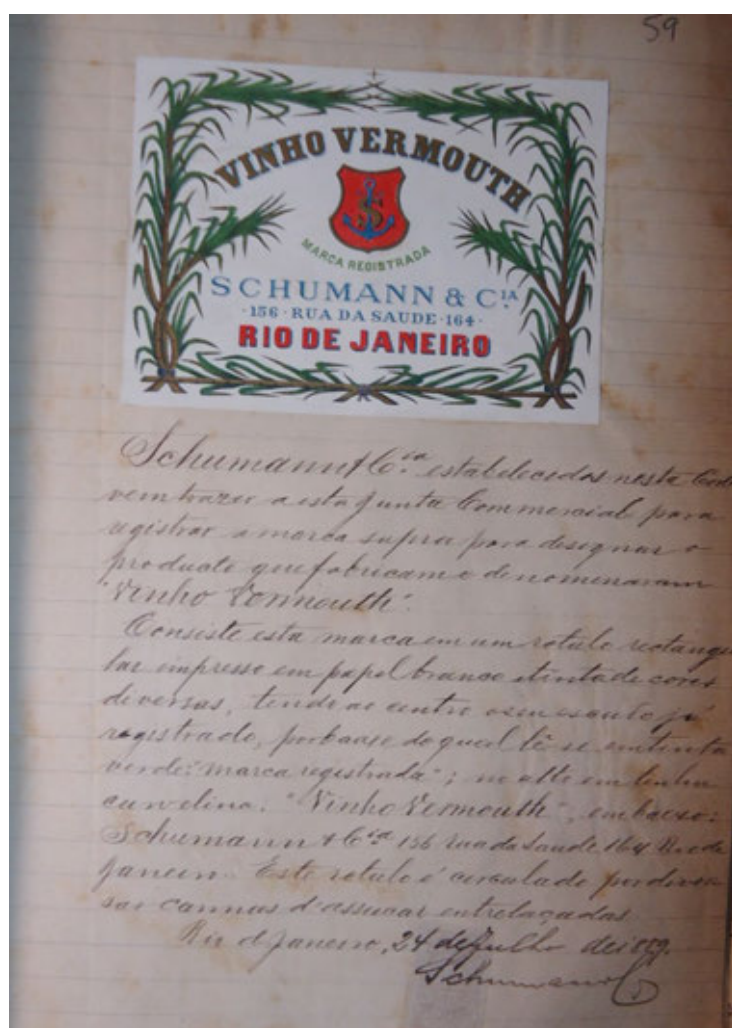


Figura 3.2. Página de Livro da Junta Comercial do Rio de Janeiro (IC372, 1889).

Fonte: Acervo do Arquivo Nacional. Foto: Swanne Almeida.

Com o crescimento urbano e o progresso no setor de transportes, a produção de alimentos e bens de consumo brasileiros aumentou em meados do século XIX. O Brasil precisava de produtos básicos, como insumos, maquinário, peças e implementos ligados ao setor agroexportador. Vale salientar que o desenvolvimento do setor agroexportador não desestimulou o setor industrial brasileiro, a prosperidade da economia agrária foi fundamental para a aquisição de capital para implantação da atividade industrial. Temos rótulos de produtos derivados do tabaco (rapé, fumo, cigarro), bebidas (fermentadas e destiladas), óleos, banhas, farinha, entre outros. No final do século XIX, os rótulos conservavam um alto grau de elaboração e eram registrados por completo como marcas do fabricante ou do produto em juntas comerciais (fig. 3.3).



Figura 3.3. Rótulos variados encontrados nos livros da Junta Comercial do Rio de Janeiro. Banha Refinada Nacional Superior (1889), Algodão Trançado (1888), Imperial Fábrica de Chocolate a vapor (1843), Sabão Doméstico (1889), Pelicano (1888). Fonte: Acervo do Arquivo Nacional. Fotos: Swanne Almeida.

Apesar das tentativas de industrialização no século XIX não terem sido amplamente encorajadas pelo poder público, a participação brasileira no sistema econômico internacional já estava consolidada, como fornecedor de produtos agrícolas e consumidor dos industrializados importados. A fim de acompanhar o progresso do conceito de marca comercial e de fábrica, ampliamos a busca pela legislação referente ao registro de marcas do período estimado da Coleção Almirante. Essa pesquisa foi feita no portal da Câmara dos Deputados¹, em toda a legislação, com todos os tipos de norma selecionados. Utilizamos como palavras-chave para busca: marca de fábrica, registro de marcas e marca de comércio.

¹ Portal da Câmara dos deputados: <<http://www2.camara.leg.br/atividade-legislativa/legislacao>>.

Foram observadas as três primeiras páginas de resultados para cada palavra-chave e selecionadas as normas referentes ao registro de marcas nacionais. Incluímos ainda decretos achados nas décadas de 1960 e 1970, bem como a legislação atual para registro de marcas, a fim de construir um panorama geral.

Em 1887, encontramos dois decretos: o Decreto nº 3346 de 14 de outubro, que estabelece regras para o registro de marcas de fábrica e de comércio e o Decreto nº 9828 de 31 de dezembro, que aprova o Regulamento para execução da norma supracitada (Decreto n. 3346). Esses decretos trazem algumas mudanças em relação ao de 1875 e dão providências mais detalhadas quanto ao registro e depósito de marcas. A primeira grande mudança notada em termos de design foi que letras ou cifras passaram a ser aceitas como marcas, contanto que se revestissem de forma distintiva, conforme aponta o art. 2º do Decreto 3346:

Art. 2º. As marcas de indústria e de comércio podem consistir em tudo que esta Lei não proíba, e faça diferenciar os objetos de outros idênticos ou semelhantes, de proveniência diversa. **Qualquer nome, denominação necessária ou vulgar, firma ou razão social e as letras ou cifras somente servirão para esse fim, revestindo forma distintiva. (grifo nosso).**

O registro, depósito e publicidade das marcas também ficaram mais claramente definidos e explicados, conforme o art. 2º do Decreto 9828:

Art. 2º Efetuar-se-ão: o registro, na Junta ou Inspeção Comercial da sede do estabelecimento, ou do principal, si mais de um da mesma espécie pertencer a um só dono. O depósito, na Junta comercial do Rio de Janeiro. E a publicidade, pela transcrição da certidão do registro no jornal para inserir o expediente do Governo geral ou provincial, conforme a situação do estabelecimento, principal ou único, for a capital do Império e país estrangeiro, ou qualquer Província.

Observa-se que nesses decretos já usavam as Juntas Comerciais e não mais o extinto Tribunal do Comércio. Igualmente, como no decreto de 1875, o prazo de validade de registro da marca é de quinze anos, sendo renovável. Notou-se também uma distinção no gênero da marca que seria registrada, devendo ela ser declarada como marca de indústria ou marca de comércio, conforme o Art.10 do Decreto nº 9828 de 1887.

Art.10. Para efetuar-se o registro é necessária petição do interessado ou seu procurador especial acompanhada de três exemplares da marca, contendo:

1º A representação, por meio de desenho, gravura, impressão ou processo análogo, do que constitua a marca com todos os seus acessórios, inclusive a tinta ou tintas com que deva ser usada;

2º A sua explicação ou descrição;

3º **Declaração do gênero de indústria ou comércio a que a marca se destina, a profissão do peticionário e seu domicílio. (grifo nosso).**

A marca do gênero “indústria” se destinava a marcar o produto feito pela própria indústria. Já a marca do gênero “comércio” era a marca do comerciante, não necessariamente produtor. Na pesquisa encontramos também decretos nos anos de 1904 e 1905, mas não notamos diferenças significativas no conceito de marcas ou nas formas de registro. Em 1923, temos a criação da Diretoria Geral da Propriedade Industrial, a qual teve a seu cargo os serviços de patentes de invenção e de marcas de indústria e de comércio. Além dos exemplares para o registro, era requisitado especificamente o clichê tipográfico da marca. Em 1933, temos a aprovação do regulamento do Departamento Nacional de Propriedade Industrial, pelo Decreto nº 22.989, de 26 de julho de 1933. O depósito, na Década de 1940, já não acontecia mais nas juntas comerciais, mas sim nesse departamento, conforme exposto no Decreto-Lei nº 7903 de 27 de agosto de 1945. O registro tinha um prazo de duração de dez anos.

Art. 126. O pretendente ao registro de marca de indústria ou de comércio, nome comercial, título de estabelecimento, insígnia e expressão ou sinal de propaganda deverá depositar no Departamento Nacional da Propriedade Industrial o seu pedido, acompanhado de três exemplares e de um clichê tipográfico.

O Decreto-Lei 2.848, de 7 de dezembro de 1940, traz o código penal, no qual encontramos no capítulo III as penalidades cabíveis aos casos de crimes contra marcas de indústria e comércio. Conforme o art. 192, é considerado violação de direito de marca quando:

I - reproduzindo, indevidamente, no todo, ou em parte, marca de outrem registrada, ou imitando-a, de modo que possa induzir em erro ou confusão; II - usando marca reproduzida ou imitada nos termos do n. I; III - usando marca legítima de outrem em produto ou artigo que não é de sua fabricação; IV - vendendo, expondo à venda ou tendo em depósito: a) artigo ou produto revestido de marca abusivamente imitada ou reproduzida no todo ou em parte; b) artigo ou produto que tem marca de outrem e não é de fabricação deste: Pena - detenção, de três meses a um ano, e multa, de um a quinze contos de réis.

Apesar da legislação em vigor nessa época ser até mais específica e rigorosa em penalidades do que era no final do século XIX, ainda eram frequentes os casos de imitações nas rotulagens. O Decreto-Lei nº 7903 de 27 de agosto de 1945 dispunha o Código da Propriedade industrial. Essa proteção efetuava-se mediante a concessão de patentes, modelos de utilidade, modelos industriais, variedades novas de plantas, registro de marcas de indústria e comércio e afins, indicações de proveniência e repressão da concorrência desleal.

Nota-se que o código ampliou nesses anos suas medidas de proteção a outras instâncias. O título II do referido Decreto trata das marcas de indústria e de comércio, nome

comercial, título de estabelecimento, insígnia e expressões ou sinal de propaganda. Observa-se já de antemão que o registro não se restringe às marcas, estando agora mais bem elaborado, abarcando inclusive sinais de propaganda ou expressões. A definição de marca da indústria e marca de comércio também vem esclarecida:

Parágrafo único. Considera-se marca de indústria aquela que for usada pelo fabricante, industrial, agricultor ou artífice, para assinalar os seus produtos e marca de comércio, aquela que usa o comerciante para assinalar as mercadorias do seu negócio, fabricadas ou produzidas por outrem.

As marcas suscetíveis de registro também tiveram sua gama ampliada, incluindo, por exemplo, a fotografia:

Das marcas registráveis

Art. 93. São suscetíveis de registro, como marca de indústria ou de comércio, entre outros, os nomes, palavras, denominações, conjunto de letras, algarismos, monogramas, emblemas, figuras, vinhetas, ornatos, desenhos, ilustrações, relevos, perfurações, transparências, estampas, recortes, rendilhados, impressões, gravuras, fotografias, sinetes, cunhos, selos, rótulos, e outros sinais distintivos de atividade industrial, comercial, agrícola ou civil.

Algo interessante nesse decreto, diz respeito às questões de proveniência. Já havíamos encontrado em decretos anteriores a preocupação quanto à falsa indicação de proveniência do produto, contudo, neste temos especificações mais detalhadas, com menos margens a recursos. Não era permitido utilizar na designação nome geográfico que não correspondesse ao local de produção ou extração do produto. Nem era permitido que a indicação de procedência constituísse elemento característico da marca. Contudo, caso a localização não fosse notoriamente reconhecida pela produção do produto, o nome da localidade poderia ser adotado como um nome fantasia. O nome da localidade também poderia ser utilizado na designação, caso tivesse se tornado comum para exprimir a natureza ou gênero do produto, conforme os artigos abaixo.

Art. 101. Ninguém tem o direito de utilizar o nome correspondente ao lugar de fabricação ou de produção para designar produto natural ou artificial, fabricado ou proveniente de lugar diverso.

Parágrafo único. Consideram-se de fantasia, e, como tais, registráveis, os nomes geográficos de lugares que não sejam notoriamente conhecidos como produtores dos artigos ou produtos a que a marca se destina.

Art. 102. Não haverá falsa indicação de proveniência:

1º) quando o produto for designado pelo nome geográfico, que, tendo-se tornado comum, exprima a sua natureza ou gênero, salvo tratando-se de produtos vinícolas;

Art. 103. Não poderá a indicação de procedência constituir elemento característico de marca.

Nos rótulos de cachaça, observamos o uso de localização geográfica como sinônimo de produto no caso de Paraty. Esse município, localizado no estado do Rio de Janeiro, produz cachaça desde o século XVII, tendo sido uma das mais importantes regiões produtoras no Brasil Colônia. Devido a sua qualidade e popularidade, seu nome acabou se tornando sinônimo de aguardente até meados do século XX, como podemos averiguar no rótulo *Pardal Paraty* (fig. 3.4), cujo produto provém do estado do Rio de Janeiro, mas não de Paraty, e sim do município de Duque de Caxias.

Contudo, desde 2007, Paraty recebeu do INPI (Instituto Nacional de Propriedade Industrial) o direito exclusivo de que somente as aguardentes fabricadas no município podem exibir em seus rótulos a indicação: **Cachaça de Paraty, seguida da expressão "Indicação de Procedência"**. Como vimos, essa associação era legalmente permitida na década de 1940 e observamos casos na Coleção Almirante, que utilizam em sua designação o nome Paraty.



Figura 3.4. Rótulo Pardal Paraty (década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Na década de 1960, encontramos o Decreto-Lei nº 254 de 28 de fevereiro de 1967, que apresenta o Código da Propriedade Industrial. Notamos que, mesmo no final da década de 1960, o clichê tipográfico ainda era requisitado para o registro. No campo dos conceitos de marca, temos um novo conceito, o da marca de serviço:

Art. 73. Considera-se marca de indústria e de comércio aquela que é usada pelo fabricante, industrial, agricultor ou artífice, para assinalar os seus produtos ou pelo comerciante para assinalar as mercadorias do seu negócio.

Art. 74. Considera-se **marca de serviço** aquela destinada a distinguir serviços ou atividades.

Em 1970, temos a criação do Instituto Nacional de Propriedade Industrial, autarquia responsável até hoje pelos trâmites da propriedade industrial e, por consequência, do

registro de marcas. O Código de Propriedade Industrial, instituído pela Lei nº 5.772 de 21 de dezembro de 1971, traz um novo conceito de marca, a "marca genérica".

Art. 61. Para os efeitos deste Código, considera-se:

- 1) marca de indústria a usada pelo fabricante industrial ou artífice para distinguir os seus produtos;
- 2) marca de comércio a usada pelo comerciante para assinalar os artigos ou mercadorias do seu negócio;
- 3) marca de serviço a usada por profissional autónomo, entidade ou empresa para distinguir os seus serviços ou atividades;
- 4) **marca genérica** aquela, que identifica a origem de uma série de produtos ou artigos, que por sua vez são individualmente, caracterizados por marcas específicas. **(grifo nosso).**

Hoje os direitos e obrigações relativos à propriedade industrial são regulados pela Lei nº 9279 de 14 de maio de 1996. De acordo com a referida Lei, são suscetíveis de registro como marca, os sinais distintivos visualmente perceptíveis não compreendidos nas proibições legais, conforme disposto no art. 122. Atualmente, a natureza da marca pode se enquadrar em três categorias: (1) marca de produto ou serviço, usada para distinguir produto ou serviço; (2) marca de certificação, usada para atestar conformidade de um produto ou serviço com determinadas normas ou especificações técnicas; e (3) marca coletiva, usada para identificar produtos ou serviços providos de uma determinada entidade.

O INPI ainda prevê as formas de apresentação gráfica da marca: (1) marca nominativa, (2) marca figurativa, (3) marca mista e (4) marca tridimensional.

1. **Marca Nominativa:** sinal constituído por combinações de letras e/ou algarismos, ou ainda, uma ou mais palavras, desde que esses elementos não se apresentem sob forma fantasiosa.
2. **Marca figurativa:** Sinal constituído por desenho, imagem, figura e /ou símbolo, qualquer forma fantasiosa ou figurativa de letra ou algarismo isoladamente, ou acompanhado por desenho, imagem, figura ou símbolo, palavras compostas por letras de alfabetos distintos da língua portuguesa, como o árabe e ideogramas, como o japonês e o chinês.
3. **Marca Mista:** Sinal constituído pela combinação de elementos nominativos e figurativos ou mesmo apenas por elementos nominativos cuja grafia se apresente sob forma estilizada.
4. **Marca Tridimensional:** sinal constituído pela forma plástica distintiva em si, capaz de individualizar os produtos ou serviços a que se aplica.

A seguir dispomos o compilado da legislação estudada (quadro 3.1). Ressaltamos que podem existir decretos ou leis que não foram elencados, visto que estes foram os achados utilizando determinadas palavras-chave como critério de busca na legislação e os expostos de Rezende (2003). Na próxima seção do capítulo, apontaremos os casos de rótulos semelhantes que encontramos e que contrariavam, à primeira vista, a legislação de marcas do período.

Quadro 3.1. Compilado da Legislação de registro de marcas.

LEGISLAÇÃO REFERENTE AO REGISTRO DE MARCAS (1875–1996)	
DECRETO Nº 2.662, DE 9 DE OUTUBRO DE 1875	Autoriza o governo a suprimir os Tribunais e Conservatórias do Comércio e a organizar Juntas e Inspetorias comerciais.
DECRETO Nº 2.682, DE 23 DE OUTUBRO DE 1875	Regula o direito que têm o fabricante e o negociante, de marcar os produtos de sua manufatura e de seu comércio.
DECRETO Nº 6.385, DE 30 DE NOVEMBRO DE 1876	Regula o exercício das atribuições administrativas conferidas aos Juizes de Direito pelo art. 1º do Decreto Legislativo nº 2662 de 9 de outubro de 1875.
DECRETO Nº 6.384, DE 30 DE NOVEMBRO DE 1876	Organiza as Juntas e Inspetorias Comerciais e regula o exercício das respectivas funções.
DECRETO Nº 3.346, DE 14 DE OUTUBRO DE 1887	Estabelece regras para o registro de marcas de fábrica e de comércio.
DECRETO Nº 9.828, DE 31 DE DEZEMBRO DE 1887	Aprova o Regulamento para execução da Lei n. 3346 de 14 de outubro de 1887 sobre marcas de fábrica e de comércio.
DECRETO Nº 596, DE 19 DE JULHO DE 1890	Reorganiza as Juntas e Inspetorias Comerciais e dá-lhes novo regulamento.
DECRETO Nº 16.264, DE 19 DE DEZEMBRO DE 1923	Art. 1º Fica criada a Diretoria Geral da Propriedade Industrial, a qual terá a seu cargo os serviços de patentes de invenção e de marcas de indústria e de comércio, ora reorganizados, tudo de acordo com o regulamento anexo, assignado pelo Ministro da Agricultura, Industria e Commercio.
DECRETO Nº 22.989, DE 26 DE JULHO DE 1933	Aprova o regulamento do Departamento Nacional da Propriedade Industrial e dá outras providencias.
DECRETO-LEI Nº 2.848, DE 7 DE DEZEMBRO DE 1940	Código penal. Capítulo III Dos crimes contra as marcas de indústria e comércio
DECRETO-LEI Nº 7.903 DE 27 DE AGOSTO DE 1945	Art. 1º Este Código regula os direitos e obrigações concernentes à propriedade industrial; cuja proteção assegura.
DECRETO-LEI Nº 254, DE 28 DE FEVEREIRO DE 1967	Código da propriedade industrial.
LEI Nº 5.772 DE 21 DE DEZEMBRO DE 1971	Institui o Código da Propriedade Industrial (1971), e dá outras providências.
LEI Nº 9279 DE 14 DE MAIO DE 1996	Lei de Propriedade Industrial; Código de Propriedade Industrial (1996); Lei de Patentes (1996). Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial.

3.2 Estudo comparativo de soluções compositivas semelhantes

Como já explicitamos anteriormente, com a crise do açúcar para os engenhos banguês, esses empreendimentos recorriam cada vez mais à produção de aguardente para sobreviver. No governo de Getúlio Vargas, foram lançados decretos² que vedavam a venda de aguardente e outras bebidas em barris ou outros vasilhames em estabelecimentos, gerando a obrigatoriedade de acondicionamento em recipientes de até 1 litro, os quais deveriam ser selados e rotulados. A grande produção de aguardente e as novas determinações legais foram fatores que contribuíram para o surgimento de engarrafamentos destinados a envasar a caninha que antes era vendida a granel.

Estes são fatos que explicam a multiplicidade de rótulos de cachaça em meados do século XX. As marcas das cachaças entre as décadas de 1940 e 1950 eram essencialmente rótulos compostos por tipografia ou litografia com temas variados. O registro era feito, na maioria das vezes, com o rótulo completo, sem a distinção de hoje de logotipo e símbolo. Já se observava uma tentativa de manter a identidade do produto, quando o rótulo era reimpresso. Mas muitos ainda modificavam as marcas, mudando tipografias ou figuras ilustrativas.

Em paralelo ao crescimento da quantidade de cachaças no mercado, a Saúde Pública aumentava os critérios de fiscalização (ALMEIDA, 2013), o que ecoava nas propagandas dos produtos que queriam provar a qualidade da bebida ao consumidor (FERRER, 2010). Não era permitido encontrar saís de cobre na bebida, por exemplo. De fato, percebemos em muitos rótulos, os dizeres “pura, fina, superior e outros” no intuito de qualificar o produto para venda. Nesse contexto, cada fabricante tentava definir o rótulo e o nome da cachaça que venderia mais, que caísse no gosto do público. Seu Hélio Soares (2018)³ conta que toda gráfica tinha um desenhista, normalmente o dono do produto levava alguma ideia de como queria, podendo ser até mesmo um rótulo já existente, como o da Pitú, que poderia ter seu desenho copiado via papel transporte⁴.

² Há dois decretos no período que mencionam a obrigatoriedade do uso de rótulos e acondicionamento de bebidas em recipientes de até 1 litro para venda em estabelecimentos. São eles o Decreto-lei nº 739, de 24 de setembro de 1938 e o Decreto-Lei n. 7.219-A de 30 de dezembro de 1944. Os artigos com tais menções estão disponíveis no anexo A.

³ SOARES, H. **Hélio Soares**: Ex-trabalhador da Indústria Gráfica na década de 1970 – depoimento [fev. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Recife, 26 fev. 2018. 2 arquivos M4A (54 min). Transcrição no Apêndice F.

⁴ Segundo seu Hélio Soares, o papel transporte (ou papel de transferência) era um papel especial transparente utilizado para transpor um desenho original para a pedra. Este papel era colocado sobre o original e assim o desenhista conseguia copiar todo o desenho para passar para pedra. Cunha Lima (1998) também faz menção a este instrumento, que dentre outras funções era utilizado para transpor imagens trabalhadas em pedras menores para as pedras de máquina (pedras de maiores dimensões nas quais se imprimia folhas inteiras de rótulos).

Apesar de haver decretos na legislação brasileira que regulavam o registro de marcas em meados do século XX, como expomos, ainda eram encontradas muitas imitações, fossem na designação do produto, na estrutura compositiva do rótulo ou mesmo na repetição de elementos pictóricos ou esquemáticos. Sobre as ocorrências de possíveis imitações entre as rotulagens do período, Cunha Lima (1998) recolheu o depoimento de Seu Chiquinho, último proprietário da *Gráfica Apollo*, uma casa litográfica recifense do período. Em seu depoimento, Seu Chiquinho também atestou que a clientela das casas litográficas normalmente trazia um modelo básico para servir como ponto de partida para o novo desenho. Ele mesmo admitindo já ter plagiado a si mesmo.

Aragão & Barreto Campello (2011) já haviam observado recorrências nas produções da Coleção Imagens Comerciais de Pernambuco. Nesse referido estudo, os autores documentaram recorrências nos elementos tipográficos e nas próprias composições gráficas dos rótulos. De modo similar, também foram encontrados na Coleção Almirante rótulos que possuem estruturas compositivas semelhantes ou mesmo praticamente copiadas. Tais artefatos foram expostos por Almeida & Coutinho (2017). Trazemos aqui, parte dos exemplos dessa publicação, atualizados com novas informações e acrescentamos ainda outros casos equivalentes, todavia restringindo-nos à observância daqueles que utilizam figuras de animais.

Os agrupamentos de rótulos trazidos, em sua maioria, contrariam o Código de Propriedade Industrial de 1945, visto que as marcas e rotulagens podiam confundir o consumidor na hora de adquirir a bebida. Almeida & Coutinho (2017) trataram os casos como cópias, preferimos renomear tais casos como modelos gráficos. O fato é que não foi feita uma pesquisa acerca de processos jurídicos que tenham julgado tais artefatos como imitações de uma determinada marca de cachaça. Ademais, apesar de intuirmos que as composições semelhantes, na maioria dos casos, tenham seguido como referência a cachaça mais popular que fazia sucesso no mercado, não podemos afirmar com certeza que todos os elementos gráficos utilizados pelas que constituíram um modelo de referência eram inéditos.

A questão que estamos levando em consideração neste argumento é em relação à prática nas casas litográficas. Era comum reaproveitar os desenhos das pedras. Não obstante, quem encomendava o rótulo poderia recorrer aos modelos que a gráfica já tinha feito ou trazer exemplos e solicitar a confecção de um novo rótulo baseado em artes pré-existentes, sem necessariamente estar querendo se passar por um determinado produto. É claro que isto não desfaz o feito, cópia é cópia. Mas, no contexto jurídico, quem teria o direito de usar, a princípio, seria a primeira marca registrada, mas nem todos os fabricantes faziam o registro.

Alguns inclusive recorriam aos conhecidos rótulos de estoque⁵. Reforçamos que nesta análise ainda temos o agravante de não sabermos o ano de criação da maioria das cachaças, o rótulo pode estar datado pelo registro em uma década, mas poderia já estar sendo utilizado por mais tempo.

Nos casos a seguir, nomeamos os modelos a partir das cachaças que até hoje tem o design do rótulo reconhecidamente como delas, são elas: Tatuzinho, Pitú e Alvorada. Excetuando as duas últimas, ainda encontramos os registros dessas marcas no INPI, datados entre as décadas de 1940 e 1950. Os demais casos nomeamos, em sua maioria, de acordo com os elementos gráficos mais marcantes. Analisamos, de forma descritiva, o uso da linguagem gráfica,⁶ apontado por Twyman (1979), nos seus modos de simbolização (pictórico, esquemático e verbal), recorrente nesses artefatos. Elencamos também dados da história de algumas cachaças, a partir de pesquisas feitas em livros, periódicos, sites e das entrevistas feitas neste estudo.

3.2.1 Modelo Tatuzinho

Conforme Rontani Jr. (2006), a caninha Tatuzinho era produzida na cidade de São Paulo a partir da década de 1940. Segundo o autor, a bebida teve grande divulgação na década de 1960, com o bordão "O melhor aperitivo nacional" e o *jingle* "Ai tatu, tatuzinho, me abre a garrafa e me dá um pouquinho". Fundada em 1909, a *D'Abronzio Sociedade Anônima* era a fabricante da Caninha Tatuzinho de meados da década de 1940 a 1969. De acordo com Rontani Jr. (2006), Paschoal D'Abronzio, imigrante italiano chegado ao Brasil em 1896, instalou em Piracicaba uma fábrica para produzir refrigerantes, xarope e vinagre.

Já na década de 1930, Paschoal teria começado a engarrafar aguardente adquirida de um distribuidor. O distribuidor vendia a aguardente em barris de 100 e 200 litros, a ideia de comprar os barris e engarrafar para venda foi de Humberto, filho de Paschoal. A empresa estava enfrentando concorrência no ramo dos refrigerantes e a venda da aguardente engarrafada parecia mais promissora. Conforme o autor, a empresa deixou de fabricar os xaropes e refrigerantes em 1953 e a partir 1954 passou a engarrafar exclusivamente a

⁵ Rótulos já impressos sem o título e fabricantes, os quais poderiam ser acrescentados posteriormente por outra impressão Davidson (1989).

⁶ Ao abordar linguagem, Twyman (1979) se refere a um veículo de comunicação, já o termo gráfico se refere ao que é desenhado ou feito visível em resposta a decisões conscientes. A linguagem gráfica **verbal** corresponde à forma de representação gráfica da linguagem falada. A linguagem gráfica **pictórica** compõe as imagens que remetem a algo real ou imaginado. A linguagem gráfica **esquemática**, definida por exclusão, inclui as formas gráficas que não são nem palavras, nem números, nem imagens pictóricas (linhas, círculos, tabelas e outros) (ALMEIDA, 2013).

aguardente. A empresa foi crescendo, Rontani Jr. (2006) aponta que foi adquirido maquinário para envasamento de 45 mil garrafas por hora. Os principais estados consumidores eram: Rio de Janeiro, São Paulo, Santos e o norte do Paraná.

Rontani Jr. (2018)⁷ nota que, segundo as histórias passadas entre as gerações, um dos fornecedores da aguardente envazada pela empresa costumava falar que havia uma pessoa que, de tanto beber, rolava no chão tal qual um tatu, o que teria dado origem a denominação da bebida. Ele ainda conta que, na cidade de Piracicaba, além da Tatuzinho também era produzida por outra empresa, a aguardente Cavalinho.

Ainda há o relato da origem do termo "Caninha". O termo foi utilizado pelo fato de o produto ser derivado de uma cana especial, num anseio de se diferenciar dos termos cachaça e pinga que poderiam ser considerados depreciativos na época. Conforme Rontani Jr. (2006, 2018), a autoria do rótulo é de Felício Rotundo, o proprietário de uma gráfica em São Paulo, que fazia também embalagens para Kibon. Encontramos, no site do INPI, um registro extinto com data de depósito em 06 de dezembro de 1944 (fig. 3.5), comprovando a prioridade que a marca tinha sobre este *design*.

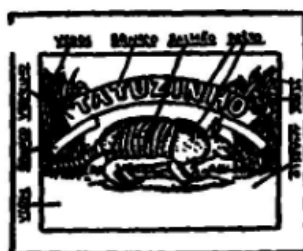


Figura 3.5. Registro Tatuzinho. Depósito 06/12/1944 e Concessão em 24/04/1953. Fonte: <www.inpi.gov.br>.

Na Coleção Almirante, deparamo-nos com dois exemplares da Caninha Tatuzinho, sendo um mais antigo e outro mais recente, de acordo com os órgãos de registro. O rótulo mais antigo (década de 1950) traz como engarrafadores a "D'Abronzo & Companhia LTDA", e o mais recente (década de 1960) traz a "Tatuzinho Sociedade Anônima". Conforme Rontani Jr. (2018), o negócio, em 1959, passou a ser administrado pelo já mencionado Humberto, o que motivou a alteração da razão social da empresa. Em termos de representação gráfica, o rótulo sofreu pequenas modificações. O tatu, elemento pictórico principal, foi espelhado e tornou-se mais detalhado e o listelo, que funciona como elemento esquemático, teve suas terminações voltadas para cima. Os elementos verbais são semelhantes no caráter

⁷ RONTANI JR., E. *Edson Rontani Jr.*: bisneto do fundador da Caninha Tatuzinho: questionário online [28 mai. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Recife, 2018. Disponível no Apêndice K.

informativa e na anatomia tipográfica (figs. 3.6 e 3.7). Em nenhum dos dois rótulos existe a identificação da gráfica responsável.



Figuras 3.6 e 3.7. Rótulo Tatuzinho (1950) e Rótulo Tatuzinho (1960). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Além dos rótulos da *Caninha Tatuzinho*, encontramos uma série de rótulos utilizando uma linguagem gráfica semelhante:

- Elementos pictóricos: uma espécie de canavial nas laterais, fundo amarelo e gramado verde; desenho de um animal preferencialmente andando de perfil.
- Elementos esquemáticos: um listelo vermelho curvilíneo localizado na parte superior do rótulo com a designação da marca estampada.
- Elementos verbais: designação da bebida em caixa-alta na cor branca com contorno preto.

Listamos aqui quatro das ocorrências, ressaltando que ainda há outras na Coleção Almirante: *Raposinha* (fig. 3.8), *Gato* (fig. 3.9), *Cabreuva* (fig. 3.10) e *Carneirinho* (fig. 3.11). *Raposinha*, *Gato* e *Cabreuva* são marcas do estado de São Paulo, mas *Carneirinho* provém do Paraná, demonstrando a popularidade da *Caninha Tatuzinho* nesse estado. Observa-se que a estrutura compositiva do rótulo é a mesma nos três exemplares. As tipografias mudam ligeiramente no olhar do especialista, mas não devem fazer diferença para o consumidor. Os animais andam de perfil tal qual o *Tatuzinho*, e dois deles têm sua designação em diminutivo: *raposinha*, *carneirinho*. Apenas o rótulo "*Cabreúva*" utiliza "Aguardente de Cana", os demais utilizam a tipificação: *caninha*.

Desses exemplos, o único que temos a indicação da gráfica é o rótulo *Gato*, produzido na *Lito Jundiaense LTDA*. No entanto, ao observarmos atentamente os desenhos das canas dos rótulos *Gato* e *Raposinha*, percebemos que são praticamente iguais. As pequenas diferenças decorrem provavelmente da transferência dos desenhos no processo de impressão litográfica. O espaço separado para o engarrafador também é o mesmo nestes dois rótulos. No rótulo *gato*, o animal ainda está *flutuante*, como se tivesse sido desenhado

posteriormente na composição. Acreditamos que estes dois exemplos sejam da mesma gráfica, que utilizou a estrutura como modelo, mudando apenas o elemento pictórico principal. No exemplo do rótulo Carneirinho, até a expressão “Pura e Deliciosa” foi repetida, este é o rótulo que mais se assemelha ao da Caninha Tatuzinho de 1950.



Figuras 3.8 e 3.9. Rótulos Raposinha e Gato (estimados na década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 3.10 e 3.11. Rótulos Cabreuva (década de 1960) e Carneirinho (década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A marca da caninha tatuzinho foi vendida em 1969 para o Grupo Três Fazendas (hoje, IRB - Indústrias Reunidas de Bebidas Tatuzinho 3 Fazendas LTDA). A cachaça 3 Fazendas e a Caninha tatuzinho funcionam com marcas de produto visualmente independentes. A ideia do rótulo da Caninha tatuzinho foi conservado, remodelado pelas técnicas de impressão e desenho atuais. O fato de até hoje o design da marca ser replicado demonstra sua grande tradição (fig. 3.12).



Figura. 3.12 Versões atuais do Rótulo Tatuzinho. Fonte: <<http://www.tatuzinho.com.br>>.

3.2.2 Modelo Pitú

A *Pitú* é uma empresa pernambucana de longa data. Sua história começa quando os irmãos Severino Ferrer de Moraes e José Guelphe Ferrer de Moraes compraram um engarrafamento de bebidas ao senhor Dácio Travassos Sarinho e fundaram a J. Ferrer e Cia, em 1936, na cidade de Vitória de Santo Antão, Pernambuco (FERRER, 2010). A firma funcionava na Estrada Nova, nº 165, rua que passou a ser chamada posteriormente de Melo Verçosa. Nessa época a empresa engarrafava vinagre, álcool, gengibre, vinho de jurubeba e aguardentes.

José Guelphe⁸ (2018) conta que a história que ouvia de seu primo José Augusto, filho de um dos fundadores da Pitú, era de que a determinação no Governo de Getúlio Vargas, de que a aguardente não poderia ser mais vendida a granel, teria sido vista como uma oportunidade de negócio, pois os irmãos Ferrer já tinham um engarrafamento. Nesse contexto, eles testaram os nomes das aguardentes para descobrir qual seria acolhida pelo mercado. As primeiras aguardentes engarrafadas foram as chamadas Tupi e Confiança, em sociedade com Sebastião Miguel da Silva, proprietário do Engenho Soledade, que as produzia (FERRER, 2010). De acordo com Guelphe (2018), a Tupi precisou ter seu nome alterado para Tupi EXTRA, pois já havia uma marca com esse nome no Rio de Janeiro. A firma J. Ferrer & Cia teve bom crescimento, tendo em 1939 sido convidada a participar da Feira Nacional da Indústria e Comércio, realizada na cidade de Recife em 1939 (FERRER, 2010).

Em janeiro de 1940, Joel Cândido Carneiro entra na sociedade, e os três passam a fazer parte da S. Cândido e Cia (FERRER, 2010). O engarrafamento das aguardentes Tupi e Confiança continuou a cargo da J. Ferrer e Cia até o final de 1941, quando a sociedade com Sebastião Miguel (Engenho Soledade) é desfeita. Nessa mesma época a S. Cândido e Cia começou a engarrafar a cachaça Camarão. Segundo Ferrer (2010), o rótulo era branco amarelado e tinha um camarão vermelho, tendo sido produzido na Tipografia J. de Deus pelo Sr. Esmeraldino. Ainda em 1942, o rótulo "Camarão" foi substituído pelo da Pitú.

A ideia do rótulo da Pitú foi de Henrique de Holanda Cavalcanti, jornalista, poeta, desenhista e amigo de Severino Ferrer. O sogro de Henrique era Honório Travassos Sarinho, ex-engarrafador da Mocotolina (fig. 3.13) e fundador da Alliada (fig. 3.14) e da Nativa Sarinho, todas aguardentes de Vitória de Santo Antão e conhecidas no período. O rótulo foi desenhado com giz em papelão e ofertado por Henrique a Severino, em amizade (fig. 3.15).

⁸ GUELPHÉ, J. *José Guelphe: Filho do fundador da Aguardente Alvorada: depoimento* [mar. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Recife, 10 mar. 2018. 6 arquivos M4A (75 min). Transcrição no Apêndice G.

Ferrer (2018) conta que Henrique também era explorador de bebidas, tinha um enchimento de bebidas em geral (vinho de jenipapo, jurubeba e outras). A história que Pedro Ferrer (2018)⁹ ouvia na família, a qual menciona também em Ferrer (2010), é que Henrique havia feito o rótulo para ele próprio engarrafar, mas que, por não ter condições de explorá-lo, preferiu dar para seu amigo Severino Ferrer utilizar, para que a arte não se perdesse.



Figuras 3.13 e 3.14. Aguardentes Mocotolina e Alliada. Fonte: Coleção de Cachaça do Messias. Disponível em <<http://www.pajuari.com.br/>>.



Figura 3.15. Rótulo criado por Henrique de Holanda. Fonte: Ferrer (2010, p. 181).

⁹ FERRER, P. *Pedro Ferrer: Filho de um dos fundadores da Pitú e autor do livro República da Cachaça: depoimento* [20 abr. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Recife, 2018. 1 arquivo M4A (31 min). Transcrição do Apêndice I.

No rótulo desenhado por Henrique de Holanda, temos um camarão envolvido com uma taça. O selo do lado esquerdo corresponde às iniciais do autor (H.H.C.), que foram substituídas pelas iniciais EPL (Engarrafamento Pitú LTDA). Ferrer (2010, 2018) expõe também que foi feito posteriormente o registro do rótulo Camarão para proteger a marca e ninguém a utilizar. Aqui inferimos que os crustáceos camarão e pitu são visualmente semelhantes, então de fato não era interessante para a empresa ter outra bebida que se chamasse camarão sendo utilizada. Muitos consumidores não sabiam ler e poderiam identificar a bebida apenas pela figura do animal.

Quanto à motivação de utilizar o “camarão pitu”, esta permanece sem uma explicação contundente. Uma das versões populares contadas diz que o nome faz referência ao nome Engenho Pitú, propriedade da família em Vitória de Santo Antão, na qual havia muitos pitus, os camarões de água doce, usados como tira-gosto nas reuniões para beber aguardente no engenho. Conforme Ferrer (2010), o pitu era, de fato, um crustáceo abundante nos mananciais da região, mas seus apontamentos contradizem a versão mais popular. Ferrer (2018) reforça que essa versão veio sendo repetida, mas que historicamente não é possível, visto que o nome Pitú começou a ser utilizado já em 1942 e o engenho foi adquirido apenas em 1945. Os sócios Severino Ferrer e Joel Cândido adquiriram o engenho Arandu do Coito e passaram a chamá-lo de Engenho Pitu em virtude da bebida, e não o contrário. Na outra versão popularmente contada, fala-se que o nome faz referência à cana-pitu, um tipo de cana-de-açúcar dos engenhos da mata norte. Ao ser questionado sobre esta versão, Pedro Ferrer (2018) também a desacreditou, expondo que não se sabe a verdadeira razão.

Como já abordamos, Guelphe (2018) em seu depoimento, relatou sobre as experimentações dos nomes na época em que a empresa chegou a engarrafar as marcas Tupi Extra e Confiança. Antes, segundo o relato de Guelphe (2018), nas histórias que ouvia na família já haviam tentado usar um nome de mulher e o nome “Vencedora”, fazendo relação com algum fato da guerra. Ou seja, pelos depoimentos, percebemos que as tentativas iam de acordo com o que já permeava o universo dos rótulos de cachaça da época: mulher, história, índio, animal. Intuímos que chegar ao “crustáceo” foi uma grande experimentação de acordo com o que o consumidor se identificava mais. E, no final, a Pitú foi a marca de mais sucesso, seja pelo design do rótulo, seja pelo nome ser forte e de fácil memorização, seja por ser um animal encontrado nos mananciais da região.

Em 1942, ano que se começou a utilizar o nome “Pitú”, José Ferrer se afastou da sociedade, indo residir em Gravatá. O desligamento do sócio foi formalizado em contrato na Junta Comercial apenas em 1944 (FERRER, 2010). Em 1948, com o ritmo de crescimento acelerado, a empresa ganhou o nome de Engarrafamento Pitú LTDA (fig. 3.16). A fábrica

também passou a ocupar o prédio vizinho (R. Melo Verçosa, 159). De acordo com Ferrer (2018), a Pitú valorizava a imprensa vitoriense, fazendo suas propagandas nos jornais locais, como também faziam as aguardentes Serra Grande e a Mocotolina.



Figura 3.16. Descarrego de aguardente transportada por burros em ancoretas.
Foto: Pierre Verger [1947]. Fonte: Ferrer (2010, p.186).

Quanto à produção gráfica do rótulo, segundo a pesquisa de Cunha Lima (1998), Seu Chiquinho, que foi funcionário e proprietário da *Gráfica Apollo*, teria sido o responsável pelo desenho do rótulo da Pitú no ambiente gráfico. Podemos inferir pela forma como a clientela se dirigia às gráficas, que o desenho de Henrique de Holanda Cavalcanti foi o esboço levado para Gráfica, o qual foi redesenhado e remodelado às condições técnicas pelo desenhista da gráfica. Seu Hélio Soares (2018) conta que é possível que Seu Chiquinho tenha sido de fato o responsável pelo desenho, pois ele havia trabalhado como desenhista gráfico, antes de se tornar proprietário da *Gráfica Apollo* em Recife. Conforme o depoimento de Seu Hélio, as gráficas que imprimiam o rótulo da Pitú, em contrato de exclusividade, eram a *União Gráfica* e a *Dreschler*, gráfica que posteriormente passou a se chamar I.G.B – Recife¹⁰. Um dos rótulos da Pitú, disponível na Coleção Almirante, traz a assinatura I.G.B S/A Recife (figs. 3.17 e 3.18).

¹⁰ Agra Jr. (2011) relata que em virtude dos desfechos da Segunda Guerra, a Dreschler, gráfica alemã, mudou para o nome I.G.B. (Indústria Gráfica Brasileira) para não sofrer retaliação. Cunha Lima (1998) conta que Recife foi a primeira cidade provinciana a ter oficina litográfica em 1834 e que outras oficinas foram abertas, especialmente por técnicos estrangeiros, sendo esta a mais bem sucedida: a alemã de F. H. Carls, que passou a ser conhecida mais tarde como Dreschler e depois I.G.B, nome que permanece até hoje. Para conhecer a história desta gráfica recomendamos as leituras de Cunha Lima (1998) e Agra Jr. (2011).

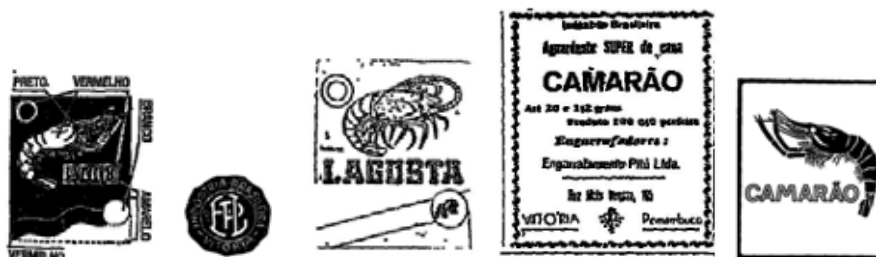


Figuras 3.17 e 3.18. Rótulo da Pitú (1956) e Recorte com ênfase na assinatura da gráfica. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Pedro Ferrer (2018) relata que por volta da década de 1950, a gráfica que imprimia o rótulo da Pitú era situada em Recife, no bairro de São José, tendo ele acompanhado o irmão na visita à gráfica¹¹. Pelo seu relato, acreditamos se tratar da União Gráfica, que, de acordo com os registros de Agra Jr. (2011), possuía unidade no Bairro de São José (R. Vidal de Negreiros, 374). Segundo Pedro Ferrer (2018), a Pitú foi alvo de falsificações (quando usavam rótulo falso e enchiam a garrafa com outra bebida), e de imitações (rótulos que se assemelhavam ao da Pitú). De acordo com suas memórias, uma das bebidas que foi proibida de ser produzida em razão da confusão foi a Tamarú, que também tinha o rótulo preto e vermelho, confundindo o consumidor não letrado.

O Tamarú, como veremos no estudo dos animais, é um tipo de crustáceo, semelhante a uma lagosta. Pedro conta que durante um certo período, a Pitú tinha uma caminhonete à disposição de agentes, para fiscalização das falsificações nos interiores. A Pitú certamente tomou atitudes a fim de proteger sua marca ao máximo, antecipando o registro de marcas semelhantes, para que outras empresas não as utilizassem. No portal do INPI, encontramos além do rótulo original (fig. 3.19) e da marca da engarrafadora que acompanhava o rótulo (fig. 3.20), os registros para as marcas lagosta (fig. 3.21) e camarão (figs. 3.22 e 3.23).

¹¹ "1950, eu frequentei lá com Zé Augusto, meu irmão, e essa gráfica ficava ali, é a rua que passa em frente à Igreja de São José que vem do Forte das Cinco Pontas, passa em frente a igreja e desemboca na Praça Sérgio Loreto, essa era a rua" (FERRER, 2018).



Figuras 3.19, 3.20, 3.21, 3.22, 3.23. Registros da Pitú no INPI. Na sequência: Rótulo original (Depósito em 20/01/1943); Engarrafamento Pitu Ltda (Depósito em 18/02/1957 – extinto em 2012); Lagosta (Depósito em 20/04/1961); Camarão (Depósito em 09/05/1960 – extinto) e Camarão – (Depósito em 09/05/1990 – extinto).

Ao final da década de 1940, a Pitú adquiriu a *Alliada*, firma que engarrafava, naquele período a aguardente *Alliada* e a *Siri* (fig. 3.24). A *Alliada*, como vimos, foi fundada originalmente por Honório Travassos, sogro de Henrique de Holanda. Se observarmos no rótulo *Siri*, temos o mesmo endereço “Rua Melo Verçosa, 165” (fig. 3.25), onde funcionava a Pitú e o mesmo padrão de cores. O rótulo da Aguardente *Alliada* (fig. 3.14) também utilizava as mesmas cores, mas numa configuração diferente, com o amarelo sendo utilizado no plano de fundo.



Figuras 3.24 e 3.25. Rótulo *Siri* (1954) e recorte com endereço. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Conforme Seu Hélio, quando trabalhava na Indústria Gráfica, as cores vermelho, amarelo e preto eram o “padrão aguardente”, devido à Pitú. Para Seu Hélio, as bebidas queriam se parecer com a Pitú para vender mais. Ele aborda que a Serra Grande, no entanto, fazia questão de ser visualmente diferente. Isto faz sentido, visto que, a Serra Grande foi a primeira aguardente vitoriense a ter firma e rótulo, a empresa já tinha amplo reconhecimento no mercado, sendo a própria também vítima de falsificações (fig. 3.26).



Figura 3.26. Rótulo da Serra Grande (1940), aguardente que começou em 1898 na cidade de Vitória de Santo Antão (PE), sendo durante décadas, a líder do setor na região. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A *Pitú*, enquanto uma cachaça que traz rótulos similares, já foi mencionada por Coutinho (2011), Almeida (2013) e Almeida & Coutinho (2015, 2017). O rótulo original da *Pitú* é caracterizado por um pitu em fundo preto e a designação (Pitú) em caixa-alta nas cores vermelho e amarelo, posicionada no campo direito do rótulo. As ondulações em vermelho e amarelo na parte inferior do rótulo, dedicadas à engarrafadora e ao endereço, também são artifícios marcantes do rótulo.

Como veremos no capítulo 6, as cores vermelho, amarelo e preto eram amplamente utilizadas na impressão de rótulos do período, independente do estado de produção. Contudo, o uso em conjunto dessas cores, e em especial, a configuração, na qual o preto é utilizado em cor sólida (chapado) no fundo do rótulo e o elemento pictórico vem em vermelho, foi encontrado especialmente em Pernambuco. Isto nos leva a crer que o uso dessas cores era uma tendência da indústria gráfica do período, mas que esse modelo gráfico (preto ao fundo, elemento pictórico em vermelho e detalhes em amarelo) foi potencializado pelo modelo da *Pitú*.

Nem todos os rótulos que usam esse padrão de cores, tentam imitar a *Pitú*, encontramos inclusive exemplares nas temáticas mulher (fig. 3.30) e homem que utilizam o mesmo padrão de cores. Consideramos dois modelos gráficos: (1) *Modelo Pitú*, que utiliza praticamente a mesma composição gráfica da *Pitú*, incluindo as ondas (fig. 3.27); e (2) *Modelo Pernambuco*, que utiliza o preto chapado no plano de fundo, normalmente o vermelho no elemento pictórico principal e o amarelo como terceira cor, não sendo necessariamente uma

imitação da Pitú (fig. 3.28). Ainda é comum neste segundo modelo, representar-se a usina no campo inferior (fig. 3.29 e 3.30).



Figuras 3.27, 3.28, 3.29, 3.30. Rótulos *Martelada* (PE) (impresso pela Lito Lafayette – Recife), *Canção* (PE), *Preá* (PE) e *Igara* (PE) (décadas de 1940 e 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Dentre as cachaças que utilizam o modelo gráfico da *Pitú* com mais semelhança trouxemos três exemplos. Se desconsiderarmos os rótulos que seguem, o que denominamos “Modelo Pernambuco”, a *Pitú* foi, ao menos na *Coleção Almirante*, a bebida que possui mais casos de rótulos semelhantes. As recorrências acontecem em especial nos rótulos pernambucanos. Encontramos semelhanças em alto grau na linguagem gráfica (fig. 3.31) e ainda exemplares, cujos nomes são foneticamente semelhantes. No caso de *Bitu* (fig. 3.32), é só trocar o “B” de Bitu, pelo “P” de Pitú. Apesar de Pernambuco ser de fato o estado onde essa recorrência predominou visualmente, encontramos, em escala bem menor, exemplos de imitações em outros estados, como o rótulo *Perú* (fig. 3.33) do estado do Rio de Janeiro. Vale ressaltar que para além dos elementos da linguagem gráfica, todas as denominações nestes exemplos possuem quatro letras. Como semelhanças gráficas elencamos:

- Elementos pictóricos: a representação de um animal, utilizando especialmente vermelha, com localização na parte superior esquerda do rótulo.
- Elementos esquemáticos: ondulações ou faixas nas cores vermelho e amarelo, nas quais informações como o engarrafamento e o estado de procedência da bebida são dispostas.
- Elementos verbais: a designação em caixa-alta com contorno, utilizando as cores vermelho e amarelo especialmente, estando localizada no lado direito, abaixo do animal.



Figuras 3.31, 3.32, 3.33. Rótulos *Tatú*, *Bitu* e *Perú*. Estimados na década de 1950.

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A *Pitú* cresceu muito no mercado, sendo exportada a partir da década de 1970. Hoje sua linha de produtos vai muito além da tradicional aguardente de cana adoçada. O rótulo que funcionava como marca, precisou ser adaptado, de modo que se tornasse uma identidade visual a ser repetida em seus vários produtos. Ainda se utiliza o rótulo tal qual o da década de 1950, com pequenas modificações, sendo aplicado na garrafa âmbar e nas latinhas (fig. 3.34). A marca da *Pitú*, entretanto, permaneceu apenas com o pitu camarão como símbolo, posicionado sobre o logotipo *Pitú*. A tipografia permaneceu a mesma. O logotipo é mais utilizado separadamente do símbolo nas diversas aplicações.



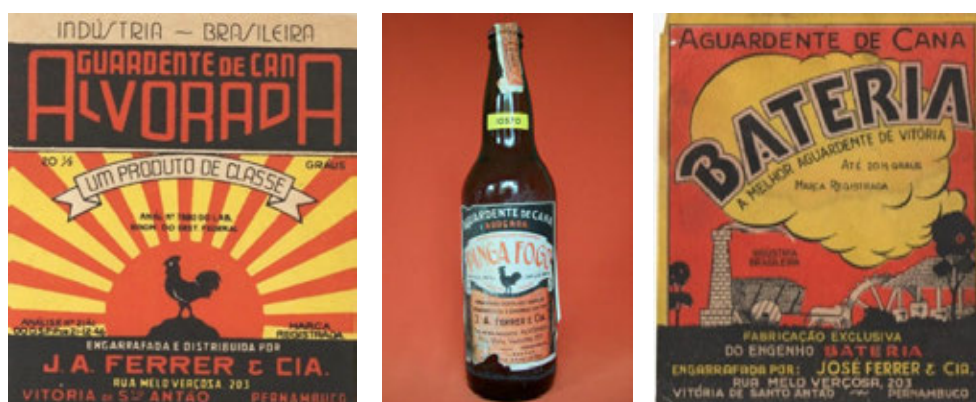
Figura 3.34. Linha de Produtos *Pitú*. Fonte: <<http://www.pitu.com.br>>.

3.2.3 Modelo Alvorada

A Alvorada, igualmente à *Pitú*, é uma aguardente da cidade de Vitória de Santo Antão. Seu fundador, foi também um dos fundadores da *Pitú*: José Guelphe Ferrer de Moraes. Em 1942, José Ferrer se desligou da *S. Cândido & Cia*, firma que tinha com seu irmão Severino Ferrer e o amigo Joel Cândido, a qual estava iniciando a produção da *Pitú* (FERRER, 2010). O desligamento foi oficializado documentalmente apenas em 1944, como já mencionamos. Por motivos de saúde da sua esposa, ele e a família se mudaram para Gravatá, tendo permanecido na cidade por dois anos. Ao retornar para Vitória de Santo Antão abriu um

engarraffamento em sociedade com Lauro Cabral no endereço *R. Melo Verçosa, 203*. Mesma rua na qual funcionava o engarraffamento da Pitú na época.

Guelphe (2018) conta que a compra do engarraffamento Clarím, no qual passou a funcionar a *Alvorada*, deu-se em 1943 e, por isso, esse é o ano grafado no rótulo atual da bebida. Lauro Cabral era proprietário do Engenho Bateria, que destilava a Aguardente Bateria. Logo, dessa sociedade surgiram os produtos *Alvorada*: vinagre, álcoois, vinhos e as aguardentes *Alvorada*, *Pinga Fogo* e *Bateria* (figs. 3.35, 3.36 e 3.37) (FERRER, 2010). Esses produtos eram assinados por J. FERRER & CIA.



Figuras 3.35, 3.36, 3.37. Rótulo *Alvorada* (PE), fonte: Coleção Almirante; Aguardente *Pinga Fogo* engarraffada, fonte: Coleção do Messias e Rótulo *Bateria* (PE) (estimados na década de 1950), fonte: Acervo pessoal de José Guelphe.

Com a morte precoce de José Ferrer em dezembro de 1950, José Augusto, seu sobrinho, filho de Severino Ferrer, um dos comandantes da Pitú, assumiu o comando da empresa tendo a firma passado a se chamar J. A. FERRER & CIA em 1954 (GUELPHÉ, 2018). De acordo com os expostos de Ferrer (2010), José Augusto estava como sócio solidário na Pitú, tendo se afastado para comandar o negócio do tio. Conforme entrevista concedida por José Guelphe (2018), um dos filhos de José Ferrer, enquanto a *Pitú* possuía um mercado mais amplo, sendo distribuída até no Rio de Janeiro, a *Alvorada* atendia mais ao mercado local.

Por serem da mesma família, havia um certo respeito na divisão do mercado, José Guelphe (2018) conta que a *Pitú* não forçava nas "praças" da *Alvorada* e vice-versa. Esta vendia mais no interior do Agreste Pernambucano, concentrando-se de São Caetano à Arcoverde e até Garanhuns. Garanhuns, Belo Jardim, Pesqueira, eram as principais cidades. A bebida também era vendida em outras localidades, mas, de acordo com Guelphe (2018), não eram vendedores diretos da empresa que levavam para esses outros locais, mas acontecia de forma indireta, a partir da região que a *Alvorada* era originalmente distribuída.

Guelphe (2018) relata que nos tempos em que a *Alvorada* vendia muito, a marca era alvo de muitas imitações. Os donos chegaram a criar uma coleção com os rótulos que

tentavam se passar pela bebida. Das grades que recebiam de retorno com as garrafas vazias, de 24 garrafas da grade, 3 ou 4 traziam rótulos com extrema semelhança com a marca. Conforme Guelphe (2018), essas marcas eram todas dessas cidades, nas quais a *Alvorada* era vendida: Garanhuns, Arcoverde, Pesqueira, Belo Jardim, Arapiraca, Palmeira dos Índios e outros locais.

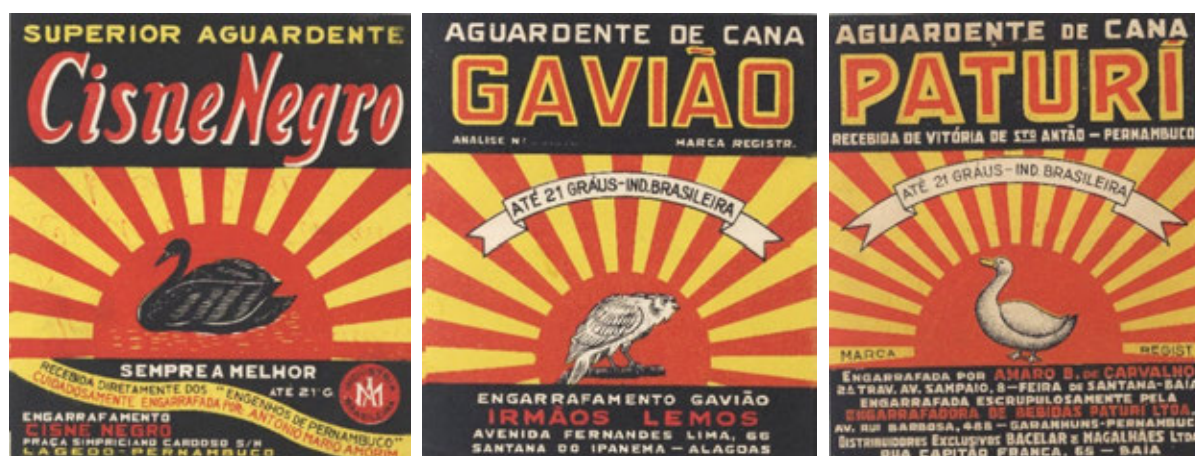
As mudanças podiam ser no nome “*Aivorar, Aivorada, Aurorara, Alvoradinha, Alvorar*” e ainda no elemento pictórico “*um galo, dois galos, um pato*”. Guelphe (2018) nota que a *Alvorar* (fig. 3.43), aguardente de Garanhuns, deve ter vendido tanto quanto à *Alvorada*, mas o mesmo não se recorda de terem sido tomadas medidas legais em relação às imitações. Ao ser questionado o motivo de ser utilizado um galo como elemento principal da marca, Guelphe (2018) imagina que como a *Pitú* estava dando certo, fazia sentido escolher também um animal para a nova aguardente, e este acabou sendo o galo. Ao mesmo tempo, ele argumenta que já existiam muitos galos nas marcas em geral, exemplificando com o *Azeite Gallo*. Destarte, o nome *Alvorada* deve ter sido escolhido para se diferenciar dos produtos que já adotavam o nome “galo” na marca.

Ao ser questionado sobre a gráfica que imprimia o rótulo da *Alvorada* antigamente, Guelphe (2018) não soube responder, mas relatou que era em Recife. Fez menção também que as tampas litografadas já foram feitas na Renda Priore também em Recife. Recordou ainda que o rótulo da *Alvorada* já havia sido produzido no Paraná, em alguma gráfica que dera menor custo, mas isto há uns 40 anos atrás. No acervo de Seu Hélio Soares, encontramos folhas industriais com o rótulo da *Alvorada* (fig. 3.38), como também matrizes de uma aguardente intitulada *Arvoredo* (fig. 3.39). Essas imagens foram impressas na Gráfica Apollo. Na folha da *Arvoredo*, podemos ver a separação das cores e na folha da *Alvorada*, juntamente do rótulo de corpo, estão dispostos também o colarinho e o lacre.



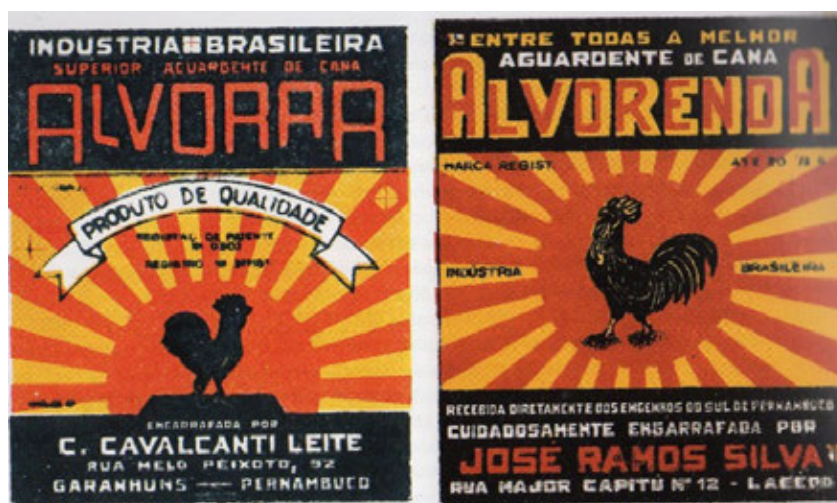
Figuras 3.38 e 3.39. Recorte da folha inteira com rótulos da *Alvorada* e matrizes do rótulo *Arvoredo* (estimados entre as décadas de 1960 e 1970). Fonte: Acervo pessoal do Sr. Hélio Soares. Foto: Swanne Almeida.

As características mais marcantes do rótulo da *Alvorada* são seu letreiro, com as letras de tamanhos diferentes e com as bases em diagonal, o listelo, os raios em vermelho e amarelo, servindo de plano de fundo e o galo em chapado preto. A tipografia da expressão “Indústria brasileira” também vem numa tipografia diferenciada e na parte superior do rótulo. Em *Alvorar* (fig. 3.43) percebemos que a expressão “indústria brasileira” foi desenhada da mesma forma. Até a frase “um produto de classe”, muito utilizada no rótulo da *Alvorada*, foi repetida. Na Coleção Almirante, encontramos uma série de rótulos utilizando o modelo gráfico da *Alvorada*. Aragão (2011) também já mostrou exemplos encontrados na *Coleção ICP*. Trouxemos aqui para análise, três exemplos da Coleção Almirante (Cisne Negro – fig. 3.40, Gavião – fig. 3.41 e Paturí – fig. 3.42) e dois exemplos da *Coleção ICP* (Alvorar – fig. 3.43 e Alvorenda – fig. 3.44).



Figuras 3.40, 3.41 e 3.42. Rótulos *Cisne Negro*, *Gavião* e *Paturí* (década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 3.43 e 3.44. Rótulos *Alvorar* e *Alvorenda* (década de 1960). Fonte: Coleção ICP.

Ao averiguarmos o endereço dos engarrafadores, percebemos que de fato, estas bebidas pertencem aos trechos de venda da Alvorada descritos por Guelphe (2018). *Cisne Negro* e *Alvorenda* são de Lajedo, cidade pernambucana que fica na rota entre São Caetano e Garanhuns; *Paturí* e *Alvorar* são de Garanhuns; e *Gavião* fica em Santana do Ipanema (AL), numa região próxima a Palmeira dos Índios (AL), também citada por Guelphe (2018). *Alvorar* e *Alvorenda* ainda tentam se aproximar foneticamente com os nomes escolhidos, são também os dois exemplos que repetem o animal galo.

Observamos as seguintes características gráfica recorrentes nos exemplares:

- Elementos pictóricos: a representação de um animal, podendo ser um galo, ou outro animal, normalmente em chapado preto.
- Elementos esquemáticos: os raios vermelhos e amarelos são o artifício utilizado em todos os exemplares, em segundo lugar temos o listelo com alguma informação ou frase.
- Elementos verbais: a designação em vermelho, na maior parte das vezes em caixa-alta. Nesse caso as semelhanças variam. No caso de *Alvorar*, há uma tentativa de replicar o design do letreiro Alvorada no título Alvorar. Em *Alvorenda*, as letras “A” também foram desenhadas em tamanho maior, apesar da tipografia ser diferente e ainda utilizar uma sombra amarela. *Gavião* e *Paturí* utilizam o que parece ser a mesma tipografia e o mesmo tipo de ornamento (contorno amarelo) mas se diferem nesse sentido do letreiro da *Alvorada*. Contudo, no quesito da designação, o mais diferenciado é o *Cisne Negro*, do ponto de vista do estilo tipográfico. As informações do engarrafador vêm, em sua maioria, em caixa-alta na cor branca, com o engarrafador destacado em caixa-alta e vermelho.
- Todos os rótulos são divididos em três campos: uma faixa em chapado preto com a designação, uma faixa com os raios e o animal ao centro e uma faixa com as informações do engarrafador.

A *Alvorada* passou anos fora do mercado devido às baixas vendas, mas hoje está sendo vendida novamente, sob o comando de José Guelphe, filho do fundador José Guelphe Ferrer de Moraes. Seu rótulo atual remete ao design do original, fazendo referência ao ano de sua criação em 1953 (fig. 3.45).



Figura 3.45. Aguardente Alvorada (2018). Foto: Swanne Almeida.

3.2.4 Modelo Passarinho

Sabiá (fig. 3.46), *Chavinho* (fig. 3.47), *Japy* (fig. 3.48) e *Bentevi* (fig. 3.49) são exemplos de possíveis rótulos de estoque com pequenas modificações, contudo também caracterizam uma produção que busca modelos compositivos semelhantes, visto que todos recorrem a pássaros como representações da marca. Excetuando o *Sabiá* (SP), todos os exemplares são de cachaças mineiras. Nenhum deles traz informação da gráfica.

- Elementos pictóricos: pássaros e cana-de-açúcar na lateral esquerda do rótulo. Os desenhos são semelhantes, mas não são idênticos, passaram provavelmente por ajustes na matriz.
- Elementos esquemáticos: um listel nas cores vermelho e branco, que serve de apoio para o desenho do pássaro e a designação; uma moldura verde delineando o rótulo.
- Elementos verbais: não foram observadas semelhanças na anatomia tipográfica, mas podemos dizer que todos exemplares utilizam sua designação no formato caixa-alta.
- O fundo amarelo também foi repetido.



Figuras 3.46, 3.47, 3.48 e 3.49. Rótulos *Sabiá*, *Bentevi*, *Chavinho* e *Japy* (estimados entre as décadas de 1940 e 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

3.3 A circulação da produção Gráfica

Ao final do século XIX, o Brasil já acumulava uma série de impressos, revistas, livros, inclusive rótulos. Melo & Ramos (2011) notam que, nas primeiras décadas, os recursos técnicos disponíveis restringiam-se aos tipos móveis e suas capitulares, vinhetas e molduras. A esse conjunto foram sendo acrescentadas gravuras de metal, em madeira e, por fim, a técnica litográfica, que teve uma rápida difusão graças às possibilidades ilustrativas e compositivas. A litografia, que surgiu em 1796 pelas mãos de seu inventor Alois Senefelder, em cerca de trinta anos já chegava em Recife através dos estrangeiros, passando a ser utilizada em conjunto e em paralelo à tipografia (BARRETO CAMPELLO, 2011). Como o Brasil não possuía treino na área impressora, os imigrantes europeus operavam inicialmente as máquinas, sendo natural o grafismo do período refletir também padrões europeus (MELO & RAMOS, 2011).

Conforme Camargo (2003), até 1920, as gráficas brasileiras eram casas de obra onde se imprimia de tudo (fig. 3.50). As mesmas oficinas que faziam revistas e jornais, faziam livros. As assinaturas trazidas nos impressos, por vezes, traziam propaganda dessa variedade de funções. A assinatura da "Lito Moderna Recife", por exemplo, é encontrada nos rótulos da Coleção Almirante também nas variantes "Gráf. Liv. Moderna – Recife" e ainda "Liv. Tip. Lit. Moderna Recife". Essa gráfica é citada nos estudos de Agra Jr. (2011) como um dos estabelecimentos em atividade no contexto da litografia comercial recifense entre as décadas de 1930 e 1960. Ainda na década de 1930, muitas gráficas se sustentavam fazendo artigos diversificados, tais como santinhos e cartas de baralho (fig. 3.51). Havia bons prospectos também para quem se estabelecesse no setor de papelaria. Com o programa de incentivos à industrialização, promovido pelo Estado Novo, havia isenção de impostos na produção de papel, tendo sido um grande incentivo para as indústrias começarem a fabricar o próprio papel.

Nesse contexto, Camargo (2003) cita como exemplo a "Fábrica de Papel Paulista de Klabin, Irmãos e Cia". Encontramos uma assinatura dessa fábrica em um dos rótulos da coleção cujo engarrafador era do estado do Rio de Janeiro. Neste exemplar, a assinatura veio grafada da seguinte forma: "Klabin Irmãos e Cia S. Paulo – Rio". Um indicativo que se trata de uma filial da fábrica na cidade do Rio de Janeiro. Encontramos também exemplos de assinaturas de alguns estabelecimentos com iniciais de Papelaria: Pap. Esteves – Petrópolis, Pap. Ribeiro Ltda – BH, Livraria e Papelaria Recorde Ltda - Florianópolis, Papelaria Vieira

Aparecida, Pap. Samorini – Moacyr – Vitória, Papelaria Vieira – Guaratinguetá e Papelaria Vieira – Aparecida.



Figuras 3.50 e 3.51. Anúncio da *Drechsler & Cia* (futura I.G.B.) e anúncio da *Fábrica Lafayette* na *Revista de Pernambuco* (1926). No primeiro anúncio, o estabelecimento deixa claro que imprime qualquer tipo de trabalho em tipografia e litografia e chama atenção para sua nova especialidade: a confecção de livros. No segundo anúncio, percebe-se que a especialidade são os fumos, cigarros e as cartas de jogar. Cunha Lima (1998) cita casos em que fábricas de cigarro tinham suas próprias casas litográficas, a Fábrica Lafayette é uma destas ocorrências.

Conforme Camargo (2003), nas primeiras décadas do século XX, muitos moços sonhavam em entrar na indústria gráfica e melhorar de vida: *"Pelo país todo empalhavam-se gráficas, imprimindo desde cartões de visita, papelaria das empresas e volantes informativos, livros, jornais e todo o material gráfico necessário para embalar produtos. Ser gráfico era motivo de orgulho"* (CAMARGO, 2003, p.67). O autor aponta ainda que era relativamente comum aprendizes deixarem os patrões nas gráficas, no intuito de abrirem seus próprios negócios. A indústria gráfica dava espaço para iniciativas simples que poderiam crescer posteriormente. O autor aponta que em 1937 existiam cerca de 2 mil tipografias no Brasil. Nesse sentido, pouco antes de o Brasil entrar na Segunda Guerra, apenas no estado de São Paulo, já havia quatrocentas gráficas, das quais, 368 eram tipografias, 33 eram litografias e 26 eram clicherias.

Encontramos uma grande variedade de estabelecimentos gráficos, marcados nos rótulos da Coleção Almirante, com diferentes identificações e formas de abreviação: tipografia (tip. ou tipo.), litografia (lito. ou lit. ou lith.), gráfica (graf.), papelaria (pap.), entre outros. Há ainda aquelas identificações que unem nomes diferentes a exemplo de "lito. e tipo." (litografia e tipografia), "pap. e liv." (papelaria e livraria), demonstrando as diferentes técnicas de impressão e utilidades oferecidas pelo empreendimento condizentes com o

contexto em expansão já exposto. Diante da grande quantidade de estabelecimentos em atividade, nem sempre era possível contar com a mão-de-obra mais preparada. Nesse sentido, houve iniciativas de montar escolas técnicas para essa área da indústria.

Camargo (2003) aponta que, em resposta à expansão do setor e à consequente escassez da mão de obra especializada, foi criada em São Paulo, em 1946, a Escola Senai de Artes Gráficas Felício Lanzara, que se dedicava à formação de operadores de máquina. Cabe ressaltar que, ainda no final do século XIX, com o aumento da produção manufatureira brasileira, já tínhamos as iniciativas dos liceus de artes e ofícios em diferentes cidades, como Rio de Janeiro (1858), Salvador (1872), Recife (1880), São Paulo (1882), Maceió (1884) e Ouro Preto (1886). O do Rio de Janeiro, por exemplo, o primeiro desses a surgir, começou a funcionar em 1858. Neste liceu, as matérias que constituíam o ensino estavam divididas em dois grupos: ciências aplicadas e artes. Dentre algumas das matérias de artes estavam: desenho de figura (corpo humano), desenho geométrico, desenho de ornatos, de flores e de animais, gravura e talho-doce, água-forte, xilografia e pintura (CUNHA, 1979).

Não é difícil imaginar que, dentro do contexto da produção de rótulos, contando com um desenhista pouco experiente ou mesmo na ausência de um artista gráfico especializado, se recorresse a rótulos pré-existentes como modelos gráficos. Como já notamos a partir da Coleção Almirante, havia uma recorrência em modelos gráficos, que podia ser total ou parcial. No período estudado também é possível observar fortes recorrências em estilos tipográficos e em formas de composição visual. Em virtude desses achados, decidimos fazer uma investigação acerca da circulação da produção gráfica brasileira a partir dos registros encontrados na Coleção Almirante. Como pontuou Seu Hélio Soares (2018), os engarrafadores procuravam imprimir nas gráficas que oferecessem a melhor condição de orçamento. Guelphe (2018), também apontou que a *Aguardente Alvorada* (PE) já teve seus rótulos impressos numa gráfica paranaense, outro indicativo do intercâmbio gráfico que já ocorria na época.

Como já abordamos nos expostos, alguns rótulos possuem a assinatura das gráficas responsáveis. Conforme seu Hélio Soares (2018), essas assinaturas eram uma forma de propaganda da gráfica (fig. 3.52). Para ele, os donos das empresas faziam pesquisas de preços e qualidade, comprando, às vezes, o produto cujo visual do rótulo agradava, para ter o nome do estabelecimento gráfico e descobrir o número pela central telefônica. Uma vez encomendada a arte, o dono podia pagar por uma matriz (pedra) que ficaria guardada com o desenho do rótulo na *litoteca*. Dessa forma as novas remessas saíam mais baratas, garantindo a fidelização do cliente.



Figura 3.52. Assinaturas das gráficas nos rótulos da Coleção Almirante. Na sequência: Gráfica Catarinense – Blumenau, Lito Jundiaense LTDA, “União Industrial” Juiz de Fora – Minas.

Fizemos um levantamento das assinaturas das gráficas presentes nos rótulos da Coleção Almirante durante a etapa de categorização deste estudo, a qual é descrita na íntegra no próximo capítulo. Apesar de a maioria dos rótulos da coleção não trazer a assinatura da gráfica, conseguimos ainda coletar entre casas litográficas e oficinas tipográficas, por volta de 250 diferentes estabelecimentos. O número é uma estimativa, visto que um mesmo estabelecimento pode ter sido contabilizado por mais de uma vez nos casos em que possuía diferentes formas de assinatura nos rótulos.

Camargo (2003) ressalta que os anos 1950 representaram um salto para a industrialização do Brasil. Os estabelecimentos gráficos careciam de novos equipamentos, devido ao grande tempo com restrições nas importações durante a guerra. Quando Juscelino Kubitschek permitiu que a indústria gráfica se equipasse à do exterior, o setor gráfico brasileiro teve um grande crescimento. Além da renovação de maquinário, as gráficas multiplicaram as filiais. A *Impressora Paranaense* é um dos exemplos, que abriu filiais em Blumenau e em São Paulo. Na Coleção, no entanto, só identificamos a assinatura dessa gráfica com a cidade de Curitiba e outras sem a especificação da cidade. De modo geral, muitos dos registros das assinaturas não trazem o endereço ou mesmo o estado da sede da gráfica.

Durante a busca pelos estabelecimentos gráficos, deparamo-nos com rótulos que não possuíam a assinatura da Gráfica, mas em localização semelhante constavam registros numéricos como 756-M3-3729 ou 5952. Como não descobrimos a natureza informativa desses números, resolvemos desconsiderá-los na contagem. Dos 4.654 rótulos que foram catalogados, encontramos 1032 assinaturas. Ou seja, de acordo com o levantamento, em 3.622 rótulos não constava o estabelecimento gráfico. É possível que um eventual registro tenha passado despercebido, devido ao tamanho da coleção. Ademais, como esse levantamento foi realizado a partir das versões digitalizadas dos rótulos, devemos também considerar que alguns registros possam ter sido cortados na edição das imagens, visto que a localização da assinatura da gráfica normalmente é na parte inferior do rótulo, próximo à linha de corte do impresso. Destas 1032 assinaturas, 75 não foram identificadas por estarem ilegíveis, seja pela resolução das imagens, seja pelo fato de estarem borradas da impressão.

Dentre as assinaturas, há ocorrências que imaginamos poder se tratar de artistas gráficos como *Paul*, encontrado em 6 rótulos do Rio de Janeiro; *Tenente*, encontrado em 5

rótulos de Minas Gerais; *Fábio*, encontrado em 1 rótulo do estado do Rio de Janeiro, Borjalo e *Pedrosa*, cada um com 1 rótulo de Minas Gerais. A partir dos dados coletados, fizemos uma averiguação das gráficas mais recorrentes para posterior mapeamento da circulação das produções entre os estados. Para esse propósito era preciso contabilizar as ocorrências e identificar ao menos o estado no qual a gráfica estava localizada.

Dentre as dificuldades desse processo, pontua-se a ausência do endereço em algumas assinaturas, bem como a variação de abreviação adotada pelos estabelecimentos, gerando por vezes dúvidas se correspondem ao mesmo empreendimento ou não. Como exemplo, temos as assinaturas: IMP. PAR. CURITIBA, IMP. PARANAENSE SA, IMP. PAR. CURITIBA, IMP. PAR. S/A – CTBA. Essas parecem diferentes formas de descrever a *Impressora Paranaense*. Ainda encontramos a versão “IP CURITIBA PARANÁ”, que possivelmente identifica a mesma gráfica, mas, como neste último caso a abreviação está muito curta e não achamos documentos que atestassem ser a mesma gráfica, contabilizamos como um estabelecimento gráfico diferente.

Elencamos no quadro 3.2, as assinaturas que aparecem pelo menos três vezes na coleção. Como é possível ver na figura 3.52, algumas assinaturas vêm acompanhadas das cidades e/ou estado. Nos casos em que não descobrimos por meio da própria coleção, utilizamos os achados de Agra Jr. (2011) para os estabelecimentos pernambucanos, os de Witikoski (2016) para os estabelecimentos paranaenses e os apontamentos de Camargo (2003) para algumas outras localidades. No entanto, algumas das ocorrências ainda ficaram sem a localização determinada.

Apesar de não constarem no quadro, devido ao critério de quantitativo mínimo de ocorrências adotado, foram encontrados 46 estabelecimentos cujas identificações se dividiam em: “Tipografias” (42 exemplares), “Lito Tipográficas” (2 exemplares) e “Linotipo” (2 exemplares). As demais ocorrências se dividem em litografias, gráficas, empresas gráficas, papelarias, livrarias, impressoras, nomes mistos (ex. liv. pap.) e assinaturas que não identificam o maquinário, a exemplo de “Pradi”. A maior parte das impressões dos rótulos, como já caracterizamos na Coleção Almirante, é feita em litografia (incluindo a *cromolitografia* – litografia em cores), sendo natural que os estabelecimentos que comportam essa técnica de impressão se sobressaíam nas ocorrências. Além do mais, os rótulos já funcionavam como a propaganda do produto, e a litografia como é sabido, graças às suas possibilidades técnicas se destacou nesse setor.

Quadro 3.2. Estabelecimentos Gráficos ou Ilustradores e ocorrências.

ASSINATURA	OCORRÊNCIAS	ORIGEM	QUANTIDADE DE UNIDADES POR DESTINO
ARTE GRÁFICA - CEL. FABRICIANO - MINAS	5	MG	MG (5)
EMP. GRAF. AMAZÔNIA - PARÁ	5	PA	PA (5)
EMP. GRÁFICA MODERNA LTDA - MURIAÉ	4	MG	MG (4)
EMP. TIPOGRÁFICA S. JOSÉ FORMIGA	3		MG (3)
ES. GRÁFICA GUTENBERG - PONTE NOVA	8	MG	MG (8)
EST. GRÁFICA PASQUE	12	MG	MG (12)
EST. GRÁFICO IDEAL - SANTOS DUMONT	6	MG	MG (6)
FIORI BAHIA	17	BA	BA (17)
GLOBO BAHIA	22	BA	BA (19) RJ (2) SE (1)
GRAF LUSITANA RECIFE	6	PE	PE (6)
GRAF. 43 BLUMENAU	45	SC	BA (15) CE (4) ES (4) MG (2) PA (2) PE (1) SC (17)
GRAF. MUNIZ - RIO	21	RJ	RJ (21)
GRÁFICA APOLO	4	PE	PB (1) PE (3)
GRÁFICA CATARINENSE SA	49	SC	AL (2) BA (6) CE (6) MA (1) MG (8) PA (1) PB (6) PE (4) RJ (1) RN (1) RS (1) SC (10) SE (2)
GRÁFICA REAL GRANDEZA - RIO	4	RJ	RJ (4)
GRÁFICA SANTA LUZIA - CARANGOLA	5	MG	MG (5)
GRÁFICA UNIVERSAL LTDA - RIO BONITO	3	RJ	RJ (3)
GRÁFICAS - SÃO JOÃO DEL REI	26	MG	ES (1) MG (25)
I. B. 416	3		BA (3)
I.G.B RECIFE	4	PE	PB (1) PE (3)
I.P.C	3		CE (1) MG (1) PB (1)
IMP. PAR. CURITIBA	18	PR	BA (4) CE (3) MA (1) PA (1) PB (2) PI (1) PR (2) RJ (1) RS (1) SE (1) SP (1)
IMPRENSA VITÓRIA - BAHIA	3	BA	BA (3)
IP CURITIBA - PARANÁ	17	PR	CE (10) PA (1) PB (2) PE (1) PR (1) SC (1) SP (1)
LI. ARTE SERRANA	3		CE (1) RS (2)
LIT. ALMEIDA MARQUES - RIO	13	RJ	ES (2) PE (2) RJ (9)
LIT. CRUZ DE MALTA - SÃO PAULO	41	SP	AL (1) BA (4) CE (1) ES (9) MG (1) PE (1) RJ (13) SC (1) SP (10)
LIT. PROGRESSO CURITIBA	9	PR	PR (6) SC (3)
LITH. MINERVA - SANTA CRUZ DO SUL	16	RS	CE (2) ES (1) PB (1) RS (10) SC (2)
LITO ARAGUAIA LTDA - JUNDIAI	11	SP	MG (4) PR (1) SP (6)
LITO CIA DE FUMOS SANTA CRUZ	5		RS (5)
LITO JUNDIAIENSE	51	SP	ES (2) MG (13) PR (1) RJ (2) SP (33)
LITO LAFAYETTE RECIFE	7	PE	CE (4) PB (1) PE (1) RN (1)
LITO MODERNA - JUNDIAÍ	12	SP	MG (3) SP (9)
LITO MODERNA RECIFE	38	PE	AL (4) BA (3) CE (2) MG (1) PB (8) PE (10) PI (2) SE (7) SP (1)
LITO RECORD LTDA - SÃO PAULO	5	SP	MG (2) RJ (3)
LITO UNIVERSO - SP	3	SP	PE (1) RJ (2)
NOCLA - BAHIA	23	BA	BA (18) SE (5)
PAP. ESTEVES - PETROPOLIS	13	RJ	RJ (13)
PAP. RIBEIRO LTDA - BH	3	MG	MG (3)
PAP. SAMORINI - MOACYR - VITÓRIA	11	ES	ES (11)
PAUL (ilustrador?)	6		RJ (6)
PRADI	5	PR	PR (4) SC (1)
REDENTOR ARTES GRÁFICAS - E. SANTO	3	ES	ES (3)

			CE (1) ES (5) MA (1) MG (52) MT (1) RJ (9)
SCHMIDT - JUIZ DE FORA	69	MG	
TENENTE (Ilustrador?)	5		MG (5)
TIP. MONTALVAO - VITÓRIA	4	ES	ES (4)
TIP. NASCIMENTO - AIMORÉS	3	MG	MG (3)
TIP. PRIORE - R. MARCOS ARRUDA, 277	5	SP	SP (5)
TIP. ROCHA - MINAS	5	MG	MG (5)
TIP. TINOCO - CAMPOS	3		ES (2) RJ (1)
TIPO. RADIANTE. GOV VALADARES	7	MG	MG (7)
TIPO. TANECO - VITÓRIA	4	ES	ES (4)
UNIÃO INDUSTRIAL - JUIZ DE FORA - MINAS	76	MG	ES (2) MG (63) RJ (11)

No quadro destacamos em azul, as assinaturas que têm incidência igual ou superior a 10 ocorrências e, a partir desses realces, desenvolvemos um gráfico demonstrando a circulação da produção gráfica da rotulagem (fig. 3.53). Neste mapeamento, as letras de A–Z em marcadores de localização representam as gráficas elencadas, tendo sido posicionadas nos mapas de acordo com a unidade federativa na qual estão situadas, sem obedecer, necessariamente, à localização das cidades. Por sua vez, as bandeiras com numeração correspondem às quantidades de exemplares produzidos por cada gráfica encontrados na coleção. Esses ícones foram posicionados nos estados responsáveis pela produção das aguardentes.

A relação entre as gráficas, *representadas por localizadores*, e suas produções, *representadas por bandeiras* é feita por meio de um esquema de cores. Por exemplo, uma gráfica com localizador azul, pode ter várias bandeiras azuis distribuídas pelo país, representando os impressos que produziu e foram enviados para cada estado. Optamos por representar esse fluxo em três mapas diferentes, de acordo com o local da produção gráfica dos rótulos. Desse modo, dispomos os mapas com os rótulos produzidos na *Região Sudeste*, na *Região Sul* e da *Região Nordeste*.

Como é possível perceber, a região Sudeste é aquela que tem a maior quantidade de estabelecimentos gráficos e de produção de rótulos, coincidindo com os estados que detêm também mais exemplares na coleção. De acordo com o mapeamento, a produção gráfica do Sudeste, no entanto, atendia mais à própria região. Ora, se o Sudeste era a região com maior produção de aguardente e a que se industrializou mais rapidamente, é coerente que abrigasse mais estabelecimentos gráficos e que estes atendessem majoritariamente à própria demanda de rotulagem local.

Diferentemente, se observarmos a produção da região Sul, temos cinco estabelecimentos produzindo rótulos para dezessete estados diferentes, concentrados especialmente no Nordeste. O destaque da produção sulista se concentra em três gráficas: a Impressora Paranaense (H), a Gráfica 43 Blumenau (D) e a Gráfica Catarinense SA (F). Essas

gráficas aparentemente dominavam o mercado e eram bastante requisitadas pelos engarrafadores de aguardente da região Nordeste. Os estabelecimentos gráficos do Sul estavam atendendo onde havia mais demanda e menos concorrência. Neste levantamento, a Gráfica Catarinense SA foi a que apresentou maior disseminação entre os estados, sendo marcada em rótulos de treze estados brasileiros diferentes.

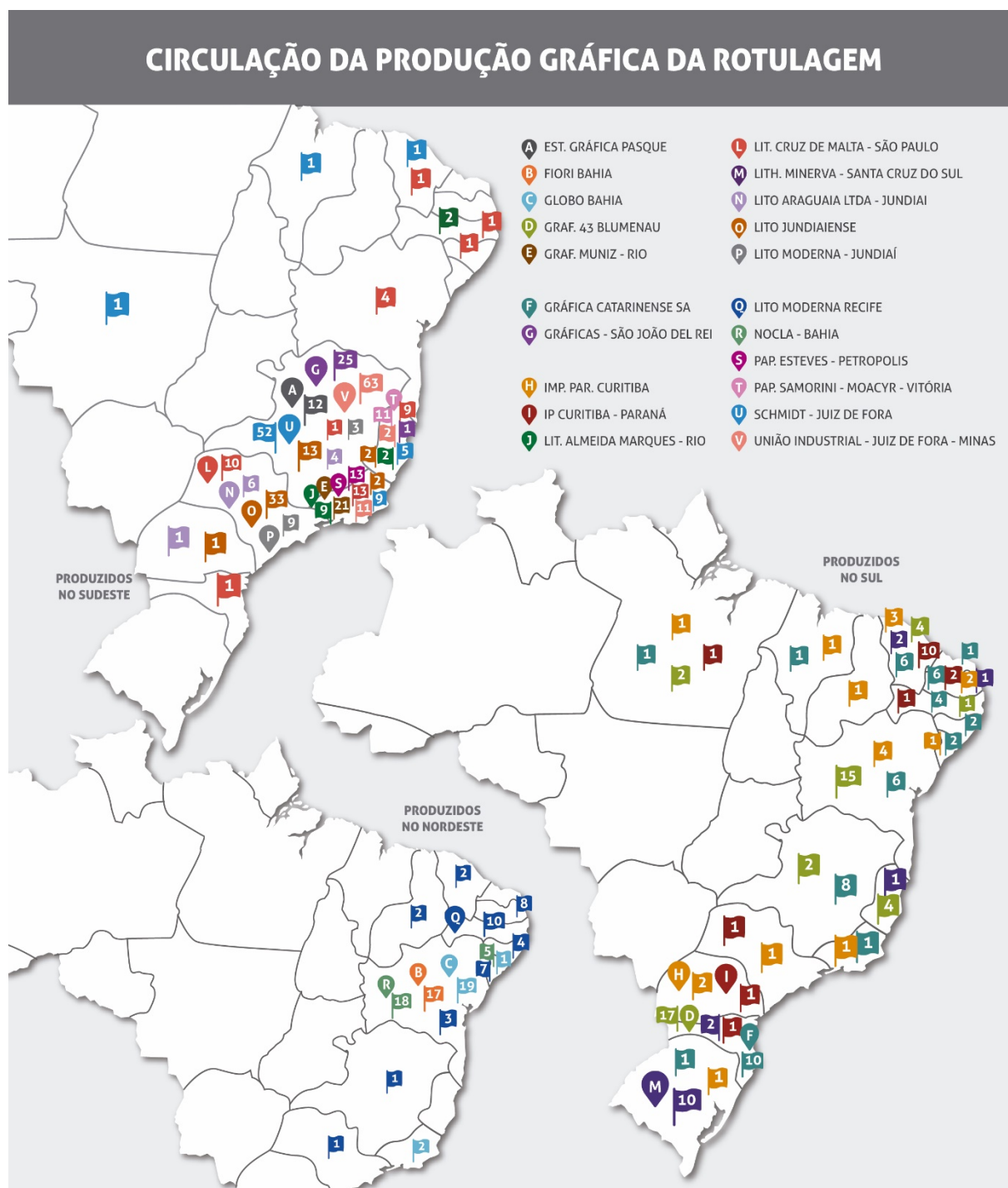


Figura 3.53. Circularidade da produção gráfica de rótulos da Coleção Almirante.
Fonte: Elaboração própria. Design: Gabriela Carvalho e Swanne Almeida.

Na região Nordeste, apesar de ter uma variedade de gráficas razoável, apenas quatro se destacaram em quantitativos para serem incluídas no infográfico. Dentre estas, a “Lito Moderna Recife” foi a que mais se destacou, apresentando mais rótulos impressos para Pernambuco, seu estado de origem, e para alguns outros estados das regiões Nordeste e Sudeste. As gráficas nordestinas apresentaram poucos exemplares produzidos para Região Sudeste e nenhuma produção destinada à Região Sul. Evidentemente, temos um verdadeiro intercâmbio gráfico no período. Intuímos que além da circularidade das mercadorias e da popularidade de algumas marcas de cachaça, este intercâmbio tenha favorecido maior disseminação de modelos gráficos e recorrências no estilo das imagens.

3.4 Considerações preliminares

Neste Capítulo perpassamos pelo registro de marcas no Brasil, pelos exemplos de recorrências de modelos compositivos e pelo fluxo da produção gráfica de parte dos rótulos da coleção estudada. Percebemos que o registro de marcas foi evoluindo ao longo dos anos, abarcando cada vez mais uma maior variedade de formas registráveis. Os rótulos funcionavam como a própria marca do produto e podiam ainda conter neles o selo do engarrafador ou fabricante, como o registro mostrado do EGPL (Engarrafamento Pitú Ltda – fig. 3.20), que acompanhava o rótulo da Pitú.

Produzir aguardente virou solução contra a falência. A produção cresceu tanto que, por vezes, a bebida era transformada em álcool para suprir as necessidades de combustível do país. Aliando a grande produção com as novas determinações legais, que estabeleciam a obrigatoriedade do uso de rótulos e comercialização de bebidas em recipientes de até 1 litro, surgiram os novos negócios: os engarrafamentos. Marcas populares como a Tatuzinho que foi abordada, nem chegaram a produzir a caninha. A produção era terceirizada e o que se fazia era envazar. Os engarrafadores eram verdadeiros qualificadores das bebidas: “Pura, Fina, Superior, Insuperável” (fig. 3.54). Não se engarrafava qualquer coisa, havia que se passar pelo crivo do engarrafador e da Saúde Pública, a cachaça devia ser da “boa”. Mas, em estando com um bom fornecedor, o que definiria mesmo o sucesso seria acertar o modelo do rótulo.

Muitas cachaças, provavelmente de pequenos produtores ou engarrafamentos, não chegavam nem a fazer o registro da marca, algumas ainda utilizavam os rótulos de estoque, dividindo a mesma identidade visual com várias outras aguardentes da região. Outros fabricantes e engarrafadoras, com sorte, acertavam o nome e o desenho que conquistaria o público. Os produtores fizeram logo o registro que garantiria a prioridade de uso, mas,

mesmo assim, ainda sofreram com as várias imitações e falsificações no mercado. Só se imita o que vende bem e faz sucesso. Quem é imitado quer dizer que está bem no mercado.

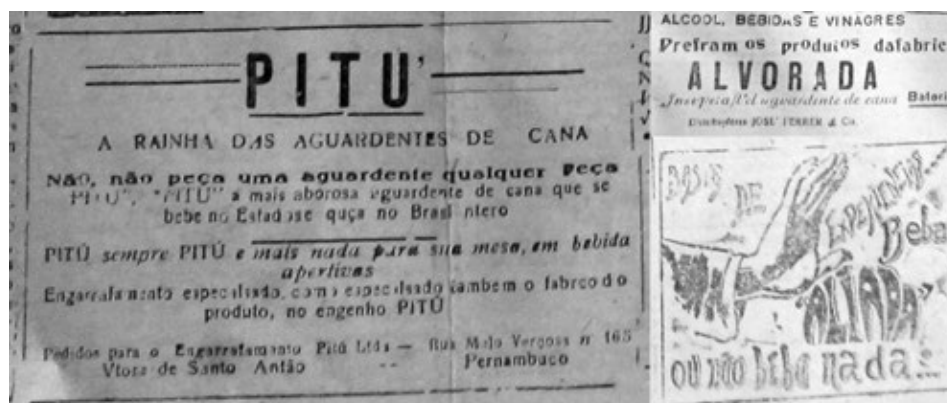


Figura 3.54. Propagandas das aguardentes *Pitú*, *Alvorada* e *Alliada* encontrados no Jornal “O LIdador” da cidade de Vitória do Santo Antão em 09 de fevereiro de 1952, p. 2-3. As marcas valorizavam a imprensa local. Acervo do Instituto Histórico de Vitória de Santo Antão.

A prática das casas litográficas favorecia o sistema de cópias e reaproveitamento de desenhos. Bastava um desenhista habilidoso para decalcar cuidadosamente com o papel de transferência e fazer um rótulo com os elementos pedidos pelo cliente. Eram tantas cachaças, tantas gráficas, e nem tantos especialistas. Nem tudo era imitação, havia recorrências compositivas que não visavam ludibriar o consumidor, mas seguiam um modelo gráfico que funcionava bem ou mesmo uma tendência de estilo.

Podiam-se copiar molduras, listelos, estilos de letras, ou fazer a mesma mulher com penteado e trajes de banho diferentes do original. O que dizer da tríade vermelho, amarelo e preto? Em Pernambuco, parece que todos queriam as mesmas cores. Podemos considerar, ainda, uma menor disponibilidade de tintas na região em virtude da guerra ou por outra razão. Mas não poderia ser só isso, já que, para *Aguardente Serra Grande*, do estado de Pernambuco, como também para outras marcas, não faltavam as cores verde e azul.

As aguardentes *Mocotolina* e a *Alliada*, ambas da cidade de Vitória de Santo Antão, começaram pouco antes da *Pitú* e já usavam as mesmas cores, mas sem o chapado preto no plano de fundo. Henrique de Holanda, criador do rótulo da *Pitú*, trabalhou melhor o contraste desta tríade de cores. Alguma marca de produto já poderia até estar usando o chapado preto com o elemento pictórico em vermelho e ter inspirado o autor do rótulo da *Pitú*. Todavia, foi a que fez o registro da marca que emplacou no mercado e potencializou a repetição. Produzida por um membro da mesma família, a *Alvorada* também usou as mesmas cores, mas de forma diferente e deu certo, todos queriam ter um sol formado por raios amarelos e

vermelhos no rótulo. Já no Sudeste, o *Tatuzinho*, completamente diferente inspirou também outras marcas, todas compostas por animais no meio do canavial.

Impressionante também são esses modelos e essas tendências circulando pelo país. Algumas bebidas, cujas firmas foram crescendo, possuíam representantes e vendiam em outros estados, enquanto outras atendiam demandas mais locais. A circulação das mercadorias acontecia também de forma indireta, por outras pessoas, a partir dos pontos de distribuição oficiais. Além disso, como vimos, havia um intenso intercâmbio gráfico das produções na área da rotulagem, o que também contribuiu nas recorrências temáticas e gráficas. No próximo capítulo, apresentamos as recorrências temáticas encontradas nos rótulos da Coleção Almirante, destacando o grupo de rótulos que utiliza figuras de animais e sua respectiva relação com a fauna brasileira.

4 OS ANIMAIS E A FAUNA BRASILEIRA

Este capítulo apresenta o processo de categorização temática da Coleção Almirante e a incidência das representações de animais presente em cada estado e na coleção como um todo. Expomos os animais encontrados e os classificamos, relacionando-os com a taxonomia¹ oficial utilizada para os seres vivos, bem como com a fauna brasileira e a distribuição das espécies pelas regiões. As representações dos animais nos rótulos são apresentadas juntamente com possíveis espécies utilizadas como referências pelos seus autores.

4.1 A categorização da coleção e a incidência de animais

No estudo realizado por Almeida (2013), os rótulos da Coleção Almirante só podiam ser acessados através de seus originais, acondicionados em envelopes individuais e pastas em arquivo. Essa organização tornava o processo de pesquisa mais demorado e impossibilitava uma visão geral das produções de cada estado. Atualmente, essa coleção está totalmente digitalizada e disponível na *Villa Digital*² da Fundação Joaquim Nabuco, o que tornou o processo de categorização mais viável e prático. Além do que, a visualização de vários rótulos em tela simultaneamente, proporcionou um conhecimento mais amplo da coleção.

Em Almeida (2013), já havíamos feito a catalogação e categorização temática dos rótulos dos estados de Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo. As categorias, no entanto, precisaram ser adaptadas, pois ainda havia algumas inconsistências. Algumas sugeriam dúvidas, por exemplo: um veículo transportando cana, deveria ir para *transporte* ou para o grupo ligado à *produção da cachaça*? Algumas temáticas estavam enquadradas em "Outros", porque não havia categoria específica. Foram observadas, por exemplo, figuras folclóricas como sereias, sacis, as quais ficavam na ficha de Almeida (2013) (fig. 4.1) sem categoria, mas que agora estão agrupadas como "*Folclore*".

¹ O ramo da Biologia que trata da descrição, da nomenclatura e da classificação dos seres vivos (sistemática). (LOPES, 2004).

² A Villa Digital é um espaço multiusuário criado para promover a difusão e preservação do acervo da Fundação Joaquim Nabuco, sendo aberto ao público para consultas por meio do site (<http://villadigital.fundaj.gov.br/>) e do espaço físico localizado em um casarão dentro da Fundação.

Ref:	Designação:	
Categoria: ☐ Mulher ☐ Homem ☐ Entretenimento / cotidiano ☐ Animal ☐ predominância verbal ☐ Contexto / Paisagem ☐ Cana-de-açúcar ☐ Acontec. históricos / desenvolvimento ☐ Fábrica ☐ Índio ☐ Santos ☐ Esporte ☐ Transporte ☐ Frutas e folhas ☐ Objeto ☐ Indefinido	Descrição:	Formato ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ OUTRO

Figura 4.1. Ficha de categorização e catalogação utilizada no mestrado. Fonte: Almeida (2013).

O objetivo principal da categorização no presente estudo foi mapear a incidência dos animais comparativamente com outras temáticas encontradas, relacionando estes dados com os estados e regiões de produção das aguardentes. Ou seja, compreender o destaque efetivo que essa categoria cumpre em cada estado e na coleção como um todo. Cogitou-se reutilizar a ficha de Almeida (2013) (fig. 4.1), com apenas algumas adaptações (fig. 4.2). Essa nova ficha ainda foi utilizada nos estados de Alagoas, Bahia, Ceará e parte de Minas Gerais. Nessa primeira adaptação, além das categorias modificadas, o formato do rótulo também foi excluído, por ter sido considerado sem relevância para esta pesquisa. Como a Coleção Almirante está digitalizada, percebeu-se durante o processo, que também não era necessária uma descrição, visto que o acesso visual dos rótulos para uma simples conferência tornou-se mais rápido e prático. Além disso, como o foco passou a ser os animais dos rótulos, não fazia sentido descrever a princípio outras temáticas.

Referência:	Estado:	Designação:
Temática Ilustração Principal ☐ Acontecimentos Históricos ☐ Animal ☐ Cana-de-açúcar ☐ Casais ☐ Jogos ☐ Esportes ☐ Fábrica ☐ Frutas/Folhas ☐ Folclore ☐ Homem ☐ Índio ☐ Mapas ☐ Mulher ☐ Objetos ☐ Paisagem ☐ Personagem ☐ Premiações ☐ ☐ Santos ☐ Transporte ☐ Predominância verbal	Descrição:	

Figura 4.2 Primeira readaptação da ficha de Almeida (2013).

A categorização temática foi feita de acordo com o elemento pictórico principal do rótulo, não sendo as designações das cachaças, por si só, indicadoras da temática. Os rótulos essencialmente tipográficos foram todos incluídos novamente na categoria "ausente - predominância verbal", independente das referências temáticas associadas às suas designações. Decidimos passar a utilizar o *Google Forms* para coletar os dados, visto que este

permite vincular o formulário a uma planilha, o que facilitou a computação das informações (fig. 4.3). Nesse formulário, os campos para preenchimento incluíram: referência, categoria temática, designação, descrição e informação da gráfica ou artista gráfico. Os campos de designação e descrição só foram preenchidos nos casos dos rótulos de animais ou nas ocorrências que necessitavam de alguma observação relevante. O levantamento das gráficas foi um dado acrescentado como estratégia para mapear as composições semelhantes, que poderiam estar atreladas ao local de confecção dos rótulos, como já abordamos no capítulo anterior.

Figura 4.3. Formulário do Google Forms preparado para categorização.

Inicialmente, as categorias estabelecidas de acordo com os elementos pictóricos principais foram: animal, mulher, homem, fábrica, cana, esportes, folclore, frutas e folhas, grupos e casais, histórico, índio, jogos, lugares/paisagem, mapas, música, objetos, personagem, premiações, referência religiosa, transporte, ausente (predominância verbal) e outros (fig. 4.4). Algumas categorias de Almeida (2013) foram reformuladas e outras se aglutinaram. Por exemplo, as denominadas antes como fábrica e paisagem de contexto foram todas enquadradas em "*Fábrica*". Vale salientar, que, a depender da interpretação, um rótulo poderia ser enquadrado em diferentes categorias. Por exemplo, um homem tocando a viola, poderia estar enquadrado em homem ou em música. Nesses casos, como enquadramos na categoria "Homem", o único exemplar que restou para a categoria música, foi um denominado "Ópera", que trazia notas musicais e máscaras como elementos pictóricos. Em função disso, excluímos esse agrupamento e remanejamos esse exemplar para a categoria "Outros".

Uma temática que apareceu inesperada no processo de categorização foi a de "*Crianças*". Já havíamos observado, em outros tipos de rotulagem, como as do próprio

cigarro, crianças sendo ilustradas (DAVIDSON, 1989, CUNHA LIMA, 1998). Na Coleção Almirante, elas aparecem em apenas cinco exemplares, mas que precisaram ser separados em um grupo específico, já que a ocorrência destoava do todo. Basicamente os rótulos ficaram divididos da seguinte forma:

- **Animal** – os mais diferentes tipos de animais. Desde os clássicos estrangeiros como leão e girafa a animais característicos da fauna brasileira como a onça pintada e o lobo guará. No painel de temáticas, temos um rótulo pernambucano que traz a ave chamada “Socó” (fig. 4.4 – A).
- **Mulher** - Mulheres com uma tacinha na mão, em trajes de banho, trabalhando no canavial, em poses sensuais, atrizes e cantoras (fig. 4.4 – B).
- **Homem** - Homens bebendo (fig. 4.4 - C), trabalhando no campo, montando cavalos, tocando instrumentos, cangaceiros. Também encontramos personalidades como Pixinguinha, compositor brasileiro.
- **Fábrica** – Engenhos, moendas, barris e paisagens representando o contexto da produção da aguardente com um ou mais elementos integrados (engenho, carroça fazendo carregamento de cana, etc.). O exemplo trazido é o rótulo *Bateria*, com a representação simplificada de um engenho (fig. 4.4 – D). Esse exemplar faz parte do acervo pessoal do Sr. José Guelphe (2018).
- **Cana** – Nestes rótulos, o elemento pictórico principal é a própria cana-de-açúcar, que pode vir formando uma moldura na composição (fig. 4.4 – E), ou mesmo como feixes de cana arrematados com um laço.
- **Esportes** - Escudos de time, atletas, pessoas praticando esportes, estádios e afins. O exemplar demonstrativo *Barra 3* faz parte da Coleção ICP (UFPE) (fig. 4.4 – F).
- **Folclore** - Figuras representativas do folclore, tais como sacis e sereias (fig. 4.4 – G).
- **Frutas e Folhas** - São aqueles rótulos que trazem frutas, árvores ou mesmo folhagens. Normalmente as frutas são utilizadas nas aguardentes compostas (ALMEIDA, 2013). O rótulo *Laranja* (fig. 4.4 - H), por exemplo, tem na figura da laranja, um indicativo do composto da bebida.
- **Grupos e Casais** - Temos alguns exemplares ilustrados por casais (fig. 4.4 - I) ou ainda grupos mistos. Por exemplo, dois homens numa mesa de bar e uma garçonete. Grupos formados apenas por homens ou mulheres, foram enquadrados nas categorias homens e mulheres, respectivamente.
- **Histórico** - Exemplares que fazem referência diretamente a algum acontecimento ou episódio histórico. Um exemplo é o rótulo *Invasão* (fig. 4.4 – J), como também um

exemplar visto na coleção retratando os bandeirantes, exploradores que adentravam os sertões em busca de riquezas e escravos, na época do Brasil Colônia.

- **Índio** - Índios ou índias. Eles podem vir com arco e flecha ou exaltando seu cocar (ALMEIDA, 2013). O exemplar demonstrativo faz parte da Coleção ICP (UFPE) (fig. 4.4 – K).
- **Jogos** – Cartas ou apenas os naipes de baralhos. O exemplo que trouxemos tem 3 cartas representando a trinca (fig. 4.4 – L).
- **Lugares / Paisagem** – Paisagens e lugares diversos que não focam na produção da aguardente. Exemplos: Baía de Guanabara, Fortaleza, Serra Dourada e Carioca (representação do Pão de açúcar na cidade do Rio de Janeiro - fig. 4.4 – M).
- **Mapas** – Desenhos de mapas de diferentes localidades. No nosso exemplo, temos um mapa com os estados de Mato Grosso e Mato Grosso do Sul (fig. 4.4 – N).
- **Objetos** – Objetos diversos. Os mais comuns são coroas, garrafas e taças. O exemplo trazido faz parte da coleção ICP (UFPE) (fig. 4.4 – O). Há outros mais diferentes como relógio, cachimbo ou cadeado. Chamou-nos atenção um exemplar que trazia como elemento pictórico, a mais nova novidade da época: a TV.
- **Personagens** – Personagens como Zé carioca, Branca de Neve e o gato *Tom* da animação *Tom & Jerry* (fig. 4.4 – P).
- **Premiações** – Há algumas aguardentes que enfatizam os prêmios recebidos, retratando todas as suas medalhas (fig. 4.4 – Q).
- **Referências religiosas** - Figuras de anjos, santos e referências bíblicas como Adão e Eva ou os três reis magos. O exemplar demonstrativo é apenas ilustrativo, visto que é um hidromel e faz parte da *Coleção ICP* (UFPE) (fig. 4.4 – R).
- **Transporte** - Trens, caminhões, embarcações, avião. Alguns desses, às vezes, estão carregando cana-de-açúcar, mas a ênfase está no meio de transporte e não no contexto da produção da bebida. No Rótulo *Aristocrata*, temos um avião, o novo conceito de viagem internacional. Nos inícios da aviação comercial, voar era mesmo para poucos (fig. 4.4-S).
- **Ausente (predominância verbal)** – Todos os rótulos majoritariamente tipográficos, independente da referência temática sugerida pela designação da bebida (fig. 4.4 - T).
- **Outros** – Fogo, lua, estrelas, asas e outros elementos inesperados.
- **Crianças** – Descobertas apenas no decorrer da categorização. São todas meninas.



Figura 4.4. Painel temático de referência para categorização. Fontes: O Rótulo *Bateria* (D) faz parte do acervo pessoal do Sr. José Guelphe (2018), os rótulos *Poti* (K), *Pinga Nordestina* (O) e *Hidromel São João* (R) fazem parte da *Coleção ICP* (UFPE) e os demais são todos da *Coleção Almirante* (Fundaj).

Todos estimados entre as décadas de 1940 e 1950.

Dessa forma foram catalogados um total de **4.743** rótulos. Dentre esses exemplares, encontramos uma grande variedade de rótulos de estoque. Também foram encontrados casos de reimpressão (o mesmo rótulo em diferentes formatos ou com ligeiras diferenças), e casos do mesmo produto com rótulos diferentes. De forma geral, a organização dos arquivos da coleção permite mapear os rótulos que são iguais, os quais normalmente vêm dispostos em sequência numérica. Contudo, dada a imensa quantidade de exemplares, é complicado conseguir mapear todas essas ocorrências para descartar. Sendo assim, rótulos de estoque com diferentes engarrafadores ou fabricantes foram considerados como rótulos diferentes, assim como os rótulos do mesmo produto que possuíam desenhos claramente distintos.

Aqueles que representavam a mesma bebida e conseguimos identificar como exemplares idênticos, ou mesmo apenas com ligeiras diferenças no rótulo, foram descartados na computação dos dados. As outras ocorrências descartadas correspondem aos rótulos de outras bebidas como cajuína, jurubeba, vinho, entre outros. As denominadas aguardentes compostas ou de frutas não foram excluídas. Dois rótulos não tinham nenhuma informação de procedência ou engarrafador, e, por essa razão, também foram eliminados da contagem. Com os descartes, consideramos **4.654** exemplares para o mapeamento temático. Na figura 4.5 demonstramos os resultados da categorização temática da coleção como um todo, evidenciando a incidência dos rótulos que trazem animais por estado.

Do lado esquerdo em linhas, temos os **4.654** rótulos catalogados de acordo com a temática. Destacamos, em vermelho, o quantitativo de animais, que são a temática central deste estudo. Do lado direito, temos representados em garrafas os dezenove estados da coleção. Em preto, dentro das garrafinhas, temos o quantitativo total de rótulos de cada estado. Do lado esquerdo dos gargalos, temos, em vermelho, a quantidade de rótulos de cada estado que utiliza a temática animal. A soma dos números dentro das garrafinhas corresponde ao total de rótulos catalogados, incluindo todas as temáticas, ou seja, **4.654** rótulos. Já a soma dos números em vermelho, ao lado das garrafinhas, totaliza apenas o quantitativo de animais, portanto, **402** rótulos.

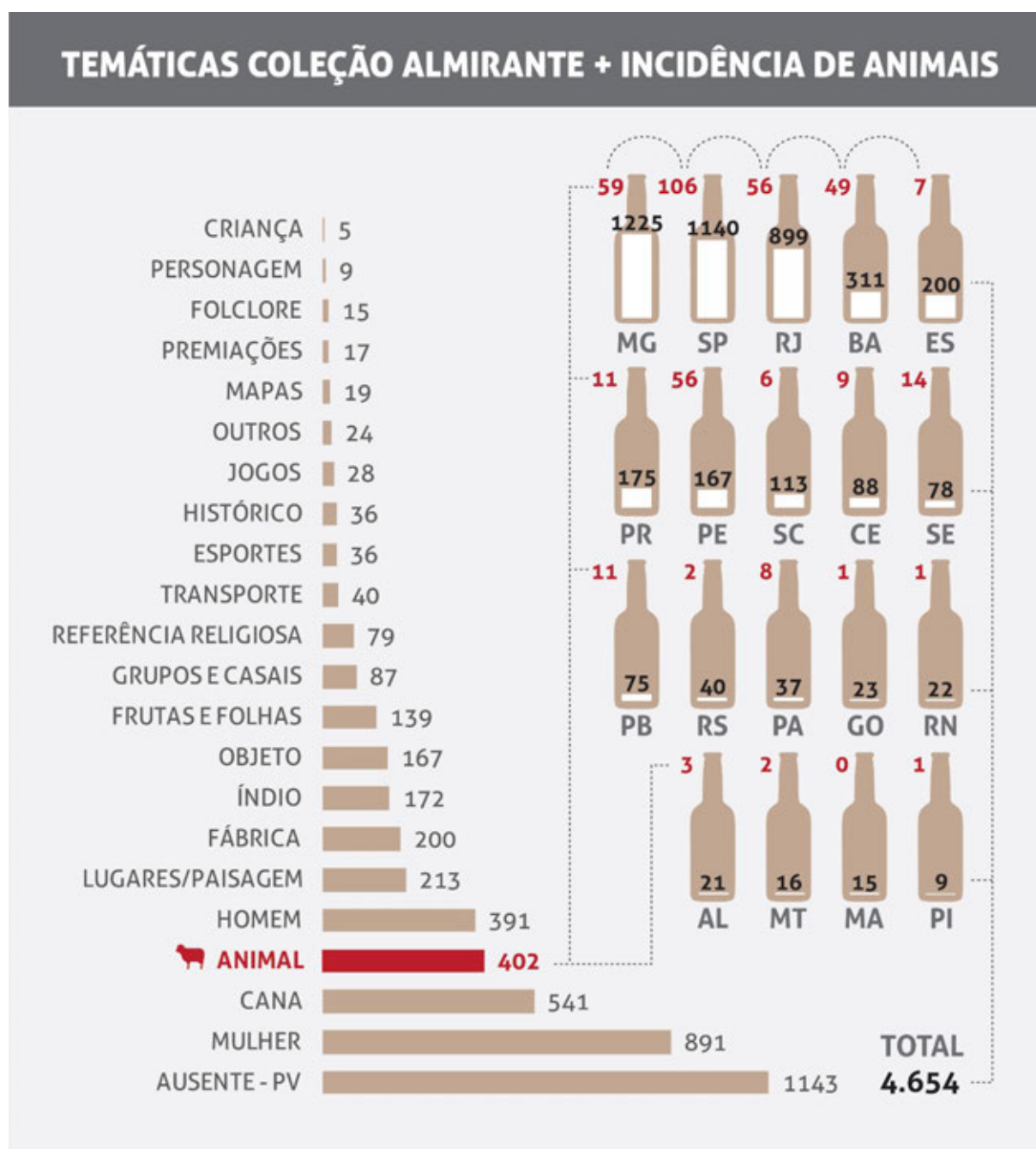


Figura 4.5. Temáticas da Coleção Almirante e incidência de animais. Fonte: Elaboração própria.

Como se pode perceber, o grupo de maior quantidade é formado por rótulos que não utilizam elementos pictóricos, os quais denominamos *Ausente - Predominância Verbal*. Como observaremos nos gráficos individuais de cada estado, normalmente essa é a categoria predominante (fig. 4.7). A maior parte dos rótulos que tem predominância verbal são impressos em tipografia. Como já vimos, na época estudada, existiam muitos estabelecimentos tipográficos e, ainda, aqueles que imprimiam tanto tipografia como litografia. Não é difícil imaginar que os rótulos tipográficos fossem mais baratos e rápidos do que aqueles encomendados com desenhos personalizados. Os exemplares de

predominância verbal que foram impressos em litografia, ao invés de tipografia, são minoria. Nas cidades interioranas, também era mais fácil encontrar estabelecimentos tipográficos do que as casas litográficas.

Dos exemplares que utilizam elementos pictóricos para compor a marca (**3.511** rótulos), as temáticas mais recorrentes, de acordo com a amostragem de que dispomos, eram as *mulheres*, em primeiro lugar, e a *cana*, em segundo. Contudo, poderíamos agrupar os rótulos que trazem apenas canas adornando (**541** exemplares) com aqueles que trazem barris, ilustrações de engenhos, alambiques ou moendas (categoria fábrica, **200** exemplares), resultando em **741** exemplares, um número mais próximo da categoria mulher, que contabilizou **891** rótulos. Se adicionarmos ainda a esse conjunto a categoria frutas e folhas (**139** exemplares), que, em sua maioria, são elementos que revelam ingredientes da composição das aguardentes, e a categoria premiações (**17** rótulos), cujos elementos pictóricos são também referências ao próprio produto, teremos um grupo de **897** rótulos, chegando a ultrapassar um pouco a categoria mulher. Portanto, podemos dizer que na confecção dos rótulos de cachaça, os caminhos mais recorrentes eram (1) utilizar elementos pictóricos que se referiam à própria bebida ou (2) apelar para a erotização, com a temática feminina.

Por outro lado, se considerarmos que, em sua maioria, as categorias "mulher, homem e grupos e casais" são temáticas que representam pessoas do cotidiano, e que, por isso, poderiam estar agrupadas em função dessa associação, teremos um conjunto de **1.369** rótulos. Esse valor representaria mais de um terço da quantidade total de rótulos que utilizam elementos pictóricos (**3.511**). Na contagem (fig. 4.5), a categoria "animal" vem em quarto lugar, ficando atrás da categoria cana e apenas um pouco à frente da categoria homem. Não conseguimos fazer nenhum agrupamento com a temática animal, mas podemos associá-la à temática rural retratada por algumas das paisagens e pelos engenhos, que, por vezes, trazem animais como bois puxando carroças, ou cavalos, no conjunto ilustrativo.

Depois dos animais, as categorias mais expressivas, ainda não mencionadas, são: lugares/paisagem (**213** rótulos), os índios (**172** rótulos) e os objetos (**167** rótulos). O primeiro grupo inclui paisagens sem identificação e lugares popularmente conhecidos, como é o caso de "*Copacabana*". No grupo de índios, incluímos também as índias, que poderiam ter sido enquadradas na categoria mulheres, já que normalmente a representação da índia evidencia mais o lado erótico do que a indumentária indígena em si. Nas representações dos índios do gênero masculino, por sua vez, o cocar e o uso do arco e flecha possuem mais valor na caracterização da marca. No caso dos objetos, a maior parte são taças ou garrafas, o que

também não foge do contexto do ramo das bebidas. Um ou outro exemplar traz um elemento inusitado como um cadeado, completamente descontextualizado.

As referências de cunho religioso têm um número considerável, mas não estão entre as categorias mais populares. As demais também não parecem ter sido temáticas bem quistas. Mesmo se agruparmos as categorias "referência religiosa, jogos, esportes, personagem e folclore" dentro de uma conjuntura de cultura e entretenimento, totalizaremos apenas **158** exemplares. Os rótulos que trazem representação de fatos históricos contabilizam apenas **36** exemplares. Transportes trazem **40** rótulos, mas ainda assim alguns deles poderiam ter sido direcionados ao contexto de fabricação da bebida, como nos exemplos em que um caminhão está levando um carregamento de cana-de-açúcar, mas consideramos, nesses casos, que a ênfase maior dada foi ao meio de transporte em detrimento da ação de carregamento. A categoria menos recorrente foi a de crianças, que como já mencionamos, tem apenas cinco exemplares. Um dos exemplares da Coleção Almirante, inclusive, traz uma menina com uma tacinha na mão, algo que nos dias de hoje seria pouco provável devido à legislação do país, que impede o consumo de bebidas alcoólicas por menores de 18 anos, bem como sua participação em publicidade desse gênero de produto. Os exemplares de criança são todos com meninas e se dividem nos estados de Alagoas (1), Bahia (2), Espírito Santo (1) e Minas Gerais (2).

A fim de compreender as temáticas mais recorrentes que permeavam o período, finalizamos os agrupamentos discutidos aqui desta forma:

- Referências à bebida (cana, frutas e folhas, premiações e fábrica).
- Figuras Humanas (mulher, homem, índio, criança, grupos e casais).
- Entretenimento e cultura (jogos, referências religiosas, personagens e esportes).
- Referências ao período (históricos e transporte).
- Lugares (Mapas, lugares e paisagens).
- **Animais**
- Objetos e outros.

Em relação à quantidade de animais por estado, como se pôde observar, alguns estados têm uma presença mais marcante. Os estados que detêm mais exemplares de animais são na sequência: São Paulo, Minas Gerais, Pernambuco, Rio de Janeiro e Bahia. Contudo, se fizermos uma proporção da quantidade de animais pela quantidade total de rótulos por estado, essa sequência muda. Pernambuco fica à frente de todos, contando com **33,5%** de rótulos de animais, seguido por Pará (21,6%), Sergipe (17,9%), Bahia (15,7 %) e Paraíba (14,6%). Todavia, excetuando Pernambuco e Bahia, os outros estados possuem uma

amostragem muito pequena para ser considerada representativa da composição das marcas da região.

Os estados de São Paulo e Minas Gerais, apesar de terem uma quantidade significativa de exemplares de animais, ficaram nesses cálculos com baixas porcentagens: São Paulo 9,29% e Minas Gerais com 4,8%. Pernambuco é, de fato, o estado que apresentou, na visão geral dos rótulos, uma presença de animais que impressiona. Em relação à quantidade de rótulos por estado, fizemos um comparativo com um gráfico encontrado em visita à Biblioteca Nacional (fig. 4.6). Esse gráfico demonstra a produção da aguardente e do álcool por estado brasileiro. Pelo formato impresso, a página parece ser de uma revista e, pela ortografia, provavelmente pertence ao início do século XX, pois a letra Y ainda era utilizada (como em Parahyba).

Como podemos notar no gráfico da revista, os estados com maior produção de aguardente (Minas Gerais, São Paulo e Rio de Janeiro) são os mesmos, respectivamente, que apresentam maior quantidade de exemplares na coleção. A partir deles, a sequência muda um pouco. Pernambuco, por exemplo, tem uma produção de aguardente mais significativa que a Bahia, mas na coleção, temos mais exemplares da Bahia. Sergipe também é um grande produtor de aguardente no início do século, mas não tem muitos exemplares de rótulos na coleção. É evidente que o número de rótulos por estado não é um indicador seguro da quantidade de marcas de cachaça que existia na época, visto que uma coleção é um filtro de todo um contexto. Muito embora, alguns dados oriundos da Coleção Almirante façam sentido historicamente.

Minas Gerais, como vimos, teve um paradigma de produção açucareira diferente, baseada em pequenas e médias propriedades e voltada para o público interno com a produção de aguardente e rapadura. Ora, a produção da aguardente nesse estado já era grande, já havia mercado consumidor, o que faltavam eram as marcas de cachaça. Com a crescente produção de aguardente e a obrigatoriedade de vender a bebida em vasilhames rotulados, a quantidade de marcas se multiplicou juntamente com os engarrafamentos de bebidas, por isso vários dados se encaixam. Minas é o estado que mais tem exemplares na coleção. No gráfico da revista (fig. 4.6) podemos perceber a grande diferença entre a produção de aguardente e do álcool na época.



Figura 4.6. Gráfico demonstrando a produção de aguardente e álcool nos estados brasileiros (meados do século XX). Fonte: Biblioteca Nacional.

A ansiedade por encontrar algo que chamasse atenção do consumidor é um dos indicativos que pode explicar as diferentes incidências temáticas. Davidson (1989), ao dissertar sobre a produção gráfica de rótulos de cigarro, pontuou que, no início do século XX, artistas em grandes companhias litográficas estavam sendo pressionados por novos temas. Seguindo o mesmo raciocínio, a multiplicidade de rótulos de cachaça estava forçando os engarrafadores a buscar temas e nomes que se destacassem no mercado para venda e, dependendo da região, os temas que “vendiam” podiam variar.

A seguir demonstraremos as incidências temáticas por estado da Coleção Almirante (fig. 4.7). Apresentaremos aqui apenas aqueles estados que possuem mais de 100 exemplares neste acervo. Os dados gerais dos demais estados estão disponíveis nos apêndices deste trabalho (apêndice A). Para cada temática, foi estabelecida uma cor diferente: animal (vermelho ■), mulher (azul escuro ■), homem (azul ■), cana (verde escuro ■), fábrica (verde vibrante ■), grupos e casais (azul claro ■), índios (marrom ■), referência religiosa (bege ■), predominância verbal (cinza ■) e assim por diante. Como podemos notar, existe uma semelhança nas categorias que são mais recorrentes entre as regiões.

Os rótulos de predominância verbal, por exemplo, são predominantes nos estados de Minas Gerais, São Paulo, Espírito Santo, Santa Catarina e Rio de Janeiro. Nesses mesmos estados, as categorias subseqüentes são *mulher* e, em seguida, a *cana-de-açúcar*. Nesses cinco estados, as outras categorias estão distribuídas mais uniformemente, merecendo destaque para os homens, os animais, as paisagens e as ilustrações de fábrica. Nota-se que esses estados, os quais se assemelham entre si, fazem todos parte da região Sudeste, excetuando Santa Catarina, que inclusive destoa um pouco dos demais, porque tem uma presença mais significativa de homens (17%), quase igual à temática das mulheres (17,9%).

Indo mais ao Sul, no Paraná, os verdes prevalecem no gráfico, as temáticas relativas à própria bebida (cana e fábrica) e aquelas voltadas à natureza (lugares/paisagem) tomam quase metade do gráfico. No entanto, isoladamente, a mulher é a categoria predominante, detendo 21,1% dos exemplares. Paraná é o único estado das Regiões Sul e Sudeste, que não tem a categoria "ausente-pv" como predominante neste gráfico.

Na Região Nordeste, os animais e as mulheres são as temáticas recorrentes. Pernambuco se destaca com 33,5% de animais, seguido pelas mulheres com 18,6%, fábricas e homens vêm em seguida, porém com porcentagens bem mais amenas: 9% e 7,8% respectivamente. Na Bahia, a sequência são mulheres (28,2%), animais (15,7%), ausente-pv (12,7%), referência religiosa (8,4%) e homens (8,1%). A Bahia é o único estado dessa amostragem que tem uma incidência de referências religiosas mais forte. Isto é significativo e coincide com o fato de ter sido nesse estado a construção da primeira igreja brasileira, além do conhecido sincretismo religioso, bem característico dali. A categoria folclore, em rosa, também aparece mais no gráfico baiano, apesar de ser um índice baixo, comparado às outras temáticas (2,6%). Na próxima seção mapearemos os animais encontrados na coleção, compreendendo sua relação com a fauna brasileira e as recorrências nos rótulos.

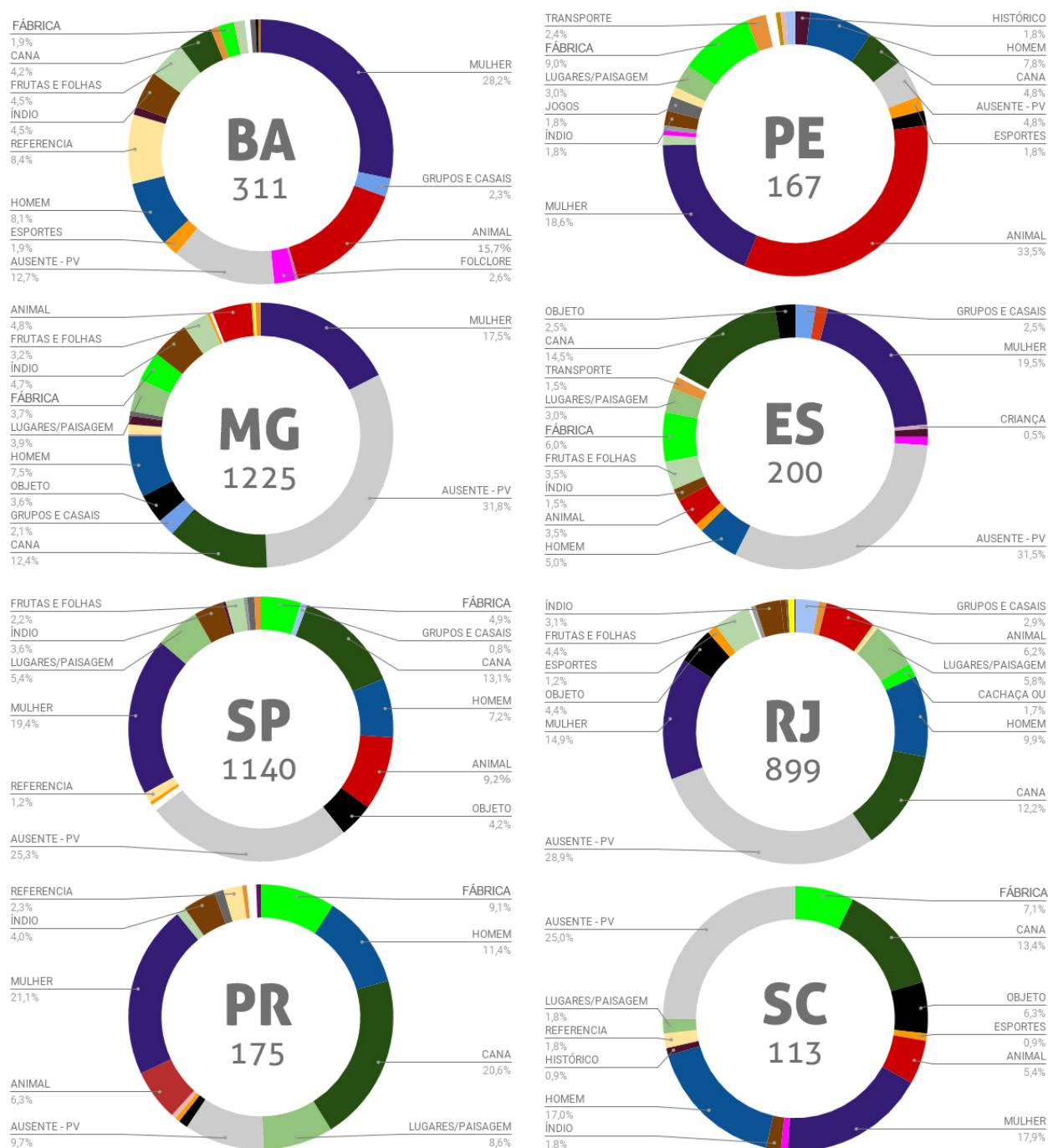


Figura 4.7. Categorias temáticas por estado. Fonte: elaboração própria.

4.2 Os animais encontrados em cada região e sua relação com a fauna

O Brasil é um país reconhecido no mundo todo por ter uma grande biodiversidade. No entanto, ao pesquisar sobre a fauna brasileira, deparamo-nos com a dificuldade de saber exatamente em que ponto estamos em termos de números de espécies. Sítios digitais como o do Ministério do Meio ambiente, Fiocruz (Fundação Oswaldo Cruz), ICMBio (Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade), SiBBR (Sistema de Informação sobre a

Biodiversidade Brasileira) trazem dados diferentes quanto à quantidade de mamíferos descobertos, por exemplo. As publicações em livros também não são as mais recentes para servir de parâmetro nessa distinção. Nesse sentido, adotamos para referência de contextualização da fauna brasileira os dados do SiBBr, que é uma iniciativa do MCTIC (Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações), cujo objetivo é consolidar dados e conteúdo da biodiversidade brasileira. Como listas de referências, a iniciativa utiliza o Catálogo Taxonômico da Fauna do Brasil (<http://fauna.jbrj.gov.br/>) e a Reflora (<http://floradobrasil.jbrj.gov.br>), lista de espécies da flora brasileira. Esse catálogo e as fichas de espécies disponibilizadas no site do SiBBr, bem como outras obras, ajudaram a compreender a fauna brasileira e a distribuição geográfica das espécies, a fim de correlacionar esses dados com as incidências encontradas nos rótulos da Coleção Almirante.

De acordo com o Catálogo Taxonômico da fauna brasileira, até o momento, são conhecidas 116.087 espécies de animais. O gráfico do SiBBr (fig. 4.8) demonstra a distribuição dos animais brasileiros, de acordo com suas classes. No círculo de animais vertebrados, podemos observar uma quantidade mais expressiva de peixes e aves. Desse montante, existem aquelas ameaçadas de extinção, que, segundo dados de um levantamento feito em 2014 pelo Instituto Chico Mendes para diversidade (ICMBio), somam 1.173 táxons.

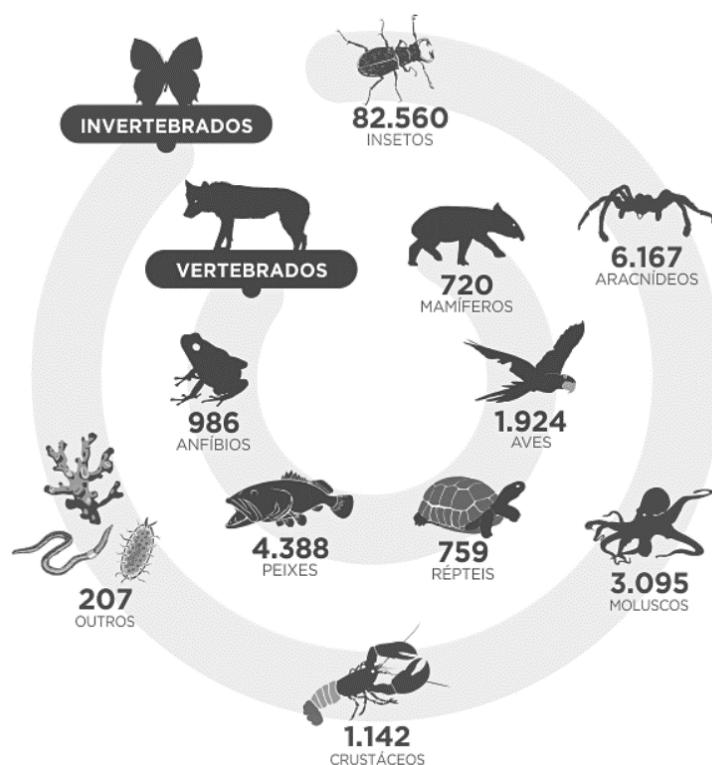


Figura 4.8. Distribuição das espécies de animais. Fonte: <<http://www.sibbr.gov.br/areas/?area=biodiversidade>>.

Do montante exacerbatante de espécies conhecidas no Brasil, temos ainda um número expressivo de 18.932 espécies endêmicas, que são aquelas que ocorrem em apenas uma determinada região geográfica, devido a barreiras físicas, climáticas ou biológicas. Na nossa diversidade climática, há seis biomas: Amazônia, Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica, Pampa e Pantanal (fig. 4.9). Existem espécies endêmicas desses biomas, a exemplo, do boto cor-de-rosa, nativo da Amazônia. Na Coleção Almirante temos exemplos de espécies endêmicas da Amazônia, como a arara vermelha e a suçuarana (*Puma Concolor*).

A busca pelo entendimento da fauna brasileira, bem como de uma classificação básica dos animais, foi necessária para compreendermos o teor dos achados na coleção. O intuito é demonstrar até que ponto se aplicam regionalismos nas escolhas das espécies, com nomes tão distintos como Aratanha, Juriti e Guariba. O estudo por meio da zoologia veio também com a finalidade de descobrir como agrupar esses animais de modo a refletir mais sintaticamente o conteúdo das marcas.



Figura 4.9. Biomas brasileiros. Fonte: <http://www.sibbr.gov.br/areas/?area=biodiversidade>.

A bibliografia de classificação e taxonomia de animais é bastante extensa e específica. Dentre os sistemas de classificação, temos o de Carl Von Linné (1707–1778), que, de acordo com Lopes (2004), é uma classificação artificial, mas que é empregada até hoje. Nesse sistema, os agrupamentos partem da unidade básica, que é a espécie. Espécies semelhantes compõem o mesmo *gênero*, gêneros são agrupados em *famílias*, famílias agrupadas em *ordens*, ordens compõem *classes*, classes formam *filos*, que por fim compõem os *reinos*. Estamos fazendo observações neste trabalho, acerca do Reino Animal. Os filos que temos na coleção são basicamente: *cordados* (aparecem peixes, aves, répteis e mamíferos),

artrópodes (aparecem crustáceos, insetos) e *moluscos* (apenas um caracol). Sendo assim, tentamos agrupar os animais de acordo com essas classificações. Os vertebrados: mamíferos, répteis, peixes, aves e anfíbios; e os invertebrados: crustáceos, insetos e moluscos. A seguir descreveremos o que inclui em cada classe de animais:

- **Mamíferos** | São os vertebrados cuja característica mais marcante são as glândulas mamárias. Além dessa marcação, outras estruturas exclusivas são os pelos, as glândulas sebáceas e as glândulas sudoríparas (LOPES, 2004). Alguns exemplos: tatus, cães, bois e cavalos (REIS ET. AL., 2006).
- **Répteis** | Os répteis surgiram a partir de um grupo de anfíbios, que não tem representantes na fauna atual. A pele destes animais é seca e recoberta por escamas ou placas ósseas. São exemplos destes animais: os lagartos, cobras, tartarugas e jacarés.
- **Peixes** | Todos os peixes, incluindo os cartilaginosos e os ósseos.
- **Aves** | As aves são os vertebrados cuja característica mais marcante são as penas (LOPES, 2004). O voo também é uma característica normalmente associada, mas existem as exceções: avestruzes e emas, por exemplo, não voam. A categoria aves engloba todas as ordens de aves, incluindo a dos *Passeriformes* (comumente conhecida como passarinhos), a nomenclatura “pássaros” é uma denominação específica desta ordem. Papagaios e gaviões, por exemplo, não são pássaros, são aves que se enquadram em outras ordens.
- **Anfíbios** | É o primeiro grupo de vertebrados que invadiu o ambiente terrestre. Sua característica mais marcante é o ciclo de vida, que tem duas fases: uma aquática e uma terrestre (LOPES, 2004). Sapos são os animais mais popularmente conhecidos dessa classe, contudo, não encontramos nenhum anfíbio nos exemplares da coleção.
- **Crustáceos** | Esses animais constituem um subfilo dos artrópodes. Muitas das espécies possuem um exoesqueleto, formando uma crosta. Os seus representantes mais conhecidos são os siris, as lagostas e os camarões (LOPES, 2004).
- **Insetos** | Esses são os únicos invertebrados que possuem representantes voadores (LOPES, 2004). Dentre os exemplos encontrados na coleção temos a borboleta e a formiga.
- **Moluscos** | Esse grupo possui representantes na água doce, no mar e no ambiente terrestre. São os animais de corpo mole, como as lesmas, ostras, polvos, lulas e caracóis (LOPES, 2004).

Essa classificação nos serviu de base para uma adaptação que contextualizasse melhor os animais da coleção, do ponto de vista do ambiente ao qual estão relacionados. Utilizar a taxonomia formal tornaria a classificação muito complexa e não faria sentido, por não representar o repertório utilizado nos rótulos de cachaça. Por exemplo, formalmente nas aves encontramos: *falconiformes* (águias), *passeriformes* (passarinhos como o curió), *psitaciformes* (papagaios e araras), *galliformes* (galos e galinhas), dentre outras ordens. À medida que vamos categorizando os animais, a nomenclatura começa a ficar cada vez mais intrincada e perde o sentido para os objetivos deste trabalho, que tem como alvo os estudos em design. Em função disso, foi decidido utilizar a taxonomia formal como base, mas adotar terminologias mais populares para as categorias e, dessa forma, transmitir o conteúdo almejado. Classificamos os animais da coleção da seguinte forma (quad. 4.1):

Quadro 4.1. Classificação de animais aplicada aos rótulos da Coleção Almirante.

Mamíferos domésticos
Os cães e gatos presentes na coleção. Apesar de cavalos serem considerados, de certa forma, domésticos, enquadramos aqui apenas os cachorros e gatos, que são mamíferos conhecidamente domésticos e a princípio descontextualizados do ambiente rural.
Rurais
Todos os animais que podem ser contextualizados mais diretamente no ambiente rural. Enquadramos aqui as aves: patos, galos e galinhas. Mamíferos utilizados para transporte ou tração como: bois e cavalos. E outros mamíferos como coelho, carneiro e bode.
Aves
Todos os tipos de ave, exceto aquelas que foram enquadradas no grupo rural. Temos destaque neste grupo para as águias, que são muito predominantes e os passarinhos.
Insetos
Os invertebrados que já se incluem neste grupo normalmente.
Répteis
Os répteis da coleção, que incluem tartarugas, serpentes, lagartos e jacarés.
Mamíferos Selvagens
Todos os mamíferos, que no Brasil não são tradicionalmente domesticados nem são utilizados no ambiente rural. Alguns exemplos são: leão, onça, girafa, macacos e tatu.
Roedores
Como são mamíferos de porte menor e bem específicos, foram dispostos separadamente. Alguns exemplos são: rato, preá e capivara.
Peixes e Mamíferos aquáticos
Todos os peixes encontrados, sem distinção. Alguns exemplos são: Surubim e Cavalo Marinho. Adicionamos também neste grupo, o único mamífero aquático encontrado: a "Toninha".
Moluscos
O único molusco encontrado: um caracol.
Crustáceos
Lagostas, camarões, caranguejos e outros.
Mitológicos
Aqui foram enquadradas as criaturas mitológicas: os dragões e a fênix encontrada.

A partir dessa classificação definida, categorizamos os 402 animais encontrados na coleção (fig. 4.10). Na figura, podemos visualizar que a predominância é do grupo de aves, com destaque para as águias, com 26 exemplares. Em segundo lugar, temos os animais da vida rural, com destaque para o galo, com 33 exemplares, e o cavalo com 23. Em terceiro lugar de incidência, temos o grupo dos mamíferos selvagens, sendo o leão, o animal de maior frequência. Onças e tigres foram agrupados nesse gráfico, totalizando em conjunto 12 exemplares. Onças e tigres foram agrupados nesse gráfico, totalizando em conjunto 12 exemplares.

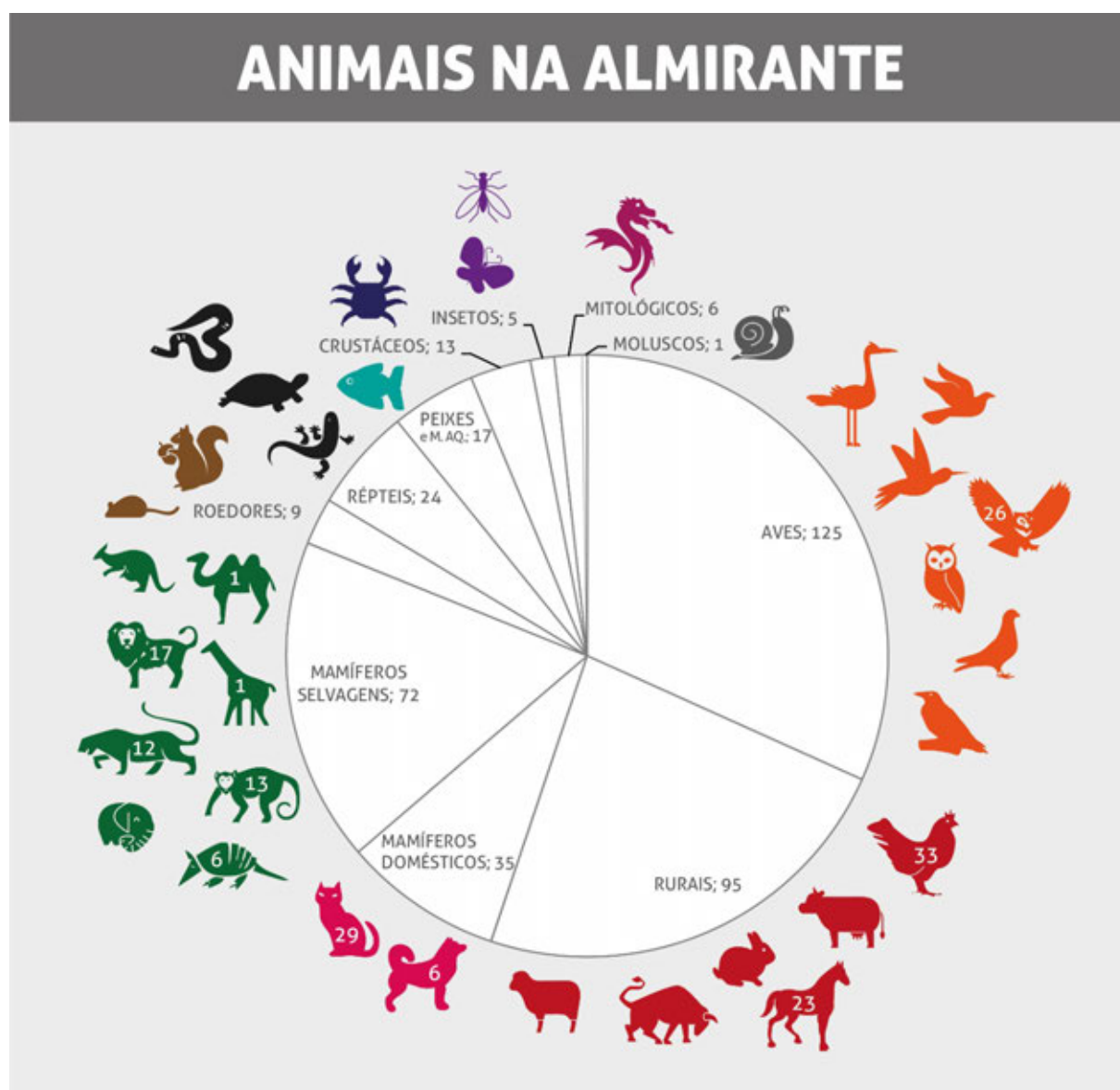


Figura 4.10. Animais na *Almirante*. Fonte: Elaboração própria.

Nos mamíferos selvagens, temos tanto os animais nativos brasileiros, como também as espécies exóticas, como o já mencionado leão, a girafa, o camelo, todos trazidos ao Brasil. Em quarto lugar, temos os animais domésticos, com uma grande predominância de gatos. É

importante notar que alguns dos gatos que aparecem nessa categoria fazem parte de um grupo de rótulos de estoque que parece ter sido muito popular na época. Os outros grupos têm menor incidência: répteis (24), peixes e mamíferos aquáticos (17), crustáceos (13), roedores (9), mitológicos (6), insetos (5) e moluscos (1). O galo, o gato, a águia e o leão, respectivamente, são os animais que mais se destacam nos quantitativos. Esses mesmos animais também eram utilizados em outras embalagens, como veremos nas análises de significado no decorrer deste trabalho.

A seguir discorreremos essas incidências de animais, relacionando-as com as características da fauna local. Além da bibliografia atual da fauna, utilizamos para identificação dos animais o *Dicionário de animais do Brasil* de Rodolpho Von Ihering (1940). O autor era um renomado biólogo e zoólogo brasileiro e, nesta obra, faz relação entre a taxonomia formal e os nomes vulgares empregados na distinção dos animais. Além disso, também traz explicações no que concerne os costumes e lendas referente aos animais de cada região brasileira.

Como aponta Ihering (1940, p.6), *"pode-se dizer que o verdadeiro matuto, digno descendente do índio, conhece bem a fauna e a flora de sua região"*. No entanto, os nomes vulgares dados aos animais não seguem necessariamente a sistemática científica. Como explica o autor, há aqueles bichos que o homem do campo distingue bem as espécies, como os que são boas caças, os de pelos ou os de plumas. Há outros, contudo, que por não despertarem o devido interesse em alguma característica específica são nomeados genericamente. Os passarinhos, por exemplo, os tipos mais diferentes ou aqueles que são bons cantores recebem cada qual nomes específicos. As serpentes e cobras perigosas também. Já aquelas cobras inofensivas que são todas mais ou menos esverdeadas são denominadas indistintamente de *Cobra Cipó*, apesar de serem diferentes espécies. Na sua época, o autor aponta que entre os peixes, os nomes "Bagre", "Mandi" e "Jundiá" dados pelos pescadores, reuniam mais de 50 espécies distintas. Para Ihering (1940), os pescadores eram menos observadores que os caçadores e os termos funcionavam como verdadeiras *"gavetas de sapateiro"*, afinal *"tudo que cai na rede é peixe"*.

Os nomes vulgares empregados têm diferentes origens. Muitos dos nomes de animais nativos vêm do tupi, outros bichos que se assemelhavam às espécies encontradas na Europa recebiam o nome em português. Isso, segundo Ihering (1940), acabou por induzir a zoologia popular a erros, que empregava sem distinção termos como *"corvo e urubu"*, *"raposa e gambá"* e *"tigre e onça"*. Alguns vocábulos também têm origem africana como *"Camundongo e Marimbondó"*. Outros animais, por vezes, apresentavam dois nomes diferentes, um de origem tupi e outro de origem portuguesa. Como o peixe dourado, que

costumava ser chamado também de *piraju*, nomenclatura tupi que caiu em desuso. Como veremos a seguir, ainda há, entre os nomes empregados, nomenclaturas que são típicas de determinada região. Todas as designações das aguardentes catalogadas podem ser consultadas no apêndice B, divididas em quadros, de acordo com os grupos de animais a que pertencem.

4.2.1 Crustáceos

Dos 402 rótulos com animais, treze deles utilizam crustáceos, estando distribuídos apenas na região Norte-Nordeste (ap. B - quad. 1). Os crustáceos que apareceram são espécies de camarões, caranguejos e lagostas. Estes crustáceos habitam praticamente todo o litoral brasileiro, sendo populares na culinária nordestina. O Camarão aparece nos estados de Pernambuco (4) e Pará (1). Em Ihering (1940), o autor menciona que são famosos os camarões secos dos estados do Maranhão e Pará. As representações de camarão que encontramos, representam o camarão na cor vermelho-alaranjado, que é a cor que este crustáceo apresenta após o cozimento.

Não sabemos se as representações tomaram como referência algum tipo específico de camarão. O camarão-rosa (fig. 4.11), o camarão-branco e o camarão-areia são os mais conhecidos. Além do retrato de um camarão genérico, temos também a representação do camarão de água doce, conhecido como pitu (fig. 4.12), um camarão que não vive em cardumes e pode ser encontrado nas águas próximas do litoral, desde o Brasil Meridional até a América Central. Também encontramos a aratanha (fig. 4.13), que é igualmente um camarão de água doce, o qual aparece nas águas do estado de Sergipe em cardumes (IHERING, 1940).

Pelas descrições de Ihering (1940), podemos julgar que não se trata da mesma espécie, tendo em vista que apesar do pitu e da aratanha viverem em águas doces, uma espécie vive em cardumes e a outra não. Nas representações dos rótulos, o **pitu** (fig. 4.14) e a **aratanha** (fig. 4.15) são camarões diferentes, a aratanha tem garras maiores. O curuca, que aparece no rótulo pernambucano (fig. 4.16), também é um camarão de água doce, mas não foram encontrados registros científicos dessa espécie, nem mesmo no dicionário de Ihering (1940). Encontramos essa nomenclatura em uma reportagem sobre a Reserva da Sapianga

BA)³. Seu Valdir R. Alves (2018)⁴, filho do fundador da Aratanha, mencionou que no Rio Ipojuca (PE), pescavam-se “*pitus, aratanhas e curucas*”.



Figuras 4.11, 4.12 e 4.13. Camarão rosa. Fonte: <<http://isadoracarnette.webcindario.com/crustaceo.html>>. Pitu (*Macrobrachium carcinus*). Foto: Charles & Clint/Flickr. Aratanha (*Macrobrachium olfersii*). Foto: Melo Salazar.



Figuras 4.14, 4.15 e 4.16. Recorte do rótulo Pitú, evidenciando o camarão, rótulo Aratanha e rótulo Curuca (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Estes três exemplos (figs. 4.14, 4.15 e 4.16) são do estado de Pernambuco. Pode-se dizer que são animais que condizem com a fauna do estado, encontrados nos mananciais das regiões. Os caranguejos encontrados, por sua vez, dividem-se em cinco rótulos: Caranguejo (PB), Guaiamu (PE), Martelada (PE), Aratu (SE) e Síri (PE). Dentre esses citados, "Martelada" é a única cachaça, cuja designação não identifica a espécie de caranguejo que está sendo representada pela marca (fig. 4.20). No entanto, conseguimos identificar o crustáceo deste rótulo como um guaiamu. Caranguejo é o nome utilizado genericamente para designar este tipo de crustáceo com cinco pares de patas e carapaça que vive predominantemente em áreas de estuário (manguezais). No entanto, de acordo com Ihering (1940), em sua época, era comum no Nordeste utilizar o termo caranguejo para se referir à espécie *Uça Cordata*, que é o conhecido caranguejo alaranjado (fig. 4.17-A).

³ “O curuca é um crustáceo bem típico da Reserva da Sapiroanga. Tem aspecto, sabor e maneira de preparo semelhante aos do camarão. São encontrados com facilidade nas corredeiras do Rio Pojuca e há poucos relatos de sua aparição em outras localidades” (MARTINEZ & MODESTO, 2013).

⁴ ALVES, V. R. **Valdir Ramos Alves**: Filho do fundador da Aguardente Aratanha: depoimento [21 mar. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Recife, 2018. 5 arquivos M4A (21 min). Transcrição no apêndice H.

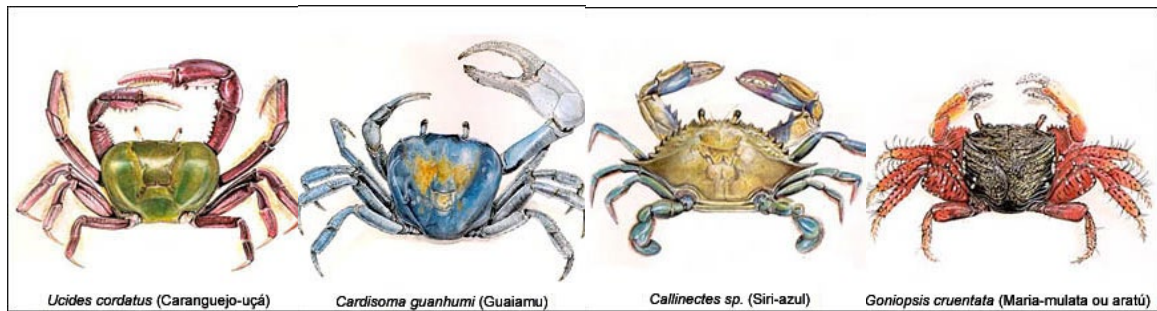


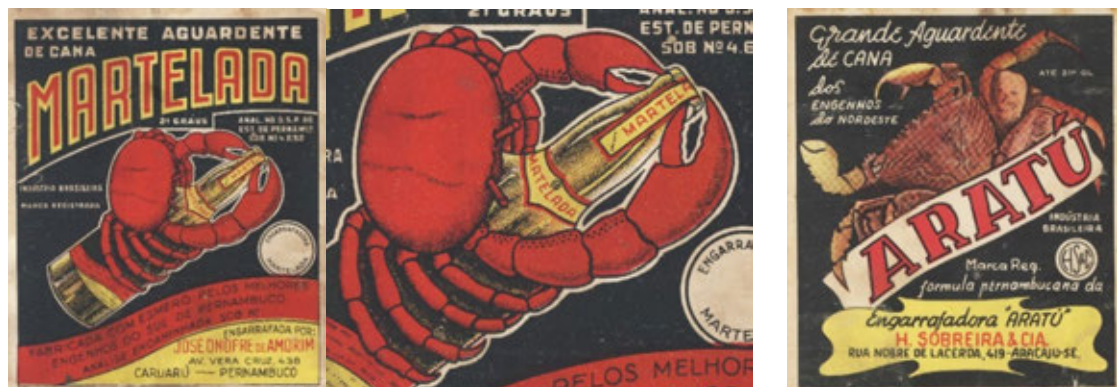
Figura 4.17. Na sequência, temos: (A) Caranguejo Uçá, (B) Guaiamu, (C) Siri-azul e (D) Aratu.

Fonte: <https://caminhosdabio.wordpress.com/tag/como-diferenciar-caranguejos-uca-grauca-marinheiro-aratu-siri/>.

O guaiamu, por sua vez, é um dos caranguejos populares no estado de Pernambuco, tem uma coloração diferente, seus tons variam entre o azul e acinzentado, sendo conhecido por ficar em áreas mais arenosas e ter mais carne e um sabor mais adocicado. Além disso, como mostra na imagem (fig. 4.17-B), ele tem uma das pinças maior que a outra. O Siri (fig. 4.17-C), por sua vez, presente em um exemplar de Pernambuco (fig. 4.19), diferencia-se do caranguejo por ter patas nadadoras, além de ter uma carapaça maior e ser predominantemente marinho. Por último temos o Aratu (fig. 4.17-D), conhecido por sua agilidade, carapaça quadrada e cor acinzentada. Esse também é comum nos manguezais.



Figuras 4.18 e 4.19. Na sequência temos o rótulo da aguardente Caranguejo (PB) e recorte (década de 1960); e a Aguardente Siri (PE) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.20 e 4.21. Rótulo Martelada (PE) e recorte; e Aratu (SE) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante.

Como se pode notar, as representações nos rótulos trazem todas as espécies na cor vermelha, cor marcante desses animais, quando estão preparados para o consumo. Mas conseguimos perceber as diferenças nos desenhos das cabeças e das patas. Na *Aguardente Caranguejo* (fig. 4.18), a representação traz a forma mais popular, com a carapaça mais arredondada. Na *Aguardente Siri*, o formato da carapaça é diferente e as patas traseiras, que são as nadadoras, também receberam cuidado diferenciado (fig. 4.19). O rótulo *Martelada* traz um guaiamum, no qual podemos notar que uma das pinças que segura o gargalo da garrafa é maior (fig. 4.20). Por fim, no rótulo *Aratú* (fig. 4.21), o crustáceo tem, como deveria, a carapaça no formato quadrado e ainda traz um vermelho mais acinzentado.

Os rótulos restantes trazem representações de crustáceos semelhantes à lagosta, contudo nenhum dos exemplares traz o nome *lagosta* na designação. Os títulos são *Guaru* (PE), *Tamaru* (PE) e *Lagostin* (PE). De acordo com Ihering (1940) e dicionários de língua portuguesa, guarus são peixinhos de água doce; tamarus são crustáceos semelhantes às lagostas (fig. 4.22), com diferenças nos segmentos torácicos; e os lagostins, por sua vez, são menores e de água doce (fig. 4.23). Pelos desenhos, a cachaça *Guaru* (fig. 4.24), traz também um lagostim. O desenho é semelhante ao utilizado no rótulo *Aratanha*, as maiores diferenças são a ausência dos olhos na representação do lagostim e o formato das garras.

Conforme Ihering (1940), as lagostas ocorrem no Brasil, mas algumas se diferem das espécies europeias por não terem tesouras nos três primeiros pares de patas. O autor ainda aponta que as lagostas brasileiras pouco aparecem nos mercados do Sul do país, sendo encontradas na pesca apenas até a Ilha de São Sebastião (SP). Já nos estados de Pernambuco e na Paraíba, o autor nota que a pesca ocorre em grande escala. Considerando que essa obra é da década de 1940, podemos considerar que esses são crustáceos mais típicos na pescaria da Região Nordeste no período, devido às condições do próprio ambiente.



Figuras 4.22, 4.23 e 4.24. Tamarutaca (Tamaru) e lagosta, fonte: Ihering, 1940; Lagostim, foto: Daiana Castiglioni, fonte: planetadosinvertebrados.com; Rótulo *Guaru* (PE) (década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante Fundação Joaquim Nabuco.

4.2.2 Mitológicos

Foram encontrados 6 animais mitológicos (ap. B - quad. 2), 5 dos quais se localizam na Região Nordeste, que é um índice alto para a região, considerando que apenas 2% dos animais de toda coleção fazem parte desta categoria. Dos 5 dragões encontrados (fig. 4.25), 3 são da Bahia, 1 é do estado da Paraíba e outro do estado de São Paulo. A única fênix encontrada (fig. 4.26), por sua vez, pertence ao estado do Ceará.



Figuras 4.25 e 4.26. Rótulo Fênix (CE) e Rótulo Dragão (BA) (década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

4.2.3 Mamíferos domésticos

Nesta categoria enquadrámos os cães e gatos (apêndice B - quad. 3). Na Coleção Almirante, temos 6 exemplares com cães e 28 com gatos. Os rótulos que utilizam gatos variam quanto à região, contudo o estado da Bahia é aquele que possui a maior incidência, com 9 rótulos. Não fizemos análise das raças desses animais, mas todos fazem o perfil de gatos domésticos. Ao procurar por “gatos” brasileiros no dicionário de animais de Ihering (1940), só encontramos os gatos-do-mato, o gato mourisco (fig. 4.27) e o gato dos pampas. Hoje é sabido que temos raças de gatos domésticos brasileiras, mas essas foram advindas do cruzamento com os gatos domésticos trazidos pelos europeus.

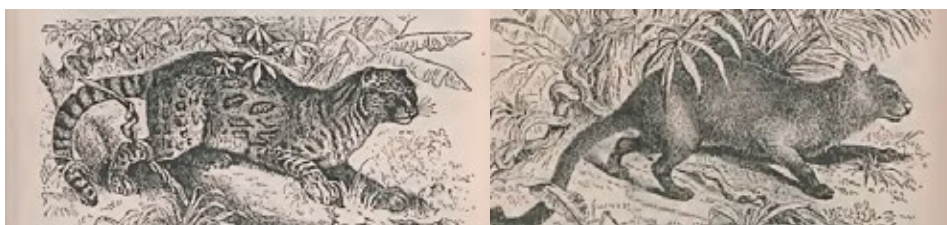


Figura 4.27. Gato do Mato e Gato Mourisco. Fonte: Ihering (1940)

A única raça de gato especificada na designação da bebida é a *Angorá* (fig. 4.28), como na *Aguardente Angorá* (MG) (fig. 4.29) ou na *Aguardente composta Angorá* (BA). O gato angorá

não é uma raça brasileira. É uma raça muito antiga de gatos de pelos longos, que provém da Turquia, tendo sido introduzida na Europa a partir do século XVII, tornando-se uma raça muito popular segundo dados do site *Guia de Raças* (guiaderaças.com.br). Alguns exemplares da coleção trazem gatos brancos com as características visuais do angorá, mas não fazem a identificação da raça na designação da bebida. Outros exemplares trazem representações mais sintetizadas, utilizando especialmente o visual do gato chapado em preto, como a *Aguardente Cumbe* (CE) (fig. 4.30).



Figura 4.28, 4.29 e 4.30. Gato Angorá (CC0); rótulo Angorá (MG) (década de 1950) e rótulo Cumbe (CE) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco).

Por sua vez, nenhum dos cinco exemplares de rótulos que trazem cachorros, traz a raça na designação. Identificamos apenas a raça do *Especial Aguardente Biriba* (fig. 4.31), no qual temos a representação de um Terrier Brasileiro (fig. 4.32), conhecido popularmente como *Fox Paulistinha*. A raça tem descendência estrangeira, mas já foi reconhecida como uma raça genuinamente brasileira.



Figuras 4.31 e 4.32. Rótulo Biriba (BA) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco. Terrier brasileiro (CC BY-SA 4.0). Fonte: <https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Brazilian_Terrier_blue_tricolor.jpg>.

4.2.4 Répteis

Os répteis da Coleção Almirante incluem lagartos, cobras, crocodilianos (crocodilos e jacarés) e quelônios (tartarugas, jabotis e cágados), conforme descreveremos a seguir (apêndice B - quad. 4).

Lagartos

De acordo com Bernarde (2012), no Brasil existem aproximadamente 248 lagartos, os quais pertencem a 14 famílias. O autor caracteriza lagartos como seres com dois pares de patas, que podem ser terrícolas (atividade terrestre), arborícolas (sobre a vegetação), fossoriais (galerias no subsolo) e, ainda, semiaquáticos (ambientes aquáticos). Curiosamente, a famosa lagartixa de parede, conhecida por todos, é uma espécie exótica, tendo sido provavelmente introduzida no Brasil por meio dos navios negreiros. Na Coleção Almirante, os quatro rótulos que trazem exemplares de lagartos pertencem ao estado de Pernambuco. Os lagartos presentes são: o camaleão, o tejo e o calango.

De acordo com Bernarde (2012), o nome calango é utilizado para várias espécies, sendo o calango-verde (*Ameiva ameiva*) um dos populares (fig. 4.3). Esse lagarto é amplamente distribuído no Brasil. Em dicionários da língua portuguesa, o termo “calango” é definido genericamente como um pequeno lagarto. O rótulo da coleção que traz o calango aparece impresso nas cores vermelho, amarelo e preto (fig. 4.4); o mesmo desenho também aparece numa versão com as cores amarelo e laranja no corpo do rótulo, e verde na representação do lagarto.



Figuras 4.33 e 4.34. *Ameiva-Ameiva*. Foto: Alex Popovkin (CC BY 2.0). Rótulo *Calango* (PE) e recorte (Década de 1950). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

O camaleão, por sua vez, é um termo utilizado na Amazônia para designar a iguana, um lagarto de grande porte, que pode ser encontrado na Amazônia e nas regiões Centro-Oeste, Nordeste e no norte do estado de Minas Gerais (BERNARDE, 2012). A Iguana tem cabeça grande triangular e um saco gular, que se enche quando o animal está irritado. Sua

cor predominante é verde, com faixas transversais na cauda. A espécie de camaleão conhecida popularmente por mudar de cor para se assemelhar ao ambiente não é nativa do Brasil. Essas espécies habitam a Europa, África e Índia (IHERING, 1940). O nosso camaleão, a "Iguana", não muda de cor (fig. 4.35). No entanto, ao enfrentar um perigo, este lagarto fica imobilizado, no intuito de ser confundido com as folhagens (IHERING, 1940). Como se percebe, apesar do calango e do camaleão serem naturalmente verdes, foram impressos em vermelho sem cerimônias nos rótulos (fig. 4.36).



Figuras 4.35 e 4.36. Iguana. Fonte: <http://www.herpetofauna.com.br/Iguana2.jpg>. Rótulo Camaleão (PE).
Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Os tejus (teiús), por sua vez, são répteis da família dos *Teídeos*. Estes são os maiores lagartos brasileiros, podendo chegar até 2m de comprimento (fig. 4.37). É um lagarto inclusive caçado para o consumo, por ter uma carne parecida em sabor com a da galinha (IHERING, 1940). Ele pode ser encontrado desde a Amazônia, até o Sul da Argentina. Como é possível notar, o calango, o camaleão e o tejo foram representados diferentemente. Os autores dos rótulos tinham conhecimento da forma real dos animais, apesar de as cores não corresponderem com a realidade. No rótulo *Tejo* (fig. 4.38), o desenho representa de fato o lagarto que designa, inclusive fazendo um tipo de gradação de cores.



Figura 4.37 e 4.38. Lagarto Teiú. Foto: BLOND VISION (CC BY 3.0).
Rótulo Tejo e recorte. Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Serpentes

Ainda no grupo dos répteis, temos as serpentes. Nos exemplares da coleção, encontramos 9 casos de uso de serpentes no rótulo. Apenas uma delas não veio com a espécie identificada pelo título, portanto consideramos como uma serpente genérica. Foi o caso do rótulo "Escorrega na Bica", do estado do Sergipe. Os demais exemplares se dividem entre os estados do Pará (1), Rio de Janeiro (2), Minas Gerais (3) e Bahia (2). Os espécimes encontrados foram: coral (fig. 4.39), jiboia (fig. 4.41) e jararaca (fig. 4.42, este veio escrito como "giboia"). Todas essas espécies existem na fauna brasileira e são bem conhecidas. Vale ressaltar que denominamos este grupo como *serpentes*, porque apesar de o termo "cobra" ser mais popular, biologicamente todas serpentes são cobras, mas nem todas as cobras são serpentes, visto que as cobras constituem uma das famílias das serpentes.

De acordo com Bernarde (2012), as chamadas cobra-coral e coral são aquelas espécies de serpente que apresentam padrão de anéis coloridos pelo corpo. Existem as corais-verdadeiras, que são as peçonhentas, e as falsas corais, que não são peçonhentas, mas mimetizam (imitam) as corais-verdadeiras para que o vermelho as proteja de predadores. Segundo o autor, existem no Brasil 32 espécies de corais-verdadeiras e mais de 50 espécies de cobras que podem ser confundidas com as mesmas. Ihering (1940), por sua vez, aponta que a mais popular das espécies é aquela vermelha com anéis pretos. Essas cobras estão presentes tanto no campo, quanto nas áreas urbanas, estando amplamente distribuídas no país. O rótulo Coral é do estado do Pará e traz uma cobra mesclada, semelhante a coral verdadeira (fig. 4.40).

A jiboia (fig. 4.41), por sua vez, só apareceu no estado do Rio de Janeiro, mas diferentemente da Coral, não carrega o mesmo estigma, por não ser uma espécie venenosa e nem atacar o homem. É a segunda maior cobra, ficando atrás apenas da Sucuri, tem cor parda com manchas claras no dorso (IHERING, 1940). Ela pode ser encontrada na Mata Atlântica, Caatinga, Cerrado e Floresta Amazônica. Por último, temos a jararaca, que foi a serpente que teve a maior incidência e é também a que guarda o nome mais pejorativo, trazendo outras associações de significado. Jararacas são cobras peçonhentas e perigosas (fig. 4.42). Vivem nas florestas e no cerrado.

No Brasil podemos encontrá-las nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina, Paraná, São Paulo, Minas Gerais, Rio de Janeiro, Espírito Santo e Bahia. Esse animal possui um padrão de escamas caracterizado por desenhos dorsais em "V", ornados em cores mais claras, podendo variar sua coloração de acordo com a distribuição geográfica (tons cinza, pardo-esverdeados, amarelados e marrons). No rótulo *Jararaca* (fig. 4.43) não há um

detalhamento especial da cobra, aparentando ter sido representada de forma mais genérica. As jararacas aparecem na coleção nos estados do Rio de Janeiro (1), Bahia (1) e Minas Gerais (3).



Figuras 4.39 e 4.40. Cobra Coral verdadeira (*Micrurus lemniscatus*), foto: Lvgularis (CC BY 2.0) e Rótulo *Aguardente Coral* (PA) (Década de 1950). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da fundação Joaquim Nabuco.

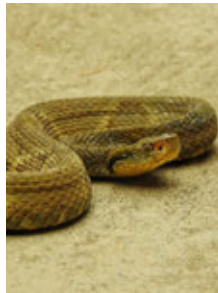


Figura 4.41, 4.42 e 4.43. Cobra jiboia, foto: CC0 domínio público; cobra jararaca, foto: Leandro Avelar (CC-BY-SA-4.0); rótulo *Jararaca* (BA) e recorte (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Crocodilianos

No grupo dos crocodilianos incluimos os crocodilos e os jacarés. Apesar de popularmente esses termos serem comumente utilizados sem distinção, tratam-se de animais de famílias diferentes. Dentre as diferenças podemos citar que os jacarés têm focinho largo e arredondado, enquanto os crocodilos (fig. 4.44) têm a cabeça mais afilada. Em adição a isto, os crocodilos possuem escamas no ventre, que não estão presentes nos jacarés. No Brasil não possuímos crocodilos, temos apenas jacarés.

Ihering (1940) aponta que jacaré é um nome brasileiro, de origem tupi. Jacarés são animais que levam a vida quase totalmente aquática, sendo desajeitados em terra. Dentre os jacarés espalhados pelo território brasileiro, podemos citar o jacaré-negro (jacaré do pantanal), jacaré-açú (jacaré gigante), jacaré do papo amarelo (ururau) e outros. O único exemplo nomeado como crocodilo na coleção veio do estado do Espírito Santo, os outros cinco exemplares aparecem designados como jacarés e pertencem aos estados da Bahia (1), Paraná (1) e São Paulo (2).



Figuras 4.44 e 4.45. Jacaré à esquerda, crocodilo à direita. Fonte: <<http://www.curtoecurioso.com/2014/09/qual-e-diferenca-entre-jacare-e.html>>. Aguardente Jacaré (BA) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Quelônios

Zoologicamente, o grupo dos quelônios inclui tartarugas (marinhas e de água doce), cágados (água doce) e jabutis (exclusivamente terrestres). Na Coleção Almirante temos nominalmente apenas a tartaruga e o jaboti. São cinco exemplares, dos quais dois trazem o nome tartaruga na designação, um traz o nome jaboti e os outros dois fazem outras associações com o título da bebida, não identificando a espécie. Todos os exemplares são do estado de São Paulo. Na figura abaixo temos as diferenças básicas entre tartarugas, jabutis e cágados, os três são encontrados no Brasil. Podemos perceber que além das diferenças de *habitat*, existem diferenças morfológicas também, os cascos, formato do pescoço e patas são diferentes (fig. 4.46). Ihering (1940) aponta que a carne das tartarugas da Amazônia tem um ótimo sabor, sendo bastante procurada e utilizada na culinária da região.

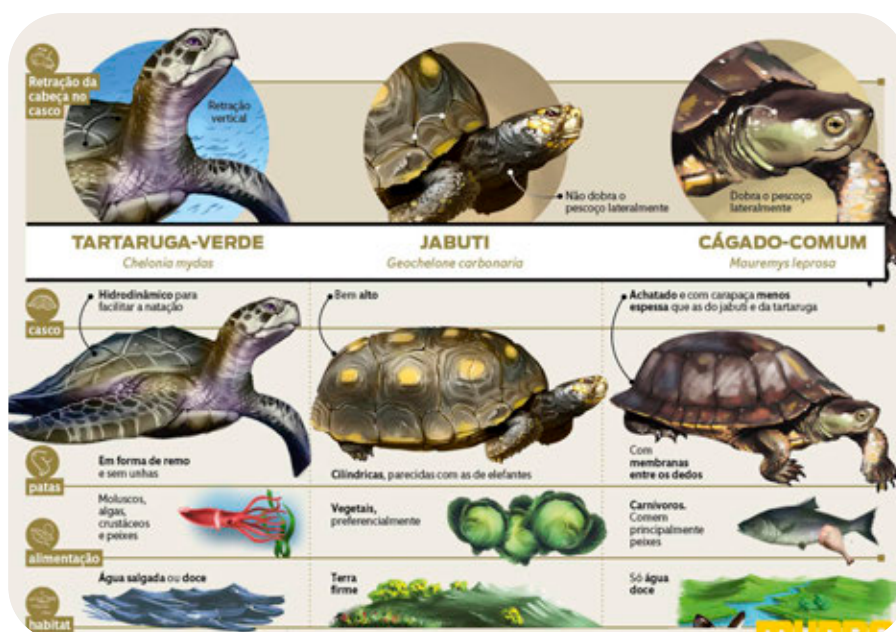


Figura 4.46. Tartarugas, Jabutis e Cágados. Fonte: <http://pontobiologia.com.br/>.

No exemplo abaixo temos o rótulo da *Aguardente de cana Cabreuva* (4.48), que pelo formato do casco e ambiente retratado (terrestre), trata-se da representação de um jaboti (fig. 4.47).



Figuras 4.47 e 4.48. Jabuti, fonte: <<https://veja.abril.com.br/blog/sobre-palavras/jabuti-simbolo-de-gravidade-prudencia-e-sabedoria/>>. Aguardente de cana Cabreuva (SP) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante.

4.2.5 Insetos

O grupo de insetos é bem restrito (ap. B - quad. 5). São apenas 5 exemplares e o único animal que se repete é a borboleta, nos estados de Minas Gerais e Pará. Os outros insetos utilizados são o bitu, o potó e a taturana. A *borboleta* é um animal muito presente em nossa fauna (fig. 4.49). Abaixo, temos o exemplar de Minas Gerais (fig. 4.50), não conseguimos identificar a espécie da borboleta, provavelmente trata-se de uma representação genérica, já que não foi identificada por meio da designação da bebida.



Figuras 4.49 e 4.50. Borboleta, foto: Adina Voicu (CCO domínio público) e rótulo Borboleta (MG) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A *taturana*, por sua vez, aparece no rótulo do estado de São Paulo (fig. 4.52). Esse animal é a conhecida lagarta de fogo (fig. 4.51). Esse nome compreende, conforme Ihering (1940), as lagartas de mariposas, de corpo revestido com pelos finos ou cerdas cujas pontas, ao contato com a pele injetam veneno causando queimaduras. Na representação do rótulo, foi replicada uma taturana na cor verde.



Figuras 4.51 e 4.52. Lagarta de fogo (taturana). Foto: Márcio Ramalho (CC BY 2.0). Rótulo Caninha Taturana (SP) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A denominação *potó* inclui certos besourinhos de corpo alongado e asas curtas (fig. 4.53), que secretam um líquido que queima a pele, cuja ação é popularmente aludida à expressão “*fogo selvagem*”. O tamanho é pouco maior que meio centímetro e sua cor normalmente é de um metálico brilhante (IHERING, 1940). O potó pode ser encontrado em plantações de milho, de feijão e de batata. O rótulo *Potó* aparece no estado da Paraíba (fig. 4.54). Ihering (1940, p. 651): “*Na Paraíba também verificamos acidentes, causados pelos potós, durante um mês ou dois; depois a praga desapareceu ou antes esses insetos se tornaram raros*”.



Figura 4.53. Potó. Foto: David Evans (CC BY 2.0).



Figura 4.54. Rótulo *Potó* (PB) e recorte (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Bitu é o nome dado ao macho da formiga saúva. Conforme Ihering (1940), existem vários indivíduos na sociedade formigueira, como as formigas carregadeiras (que cortam vegetais e levam para casa), as que são soldados, defensoras do ninho, dentre outras. Nesse contexto, o bitu é a formiga sexuada macho que acasala com a tanajura (também chamada de içá), formiga sexuada fêmea. Tanto o bitu como a tanajura são alados, eles fazem o voo

nupcial na primavera. O bitu morre após o acasalamento, enquanto a tanajura cai no chão e inicia um novo formigueiro. O combate à formiga saúva é apontado por Ihering (1940) como um dos problemas mais sérios da agricultura na época. Vale lembrar que a tanajura é aquela formiga gigante servida frita como petisco em alguns locais. O macho não é consumido pois não possui o mesmo traseiro avantajado da fêmea. O bitu aparece em um rótulo do estado de Pernambuco (fig. 4.55).



Figura 4.55. (A) Tanajuras e bitus. Os machos são os dois menores e mais escuros, fonte: <<https://timblindim.files.wordpress.com/2010/11/tanajura-06.jpg>>. (B) Recorte do rótulo *Bitu* (PE).

Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

4.2.6 Roedores

Os roedores que aparecem na coleção fazem todos parte da fauna brasileira, sendo eles: a capivara, a cutia, o mocó, a paca, o serelepe e o rato (ap. B - quad. 6). O rato que aparece é do estado do Ceará, com a designação *Roi-Roi*. Apesar de termos espécies brasileiras de ratos, nesse exemplar não houve uso de um nome mais específico como *rato boiadeiro* ou *rato de taquara* (IHERING, 1940), tendo o animal sido representado de forma mais genérica.

Conforme Reis et. al. (2006), o *preá* (*Cavia Aperea*) (fig. 4.56) tem como localidade-tipo⁵ o estado de Pernambuco, ocorrendo de Pernambuco a São Paulo. Também pode ser encontrado em outros países da América do Sul. Essa espécie assim como outras de seu gênero, tem hábitos terrestres, habitando bordas da Mata Atlântica, formações de mata úmida no cerrado, campos do sul e áreas de caatinga. O preá é parente do porquinho-da-índia e é semelhante a ele. Tem por volta de 25 cm, cauda atrofiada, pelagem densa e áspera. Seu dorso é cinza e sua parte inferior é esbranquiçada. Tem quatro dedos nas patas anteriores e três nas posteriores. O exemplar da coleção é justamente do estado de Pernambuco (fig. 4.57). A representação se assemelha ao animal preá, exceto pela cor.

⁵ Localidade-tipo: a localidade geográfica onde foram capturados os exemplares da série-tipo. Fonte: <<http://www.latec.ufrj.br/dinosvirtuais/catalogo/glossario.html>>.



Figuras 4.56 e 4.57. Preá. Fonte: <<http://sociedadedosanimais.blogspot.com.br/2016/03/prea-um-roedor-de-habitos-noturnos.html>>. Rótulo Preá (PE) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A **capivara** (fig. 4.58) é da mesma família que o preá, assim também como o mocó (*Família Caviidae*) (REIS ET. AL, 2006). Este é o maior roedor do Brasil e do mundo. Pode ser encontrado em todo Brasil e em quase toda América Latina, muito embora atualmente esteja extinta em algumas regiões. Sua pelagem é densa de cor avermelhada a marrom escuro, tem orelhas pequenas e não tem rabo. Ihering (1940) aponta que esses animais gostam de ficar na beira da água e que também mergulham. São sociáveis, sendo encontrados em grupos. Gostam de arroz e milho, causando prejuízos aos lavradores. Na obra, o autor ainda expõe o descontentamento de criadores de gado com a capivara, que, segundo eles, faziam morrer a criação. A caça às capivaras era então para proteger criações e plantações, visto que sua carne não é tão apreciada como a de outros roedores. Os exemplares da coleção são que a capivara aparece são dos estados de Pernambuco e São Paulo (fig. 4.59).



Figuras 4.58 e 4.59. Capivara (*Hydrochoerus hydrochaeris*) Hato Pinero, Venezuela © 2006 Peter Keightley. Fonte: <<http://www.theonlinezoo.com/pages/capybara.html>>. Rótulo capivara (SP) (década de 1950) e recorte. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

O **mocó** (fig. 4.60), por sua vez, é encontrado em áreas pedregosas como a caatinga. É um pouco maior que um preá, não tem cauda e tem pelagem cinzenta. Gosta de tocas. Conforme Ihering (1940), nas suas tocas são comumente encontrados barbeiros transmissores de chagas. Reis *et al.* (2006) aponta que são animais dóceis com potencial para domesticação. Sofrem com a caça devido ao seu tamanho e a apreciação a carne. Na coleção, o mocó aparece no estado de Pernambuco (fig. 4.61), muito embora de acordo com Dias *et*

al. (2006), seja um animal que aparece no estado de Goiás (*Kerodon Acrobata*), no estado da Bahia e do Piauí ao norte de Minas Gerais (*Kerodon rupestris*).



Figuras 4.60 e 4.61. Mocó. Foto: Marcelo Gonçalves Moura Valle (CC-BY-AS-3.0). Rótulo Mocó (PE) (década de 1950). Fonte: Esta versão faz parte da *Coleção ICP* (UFPE), mas o mesmo rótulo também é encontrado na *Coleção Almirante*.

Já as *cutias* (fig. 4.62), de acordo com Reis *et. al.* (2006) aparecem como nove espécies no Brasil, em diferentes localidades. No caso da coleção, o rótulo é do estado do Rio de Janeiro. Nesse estado temos, por exemplo, a espécie *Dasyprocta aff. Leporina*. As espécies *Dasyprocta* têm hábito terrestre e são animais diurnos. Tem patas longas e finas. As patas anteriores têm quadro dígitos e as posteriores tem três dígitos. Seus pelos se eriçam em situação de perigo. No caso da espécie presente no Rio de Janeiro, sua cor é amarelo alaranjado, outras espécies têm cores amarelo-palha, castanho, laranja-avermelhado e oliváceo-agrisalhada (REIS ET. AL. 2006). No rótulo *Cotia*, (fig. 4.63) o vermelho utilizado no animal foi complementado com um sombreado amarelo, fazendo alusão à pelagem amarelo alaranjada e brilhosa do animal.



Figuras 4.62 e 4.63. Cutia (*Dasyprocta leporina*), Buffalo Zoo - Buffalo, NY, USA. Foto: © 2007 Jeff Whitlock. Fonte: <http://www.theonlinezoo.com/pages/brazilian_agouti.html>. Rótulo Cotia (RJ) e recorte (década de 1950). Fonte: *Coleção Almirante*. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A *paca* (fig. 4.64) é um roedor muito comum em quase todo Brasil. Sua carne também é apreciada, porém a caça atualmente é proibida. É parecida com a cutia e com a capivara, o colorido é que melhor a caracteriza. De acordo com Reis *et al.* (2006) sua pelagem varia entre castanho-avermelhado e castanho escuro ou cinza-escuro. Possui quatro dedos nas patas dianteiras e cinco nas traseiras e uma cauda muito reduzida, quase imperceptível. É um

animal encontrado em todo o Brasil. Na coleção, os exemplares com esse animal provêm dos estados de Rio de Janeiro e São Paulo (fig. 4.65).



Figuras 4.64 e 4.65. Paca. Fonte: http://www.mammalogy.org/search/asm_custom_search/cuniculus. Rótulo Paca (RJ) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Serelepes são os esquilos brasileiros (IHERING, 1940) (fig. 4.66). Conforme Reis *et al.* (2006), no Brasil existem pelo menos sete espécies deles distribuídas, sendo também conhecidos por caxinguelês. Podem ser encontrados em diversos estados, inclusive o de São Paulo, no qual aparece na coleção (fig. 4.67).



Figuras 4.66 e 4.67. Foto: Rudimar Narciso Cipriani. Fonte: <<http://g1.globo.com/sp/campinas-regiao/terra-da-gente/fauna/noticia/2015/02/serelepe.html>>. Rótulo Caninha Cerelepe (SP) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

4.2.7 Peixes e mamíferos aquáticos

A Coleção dispõe de dezessete exemplares de peixes (ap. B - quad. 7). Há apenas um dos rótulos que utiliza uma nomenclatura genérica: Aguardente de cana Peixinho (MG). Os estados que possuem mais exemplares de peixes são: Pernambuco (5), Minas Gerais (4) e São Paulo (4). Praticamente não há repetição de espécies. O *tubarão* (fig. 4.68) é aquele que se repete nos estados de Pernambuco e Santa Catarina (fig. 4.69). De acordo com informações do site da *Fiocruz* (fiocruz.br), no Brasil existem cerca de 80 espécies, dentre elas: tubarão azul, tubarão baleia, tubarão cabeça-chata, tubarão martelo, tubarão branco e outros.



Figuras 4.68 e 4.69. Tubarão. Foto: Elias Levy (CC BY 2.0). Rótulo Tubarão (SC) (1940). Fonte: Coleção Almirante.

Observamos também o uso de peixes com nomes em tupi como: pirá, piracanjuba, pirajú e guajuba. *Pirá* é o mesmo que peixe em tupi-guarani. Em sentido mais restrito, Ihering (1940) aponta que pode se referir ao pirá-tamanduá, que é um peixe de couro de água doce do Rio São Francisco, cujo focinho lembra o de um tamanduá. A *Caninha Pirá* e a *Especial Caninha Piracanjuba* (fig. 4.71) são do estado de São Paulo. O *piracanjuba* (fig. 4.70) é o rival do peixe dourado. É um peixe de água doce, menor que o dourado, mas que tem bom sabor. É também um peixe ágil, demandando pescadores hábeis para sua captura.



Figuras 4.70 e 4.71. Piracanjuba. Foto: Brycon Henni (CC BY 3.0). Rótulo Piracanjuba (SP) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

O *piraju*, por sua vez, é o nome indígena para o peixe *dourado* (fig. 4.72). Portanto, temos dois peixes dourados nos rótulos: *Aguardente Dourado Finíssimo* (MG) (fig. 4.73) e *Aguardente de cana Piraju* (PE). O dourado ou piraju é um peixe de escama de água doce, sendo muito popular por sua beleza e por ter a carne também apreciada. Também temos um rótulo na Coleção chamado de *douradinha*. Acreditamos ser uma referência ao peixe dourado (feminino), que é igualmente um peixe de couro de água doce (IHERING, 1940). Ou ainda, uma referência ao piracatinga, também conhecido como douradinha, outro peixe de água doce que habita nossas águas.



Figuras 4.72 e 4.73. Peixe Dourado. Foto: David Morimoto (CC BY AS 2.0). Rótulo Dourado Finíssimo (MG).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Já o *guajuba* ou *gauiúba* é um peixe marinho de escamas, de cor vermelha com listras esverdeadas. Conforme Ihering (1940), no Rio Grande do Norte a estatística da pesca registra em certos meses, um grande quantitativo deste peixe. A *Aguardente Guajuba* é do estado de Pernambuco. Outros peixes de água doce que aparecem na coleção são o surubim e a piabinha. O *surubim* (fig. 4.74) é, de acordo com Ihering (1940), uma espécie típica do sistema hidrográfico do Prata, mas que também ocorre no sistema Amazônico e em São Francisco. O rótulo da *Aguardente de cana Surubim* é do estado do Sergipe (fig. 4.75). Já a *piabinha* (ou *piaba*) é uma denominação utilizada no Nordeste, para se referir aos lambaris, que são peixes de escama de água doce, caracterizados por ter dentes incisivos serrilhados. Ihering (1940) ainda assinala que o serviço de febre amarela utilizou desses peixes para eliminar as larvas do mosquito *Aedes aegypti*.



Figura 4.74. Surubim. Fonte: Surubim. Fonte: <<http://www.uniprot.org/taxonomy/645123>>.



Figura 4.75. Rótulo Surubim (SE) e recorte (década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.76 e 4.77. Cavalo marinho. Foto: Clarissa Pacheco (CC BY 2.0). Rótulo *Cavalo Marinho* (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Dentre os peixes marinhos ainda não citados que aparecem nos rótulos, o que nos chamou mais atenção foi o *cavalo marinho* (fig. 4.76), por ser um peixe ornamental, e diferente da maioria dos peixes escolhidos para as marcas, visto que não tem relação com o consumo na alimentação. Este peixe aparece em águas temperadas e tropicais. O rótulo da *Aguardente Cavalo Marinho* é do estado de Minas Gerais, logo, nesse caso não há relação com a fauna do estado (fig. 4.77).

Relacionados fortemente com a pesca para consumo temos o atum e a garoupa. O *atum* (fig. 4.78) faz parte de uma família formada por peixes do corpo alongado, tendo dimensões variáveis, desde 45cm até 5m de comprimento. São excelentes nadadores e são peixes de “sangue quente”, eles conseguem elevar sua temperatura corporal face à temperatura exterior, o que os permite ter uma boa distribuição, podendo ser encontrados nos Oceanos Pacífico, Atlântico e Índico.

A pesca do atum é uma prática muito antiga, mas foi entre as décadas de 1940 e 1950, com o fim da Segunda Guerra, que se proliferaram as pescas a nível industrial. Costa (2013) aponta que nessa altura as maiores pecarias de atum eram feitas pelos japoneses, primeiro na Zona do Pacífico e, na década de 1950, chegaram ao Oceano Atlântico. O Brasil entrou na pesca industrial em grande escala apenas a partir da década de 1980. O rótulo em que aparece o peixe atum é do estado da Bahia (fig. 4.79).

A *garoupa* ou *garoupa verdadeira* (fig. 4.80) é um peixe marinho da família dos *serranídeos*, frequentemente encontrado na costa brasileira (IHERING, 1940). Inclusive é o peixe que estampa um dos lados da cédula de cem reais lançada de julho de 1994, de acordo com informações disponíveis no site do Banco Central do Brasil (fig. 4.82). Tem pequenas escamas distribuídas pelo seu corpo. É um peixe de corpo grande e nadadeiras arredondadas. Sua cor é parda puxando para o vermelho, com manchas irregulares verdes. Gastronomicamente é um peixe de boa carne, de modo que sua pesca se tornou intensa, culminando em projeto para proteção de extinção.

No Brasil existem espécies de peixes similares que também são chamados de garoupa: garoupa pintada, garoupa são tomé e garoupa da trindade. A aguardente aparece com o nome “Garôpa”, sem a letra “u” e é do estado de Pernambuco. Nota-se que a representação não foi fiel à realidade, as barbatanas e o peixe têm formatos diferentes, mantendo-se apenas a característica marcante das manchas irregulares.



Figura 4.78 e 4.79. Atum. Foto: AMISOM Public Information (CCO 1.0). *Rótulo Atum* (BA) (década de 1940).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figura 4.80 e 4.81. Garoupa (*Epinephelus marginatus*). Foto: Ranko (CC BY 3.0). *Rótulo Garôpa* (PE) e recorte (década de 1950). Fonte: Esta versão faz parte da *Coleção ICP* (UFPE), mas o mesmo rótulo também pode ser encontrado na Coleção Almirante.



Figura 4.82. Ante verso e Reverso da cédula de 100 Reais emitida pelo Banco Central que circula desde 1994.
Fonte: <<https://www.bcb.gov.br/htms/museu-espacos/cedulas/real.asp?idpai=CEDBC#R10000>>.

Por fim, temos a toninha, o único mamífero aquático da coleção. No rótulo, este animal aparece com o nome de “Tuninha” (fig. 4.84). A *toninha* (fig. 4.83) faz parte do grupo chamado *cetáceos odontocetos*. De acordo com informações do site *Projeto Toninhas* (projetotoninhas.org.br), a toninha pertence a uma linhagem muito antiga. É uma espécie de golfinho que vive em nossos mares há cerca de um milhão de anos, mas que está atualmente

à beira da extinção. São animais costeiros, vivendo apenas na costa leste da América do Sul, entre o estado do Espírito Santo no Brasil e o golfo San Matias na Argentina. Botos, toninhas e golfinhos são nomes populares, que podem ser utilizados para uma mesma espécie dependendo da região.



Figuras 4.83 e 4.84. Toninha. Foto: Marcus Wernicke (CC BY-SA 4.0). Rótulo Tuninha (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Ainda encontramos na coleção cachaças com peixes intituladas de *Matruê* (PB) e *Guaçu* (SP). No entanto, não encontramos referências a essas denominações, sendo provavelmente termos regionais. No dicionário de Ihering (1940) encontramos ainda guaçuquia, apontado pelo autor como um peixe do mar de Pernambuco, que poderia ser talvez o mesmo que “guaçu”. Pelo que podemos perceber, os peixes utilizados fazem parte de nossa fauna, seja nas águas doces ou na costa do Oceano Atlântico. Mesmo que em exceções como o “Cavalo Marinho”, não façam parte da fauna específica do estado. A grande maioria dos peixes é conhecida pela própria prática do consumo em nossa gastronomia, seja ela atual ou da época.

4.2.8 Rurais

Nossos animais rurais, comumente encontrados em fazendas, são, na sua maioria, animais que foram trazidos pelos europeus na época da colonização (ap. B - quad. 8). Como expôs Pero Vaz Caminha em sua famosa carta:

Eles não lavram, nem criam. Nem há aqui nem boi, nem vaca, nem cabra, nem ovelha, nem galinha, nem outra nenhuma alimária, que costumada seja ao viver dos homens. Nem comem senão deste inhame, que aqui há muito, e dessa semente e frutos, que a terra e as árvores de si lançam (CAMINHA, p. 12).

Na Coleção Almirante encontramos os animais: boi, vaca, carneiro, cordeiro, zebu, carneiro, galo, galinha, peru, bode, cabra, cabrito, cavalo, mula, touro, coelho, pinto, pato e paturi. Bovinos, caprinos, ovinos, equinos, galinhas, galos e perus foram todos introduzidos no Brasil ainda no período colonial. Esses animais não são nativos de nossa fauna, mas já fazem parte de nossas atividades pecuaristas há tanto tempo, que não é de se estranhar a presença dos mesmos nos rótulos. Na coleção, temos 2 bois (MG), 3 vacas (MG, PE e RJ), 7 touros (BA, ES, MT, PB, RJ, SP) (fig. 4.87) e 3 zeus (PR e SP). Dentre esses quatro animais, o termo mais diverso é o zebu. Esse animal é originário da Índia, e nada mais é que uma espécie bovina, conhecido por sua corcova (fig. 4.85), representada também no rótulo (fig. 4.86). De acordo com Alves (2017), o primeiro registro de zebu no Brasil é de 1813. Já no século XX, algumas empresas passaram a investir na importação de gado da Índia, mas em 1920 o governo suspendeu a importação do gado zebu, devido às enfermidades contagiosas do gado indiano, tal suspensão foi sustada apenas em 1962. Os rótulos com estes animais se concentram nos estados da região Sudeste, justamente uma das que tem predomínio na pecuária de bovinos (fig. 4.87).



Figuras 4.85, 4.86 e 4.87. Zebu. Rótulos Zebú (SP) e Touro (PE) (entre as décadas de 1940 e 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Bode, cabra e cabrito são todos o mesmo animal, sendo o bode, o macho e a cabra, a fêmea. Os cabritos ou chibos são os bodes até um ano de idade. Esses animais também foram trazidos pelos colonizadores. Na coleção, temos 1 bode (PE) e 2 cabritos (SP). Por ser um animal resistente, o bode se adaptou bem ao sertão nordestino, sendo retratado no rótulo pernambucano como "Bode Cheiroso" (fig. 4.88). Carneiro e cordeiro também são o mesmo animal, sendo que o cordeiro é o carneiro novo. O carneiro aparece em dois exemplares, um no estado de Minas Gerais, que utiliza o animal relacionando com o sobrenome do fabricante (*Carneiro*) e outro do Paraná (fig. 4.89). Já o cordeiro aparece uma única vez, no estado do Rio de Janeiro.



Figuras 4.88 e 4.89. Rótulos *Bode Cheiroso* (PE) e *Carneirinho* (PR) (década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Desse grupo de animais que foram introduzidos em nosso país e fazem parte da vida rural do brasileiro, o galo e o cavalo foram aqueles que detiveram mais marcas utilizando-os nos rótulos. Esses animais também foram observados durante este estudo em rótulos de outros produtos. Os cavalos são utilizados em 23 rótulos, estando mais presentes nos estados da região Sudeste (fig. 4.90), com exceção de alguns exemplos nos estados de Pernambuco e Bahia. Chamou nossa atenção a presença de uma mula (fig. 4.91), em um rótulo do estado de Minas Gerais, representada de forma não-naturalista.

O galo, por sua vez, aparece em 33 rótulos, tem maior incidência nos estados de São Paulo (10) e Minas Gerais (8), mas possui exemplos também nas regiões Norte e Nordeste. As galinhas, por sua vez, aparecem apenas 4 vezes, cada uma em um estado diferente (BA, ES, MG, PE). Aqui no Brasil, temos animais intitulados de galinhas e galos, mas que são outros tipos de aves, que nada se parecem com o que estamos habituados a entender por estes animais. Alguns exemplos de aves nativas chamadas de “galinhas e galos” são: galinhas de bugre, galinhas do mato, galo de campina, galo da serra (fig. 4.92) e galo do Pará (IHERING, 1940).

Na coleção, no entanto, o que temos são os conhecidos *Gallus gallus domesticus*, que foram trazidos ao Brasil, ainda enquanto colônia (fig. 4.93). Outra ave popular do ambiente rural que aparece é o peru (fig. 4.94), mas em apenas 3 exemplares, divididos entre os estados de Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo. Os exemplos que trouxemos para ilustrar aqui são o rótulo da *Aguardente Rabo de Galo* (MG) (fig. 4.95) e o da *Aguardente Perú* (RJ) (fig. 4.96).



Figuras 4.90 e 4.91. Rótulo *Cavalinho* (SP) e recorte (década de 1950) e rótulo “*Não me importo que a mula manque*” (MG) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.92, 4.93 e 4.94. Galo da serra. Foto: Miqueias Lima. Fonte: <<http://www.amazoniadeaaz.com.br/cidades/o-que-e-galo-da-serra/>>. *Gallus Domesticus*. Foto: Angie Toh (CCO domínio público). Perú. Foto: Natsan (CCO domínio público).



Figuras 4.95 e 4.96. Rótulo *Rabo de galo* (MG) e Rótulo *Perú* (RJ) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Ainda dentro das aves rurais, temos três rótulos que utilizam o animal “pato”. Das espécies nativas que podem ter sido utilizadas como referência, temos o pato do mato (fig. 4.97) e o paturi (fig. 4.98). O pato do mato, de acordo com Ihering (1940) é um tipo ancestral do pato domesticado. O *paturi*, que nomeia uma das marcas de cachaça de Pernambuco (fig. 4.99), também faz parte da família dos patos, sendo também chamado de *marrequinha*. A denominação *Marreca* é utilizada para várias aves, todas da mesma família (*Anatidae*) (IHERING, 1940). Temos um exemplo de marrequinha no estado de São Paulo: *Especial aguardente de cana Marrequinha*.



Figuras 4.97, 4.98 e 4.99. Pato do mato. Foto: Dario Sanches (CC BY-SA 2.0). Paturi (marrequinha). Foto: Chad Teer (CC BY 2.0). *Rótulo Paturi* (PE) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Por fim, no grupo de animais rurais, temos a ocorrência de 6 coelhos. A nossa espécie de coelho é o coelho do mato, também chamado de tapiti (IHERING, 1940) (fig. 4.100), mas nenhum dos exemplares usou especificamente este nome. Os coelhos que aparecem na coleção são todos brancos, como os coelhos europeus que foram trazidos ao Brasil (fig. 4.101). O exemplar que trouxemos como exemplo é do estado do Rio Grande do Norte (fig. 4.102). O grupo de animais rurais é aquele, portanto, que possui mais animais que foram introduzidos ao Brasil, mas, ao mesmo tempo, já eram muito comuns no cotidiano dos brasileiros, nas criações e fazendas de cana-de-açúcar.



Figuras 4.100, 4.101 e 4.102. Coelho do mato (tapiti). Foto: JJ Harrison (CC BY-SA 2.0). Coelho Europeu (CC0 domínio público). *Rótulo Coelho* (RN) (década de 1950) e recorte. Fonte: Coleção Almirante.

4.2.9 Mamíferos Selvagens

Dos animais classificados como mamíferos selvagens, nem todos fazem parte da fauna brasileira, sendo espécies exóticas (ap. B - quad. 9). Dentre essas podemos citar: girafa, leão, elefante, javalis, camelo, ursos, gnu e outros. O mais recorrente entre os animais exóticos é o leão (fig. 4.103), que conta com dezessete exemplares na Coleção Almirante, estando presente numa ampla variedade de estados. Apesar de não estar presente em nossas matas, esse animal é bastante conhecido das savanas da África, sendo comumente encontrado em zoológicos brasileiros. O exemplar exposto aqui é do estado do Piauí (fig. 4.104).



Figuras 4.103 e 4.104. Leão (CCO domínio público) e *Rótulo Leão* (PI) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Dentre outros animais presentes no continente africano, mas em menor incidência, que encontramos nos rótulos, estão a girafa (fig. 4.105), o elefante, que habita também a Ásia, e o gnu, da família dos bovídeos (bovinos, caprinos, bubalinos e outros) (fig. 4.107). O elefante aparece em dois rótulos do estado de São Paulo, a girafa aparece em um único exemplar em Pernambuco (fig. 4.106) e o gnu aparece em uma aguardente do estado de São Paulo (fig. 4.108). O javali também habita o continente africano, mas é presente também na Europa e na Ásia. Na coleção, esse animal aparece ilustrando o rótulo da *Caninha Java* (SP).

Diferentemente dos já mencionados, o javali não é nativo do Brasil, mas é uma espécie que foi introduzida aqui e inclusive causa problemas ambientais, visto que não possui predadores naturais nestas terras. Ainda dentro do grupo de animais estrangeiros, temos nos rótulos: camelos, ursos brancos (fig. 4.109 e 4.110) e um canguru. O canguru é o marsupial⁶ mais conhecido. Aparece numa aguardente do estado da Paraíba muito embora seja um mamífero australiano (fig. 4.111 e 4.112). Esses animais, com exceção talvez do gnu, são conhecidos pelo brasileiro no período da coleção, seja por meio de zoológicos, circos, revistas, livros escolares ou até mesmo pelo cinema da época.



Figuras 4.105 e 4.106. Girafa (CCO domínio público) e *Rótulo Girafa* (PE) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

⁶ Marsupiais são aqueles animais que possuem uma bolsa na região abdominal na qual se processa grande parte do desenvolvimento dos filhotes. (REIS ET. AL., 2006).



Figuras 4.107 e 4.108. Gnu. Foto: Philipp Alexander (CC BY 2.0). *Rótulo Caninha Gnu* (SP) (década de 1940).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.109 e 4.110. Urso polar (CCO domínio público) e *Rótulo Alaska* (SP) e recorte (década de 1940).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.111 e 4.112. Canguru (CCO domínio público). *Rótulo Canguru* (PB) e recorte. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Mas além dos exóticos, temos muitas espécies características de nossa fauna. Depois dos leões, os macacos são os animais mais recorrentes, com treze exemplares espalhados nas regiões Nordeste, Sudeste e Sul. Conforme Reis *et al.* (2006), os macacos do Novo Mundo compreendem espécies que vivem exclusivamente nas florestas tropicais das Américas do Sul e Central. Estes macacos variam de pequeno a médio tamanho. Não identificamos os macacos presentes nos rótulos da coleção, apenas aqueles que já vieram nomeados pela designação.

A maior parte dos desenhos, contudo, retrata macacos de pequeno porte, semelhantes a micos. Em apenas três rótulos, a espécie do macaco é identificada pela

designação: “Finíssima Aguardente de Cana Guariba (PE) (fig. 4.114), Aguardente de Cana Guariba (RJ) e Aguardente de Cana Extra-fina Gorila (RJ)”. O *guariba* (fig. 4.113) é um macaco endêmico da Mata Atlântica (REIS ET. AL. 2006). O *gorila*, como se sabe, é uma espécie endêmica da África, não estando presente no Brasil. Visualmente também identificamos um *chimpanzé*, igualmente nativo da África.



Figuras 4.113 e 4.114. Guariba. Foto: Peter Schoen (CC BY-SA 2.0). Rótulo Guariba (PE). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Dentre os outros animais nativos temos a *ariranha* (*Pteronura brasiliensis*) (fig. 4.115), no estado de São Paulo e a *lontra* (*Lontra longicaudis*) (fig. 4.116, fig. 4.118), no estado do Paraná. Estes dois animais fazem parte da família *Mustelidae*. Eles têm corpo alongado, cabeça pequena, pernas relativamente curtas e cauda geralmente longa, porém menor que o comprimento do corpo (REIS ET AL.; 2006). De acordo com Ihering (1940), a ariranha é um animal semelhante à lontra, porém maior. Ambos habitam os rios. A ariranha é uma espécie endêmica da América do Sul, tem cor castanho escuro com manchas claras na região do peito e garganta. Já a lontra pode ser encontrada ainda em outros continentes, tem cor marrom com garganta mais clara (REIS ET AL.; 2006). Outra diferença é o fato da ariranha ser de vida diurna, enquanto a lontra de vida noturna.

Contudo, conforme Ihering (1940), nem sempre as pessoas diferenciam esses animais, utilizando as denominações erroneamente. O autor ainda nota que a pelagem deles é apreciada como agasalho, especialmente em caçadas no inverno. Em função disto, essas espécies já foram muito caçadas e atualmente correm risco de extinção. A *doninha* (*Mustela africana*) (fig. 4.117) também faz parte da família *Mustelidae*, mas de uma subfamília diferente. É um animal carnívoro, semelhante ao furão. Essa denominação é portuguesa e essa espécie se distribui no Brasil ao longo da Bacia Amazônica. Na coleção, a doninha aparece no rótulo de uma aguardente mineira.



Figuras 4.115, 4.116 e 4.117. Ariranha (*Pteronura brasiliensis*). Foto: Eric Gaba (CC BY-SA-3.0). Lontra (*Lontra longicaudis*). Foto: Carla Antonini (cc-by-sa-2.5-ar). Doninha-amazônica (*Mustela africana*). Fonte: <<http://faunaefloradaamazonia.blogspot.com.br/2013/02/doninha-amazonica.html>>.



Figura 4.118. Rótulo da Aguardente Lontra (SP) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Continuando nas espécies nativas, temos o saruê ou gambá (fig. 4.119). Saruê, gambá e timbu são denominações utilizadas para se referir a quatro espécies distintas que são muito semelhantes entre si (IHERING, 1940). Saruê é uma denominação baiana, enquanto timbu é uma denominação nordestina. A denominação *saruê*, de fato, apareceu em um rótulo da Bahia, enquanto *gambá*, no estado do Rio de Janeiro. De acordo com Reis *et al.* (2006), esses animais são marsupiais, assim como o já mencionado canguru, e se distribuem no leste, centro-oeste e extremo norte do Brasil a depender da espécie. Eles habitam também outros países, tais como Paraguai, Argentina e Venezuela.



Figuras 4.119 e 4.120. Gambá (*Didelphis Albiventris*). Foto: Alex Popvkin (CC BY 2.0). Raposa-do-campo (*Lycalopex Vetulus*). Foto: Elder Lagar (CC BY-SA 2.0).

Segundo Ihering (1940), no Brasil, também se utiliza a denominação raposa para se referir ao gambá (saruiê, timbu), apesar de serem duas espécies zoológicamente diferentes. O contrário também acontece. As raposas aparecem em sete rótulos, sendo denominada como gambá na designação de um dos rótulos, apesar de se tratar da ilustração de uma raposa. *Raposas* são canídeos de cauda peluda e focinho fino, famosos por sua astúcia. No Brasil temos a raposa-do-campo, também chamada de raposinha-do-campo ou raposinha (fig. 4.120). Esta espécie de raposa é endêmica de nosso país.

Pode ser encontrada nos estados de Mato Grosso, Mato Grosso do Sul, Maranhão, Piauí, Tocantins, Goiás, Bahia, Minas Gerais, São Paulo e Paraná. É um dos menores canídeos da América do Sul, sua cor é vermelho-amarronzada. O guaraxim é outro canídeo presente no Brasil, que, por vezes, também é chamado de raposa-do-campo, sendo encontrada nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná. Há ainda O cachorro-do-mato ou raposinha-do-mato, encontrado especialmente nos biomas do cerrado, caatinga, pantanal, mata atlântica e campos sulinos (REIS ET. AL., 2006). Nos rótulos temos os títulos “Raposa” (fig. 4.121 e “Raposinha” (fig. 4.122).



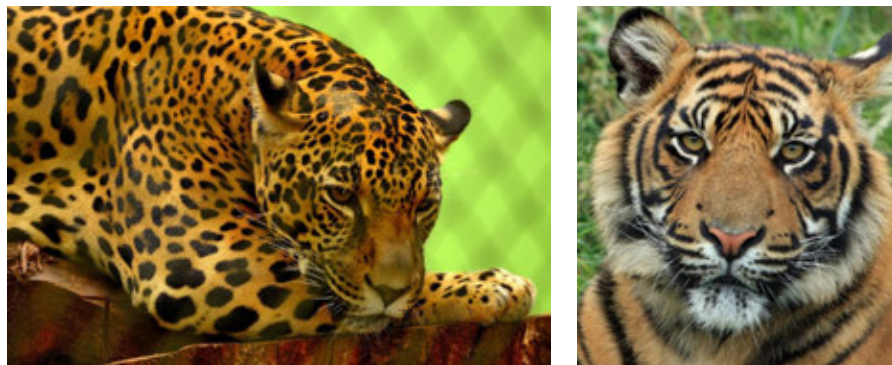
Figuras 4.121 e 4.122. Rótulo Raposa (PA) e recorte; raposinha recortada do rótulo *Raposinha* (SP). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco. *Rótulo Raposa* (PA) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Parente da raposa, temos o *lobo guará*. Esse canídeo aparece em um rótulo do estado de São Paulo e no Brasil pode ser encontrado no cerrado. É o maior canídeo silvestre do continente. É caracterizado pelos longos membros, assim como a cabeça pequena para o corpo, orelhas grandes e focinho afilado. Tem cor marrom-alaranjado com focinhos e extremidades pretos. É uma espécie ameaçada, especialmente pela perda de *habitat*, devido a expansão da fronteira agrícola (REIS ET. AL, 2006).



Figuras 4.123 e 4.124. Lobo Guará. Foto: Tony Winston/Agência Brasília (CC BY 2.0). Rótulo Guará (SP). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Da família *Felidae* apareceram na coleção onças pintadas, suçuaranas, tigres e leões, que já foram mencionados. O *tigre*, como se sabe, não é nativo do Brasil, é o parente asiático da onça, embora, no Brasil, já tenha se utilizado dessa denominação para se referir à onça pintada. O tigre aparece em três rótulos, sendo um do estado da Bahia e dois do estado do Rio de Janeiro. Enquanto a pelagem do tigre é zebreada de negro (fig. 4.125), a onça pintada (*Panthera onça*) ou onça, é caracterizada por sua coloração amarela revestida por pintas pretas que formam rosetas com um ou mais pontos no interior (fig. 4.126). A *onça* é o maior felídeo no nosso continente. Esse animal aparece no Brasil em todos os biomas, desde aqueles com grande cobertura florestal como a Amazônia e Mata Atlântica, como nas regiões mais abertas, como Cerrado e Caatinga.



Figuras 4.125 e 4. 126. Onça pintada (CC0 domínio público). Tigre (CC0 domínio público).

A suçuarana (*Puma Concolor*), por sua vez, é conforme Reis *et al.* (2006), o felídeo de maior distribuição no continente americano, ocorrendo desde o Canadá ao extremo sul da América do Sul (fig. 4.127). No Brasil está presente em todos os biomas: Amazônia, Cerrado, Caatinga, Pantanal, Mata Atlântica e Campos Sulinos. Essa é a segunda maior espécie de felídeo brasileira, tem cor parda e peito mais claro. Esse felídeo também é conhecido como “onça parda”. Somando onças pintadas e suçuaranas temos nove exemplares que estampam esses animais, espalhados pelas diferentes regiões brasileiras. O que trouxemos como exemplo é do estado de Minas Gerais (fig. 4.128). Acreditamos se tratar da representação de uma suçuarana por não apresentar as conhecidas rosetas da onça pintada.



Figuras 4.127 e 4.128. Sussuarana ou onça parda (CCO domínio público). Rótulo Sá Onça (MG) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Por último, no grupo de mamíferos selvagens, temos as *preguiças* (fig. 4.129) e os *tatus* (fig. 4.131). Esses animais fazem parte da mesma ordem, a chamada *Xenartra*. A preguiça pode ser encontrada na Amazônia brasileira e é um animal famoso por sua lentidão. Na coleção, a preguiça aparece no rótulo de uma aguardente do Rio de Janeiro (fig. 4.130). Existem onze espécies de tatu que ocorrem no Brasil (REIS ET AL., 2006). Dentre elas podemos citar: tatu-peba, tatu-canastra, tatu-bola e tatu-galinha. A característica mais marcante desse animal é a carapaça, que o protege de predadores e de possíveis danos causados pela vegetação. Temos seis tatus na coleção: três no estado de Pernambuco (fig. 4.132), um no estado de Minas Gerais e dois no estado de São Paulo.



Figuras 4.129 e 4.130. Bicho preguiça Foto: Thornet (CC BY-SA 2.0). Rótulo Preguicinha (RJ) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.131 e 4.132. Tatu. Tatu-bola. Foto: Maurilbert (CC BY 3.0). Rótulo tatu (PE) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Curiosamente, um dos exemplares que tem esta ave é o rótulo “Pardal Parati” que também é do estado do Rio de Janeiro (fig. 4.137). O outro exemplar que traz esta ave é do estado de Minas Gerais. O *bico-de-lacre* também foi um passarinho introduzido no Brasil (fig. 4.138), tendo vindo em navios negreiros para servir como pássaro de estimação durante o reinado de D. Pedro I. O que se diz é que escapou das gaiolas primeiramente em São Paulo, se espalhando pelas outras regiões. (GHERARD & MACIEL, 2015). Esta ave aparece uma única vez na coleção. No rótulo Bico-de-lacre, percebemos que a característica mais marcante da ave, o bico vermelho, foi reproduzida (fig. 4.139).



Figuras 4.134 e 4.135. Pombo branco (CC0 domínio público). Rótulo Pombinha e recorte (década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.136 e 4.137. Pardal (CC0 domínio público). Rótulo pardal (década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.138 e 4.139. Bico de lacre. Foto: Daniela (CC BY-SA 2.0). Rótulo Bico de lacre (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Somando as aves de rapinas (águias, gaviões e corujas), temos 33 exemplares. Desses exemplares, 26 são águias, 6 são gaviões e 1 é uma coruja. A *águia* é um animal muito recorrente enquanto símbolo, sendo utilizada em vários produtos comerciais. Na fauna brasileira, podemos citar as águias-chilenas, águias-pescadoras, águias-cinzentas e águias-serranas (fig. 4.140). Temos também diferentes espécies de gavião, dentre algumas delas estão: gavião-de-cabeça-cinza, caracoleiro e gavião-caramujeiro (fig. 4.142). Contudo, em nenhum rótulo veio especificado na designação o tipo de águia ou gavião que estava se representando. As águias estão presentes na maior parte dos estados da coleção, sendo São Paulo aquele que possui mais exemplares, contando com oito unidades. O exemplar que trouxemos como exemplo é do estado da Bahia (fig. 4.141).



Figuras 4.140 e 4.141. Águia-serrana (*Geranoaetus melanoleucus*) (CC0 domínio público). Rótulo Águia (BA) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Já o *gavião* se divide na coleção entre os estados de Alagoas, Bahia, Rio de Janeiro e São Paulo. O gavião apresentado aqui é de um rótulo alagoano, já exposto no capítulo 3 (fig. 4.143). A *coruja*, ave também presente na fauna brasileira, aparece em um único rótulo do estado de São Paulo. A maior incidência das corujas no território brasileiro ocorre nos estados do Sul e Sudeste. Na figura 4.144 temos a coruja Jacurutu (*Bulbo virginianus*), essa é a maior coruja existente no Brasil e se destaca, além do porte, por suas “falsas orelhas” (MENQ, 2018). No rótulo *Meu-amigo* do estado de São Paulo (fig. 4.145), a coruja também apresenta as “falsas orelhas”, apesar do seu desenho simplificado.



Figuras 4.142, 4.143, 4.144 e 4.145. Gavião-caramujeiro. Foto: Dario Sanches (CC BY-SA 2.0). Rótulo Gravião (AL) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

As chamadas aves da ordem dos *Passeriformes*, os populares “passarinhos” são os que tem maior variedade em nomes na coleção. Temos exemplos bem conhecidos como: andorinha, bem-te-vi, canário, patativa, pardal, sábia, tico-tico, curió, chupim, pintassilgo, cardeal-do-nordeste e tangará. E outros que vão ser mais conhecidos nas regiões que são mais incidentes: araponga (sudeste-sul), japi (também conhecido por xexeu, mais frequente no Norte e Centro-oeste do país), o já mencionado bico de lacre (costa brasileira, do Nordeste ao Sul), o guaxe (em várias regiões, mas com maior incidência no Sul e Sudeste).

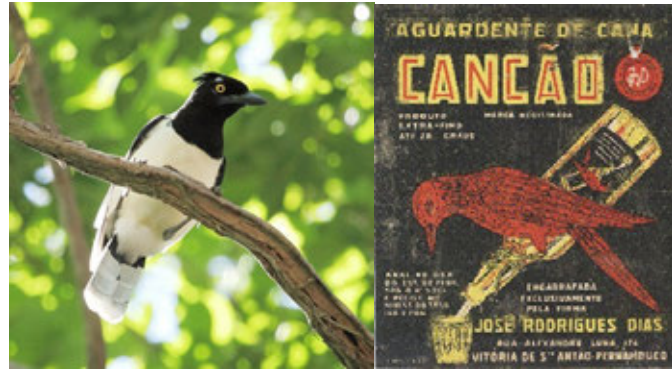
O *guaxe* (fig. 4.146), como exemplo, aparece em um rótulo do estado de São Paulo, como o nome “Guache” (fig. 4.147). Pela representação, é possível perceber que foi feito um desenho que retrata as características desse pássaro: o bico amarelo, o corpo preto e o vermelho na asa. O *tico-tico* (fig. 4.148), presente em todas as regiões brasileiras, com exceção das áreas florestadas da Amazônia, está entre os passarinhos mais populares, seu nome vem do tupi, derivando do seu chamado. Pode ser encontrado no entorno urbano, sendo confundido por vezes com o pardal. Na coleção aparecem dois tico-ticos, sendo ambos do estado do Rio de Janeiro (fig. 4. 149). O *cancão* (fig. 4.150) é outra ave da ordem dos passeriformes, sendo uma ave típica das zonas semiáridas nordestinas. Os dois rótulos que trazem o canção são do estado de Pernambuco (fig. 4.151).



Figuras 4.146 e 4.147. Guaxe. Foto: Claudio Dias Timm (CC BY-NC-SA 2.0). Rótulo *Guache* (SP) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

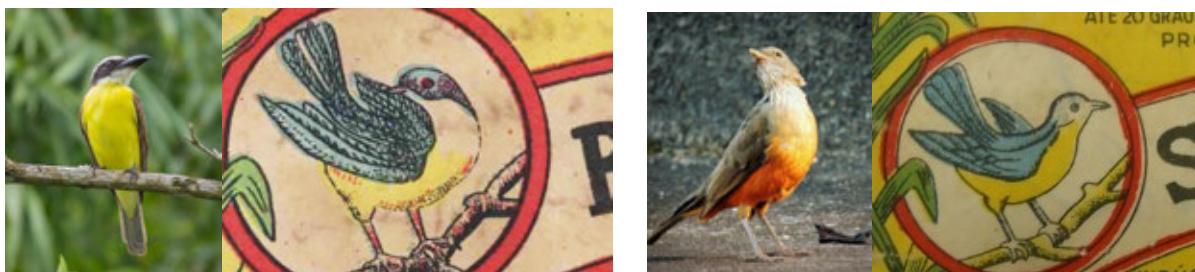


Figuras 4.148 e 4.149. Tico Tico. Foto: Dario Sanches, São Paulo, Brasil [CC BY-SA 2.0]. Rótulo *Tico-Tico* (RJ) e recorte (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.150 e 4.151. Cancão. Foto: Hector Bottai (CC BY SA-4.0). *Rótulo Cancão* (PE) (década de 1940).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

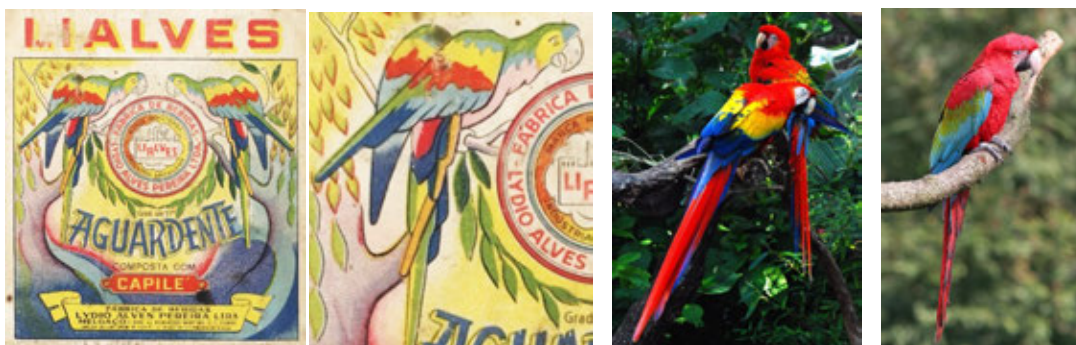
Dentre os rótulos de passarinhos, a andorinha, o bem-te-vi e o sabiá são aqueles que detêm mais exemplares. A *andorinha* está presente em seis rótulos, sendo três do estado de Minas Gerais. Já o *bem-te-vi* (fig. 4.152) aparece em cinco exemplares, sendo que em um dos exemplos vem sendo chamado de “Siririca”, que segundo o dicionário informal da língua portuguesa, é uma denominação para a fêmea do bem-te-vi. O *sabiá* (fig. 4.154), por sua vez, aparece em quatro exemplares, dois em Minas Gerais e os demais nos estados do Rio de Janeiro e de São Paulo. Abaixo temos as mesmas representações de pássaro, com ligeiras modificações, sendo utilizadas para o Bem-te-vi (fig. 4.153) e para o sabiá (fig. 4.155).



Figuras 4.152, 4.153, 4.154, 4.155. Bem-te-vi (*Pitangus sulphuratus*). Foto: Mike & Chris (CC BY-SA 2.0).
Recorte rótulo Bem-te-vi (MG). Fonte: Coleção Almirante. Sabiá laranjeira (CC0 domínio público). Recorte rótulo Sabiá (SP). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Para um país que era identificado como a “Terra dos papagaios”, surpreendentemente, na coleção, não temos tantos exemplares assim. Os *papagaios* fazem parte da Ordem dos *Psitaciformes*, que incluem também as *araras*, os *periquitos* e as *jandaia*s. Todas estas aves estão presentes na coleção: temos 4 rótulos com papagaios, 3 com araras, 3 com periquitos, 1 exemplar com a jandaia. Aves desta ordem estão entre as mais inteligentes e com o cérebro mais desenvolvido, tendo a capacidade de imitar todos os tipos de som, inclusive palavras. Outro nome que apareceu também foi da baitaca, que é o mesmo que *maitaca*.

Segundo Ihering (1940), este é um termo que pode ser utilizado para se referir a várias espécies dos psitacíformes, mas que a depender da região pode se referir a aves de médio porte, menores que os papagaios. Alguns exemplos são a maitaca-de-barriga-azul e a maitaca-roxa. No rótulo “Lialves – Aguardente Composta” (fig. 4.156), do estado do Espírito Santo, temos o que parece ser uma mistura de duas espécies de arara, a arara-canga (fig. 4.157) e a arara-vermelha (fig. 4.158).

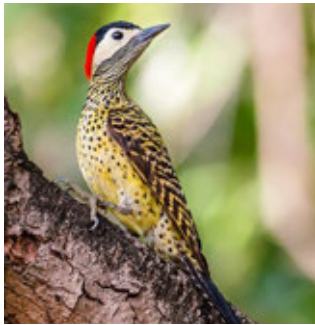


Figuras 4.156, 4.157 e 4.158. Rótulo Liaves (ES) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco. Arara-canga. Foto: Matthew Romack (CC BY-SA 2.0). Arara-vermelha. Foto: Arjan Haverkamp (CC BY 2.0).

Outra ave com uma incidência relevante é o tucano, com seis exemplares. Os *tucanos* fazem parte da ordem dos *Piciformes*, que são aves de porte médio que habitam áreas mais arborizadas. O tucano que trouxemos como exemplo é de um rótulo pernambucano, intitulado “Bicada” (fig. 4.160). O tucano retratado se assemelha ao tucano-de-bico-verde (fig. 4.159). Nesta ordem de aves, também encontramos o *araçari* e o *pica-pau*, ambos presentes na coleção, também com apenas um exemplar cada. O pica-pau que aparece na coleção é do estado do Espírito Santo, pela figura (fig. 4.162), acreditamos que o autor tentou retratar o pica-pau-verde-barrado (fig. 4.161). O *araçari* (fig. 4.163), por sua vez, aparece no estado do Rio de Janeiro. Pelo fato do pássaro não ter sido impresso colorido, não conseguimos identificar que provável espécie de *araçari* seria (fig. 4.164).



Figuras 4.159 e 4.160. Tucano do bico verde. Foto: Germano Roberto Schuur (CC BY-SA 3.0). Rótulo *Bicada*. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.161 e 4.162. Pica-pau-verde-barrado. Foto: Claudney Neves (CC BY 4.0). Rótulo *Pica-pau* (ES) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figuras 4.163 e 4.164. Araçari. Foto: Lonnie Huffman (CC BY 3.0). Rótulo *Araçari* (RJ) e recorte (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Dentre o grupo de aves mais populares, podemos ainda citar os beija-flores, quero-queros e gaivotas. O *beija-flor* é a ave famosa por absorver néctar de flores, mas segundo Ihering (1940), é uma ave bem temperamental. No Brasil temos muitas espécies, algumas endêmicas. O *quero-quero* é uma ave que vive em todo Brasil, especialmente o Rio Grande do Sul, embora o seu rótulo na coleção seja do estado da Bahia. Da mesma ordem do quero-quero, porém sendo de outra família, temos as *gaivotas*. Estas aves aparecem em cinco rótulos da coleção, se concentrando nos estados nordestinos. Temos no Brasil, cerca de vinte espécies da mesma. Elas são aves costeiras, sendo sabido, que para os marujos dão indício de terra firme (IHERING, 1940).

Mas nem todas as aves da coleção são voadoras. Temos como exemplo de ave terrestre o pavão, presente em quatro rótulos. O pavão (fig. 4.165) é uma ave terrestre de grande porte, originária da Ásia, sendo, portanto, uma ave exótica. No Brasil é criada como uma ave ornamental em chácaras e sítios. O rótulo "Pavão" que trouxemos é do estado da Bahia (fig. 4.166), os demais exemplares são do estado de São Paulo.



Figuras 4.165 e 4.166. Pavão. Foto: Valdiney Pimenta (CC BY 2.0). *Rótulo Pavão* (BA) (década de 1940).
Fonte Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

O cisne é uma ave europeia, mas de acordo com Ihering (1940), essa denominação pode ser atribuída a outras aves brasileiras, como o pato arminho ou cisne negro (fig. 4.167), que tem o corpo branco e o pescoço preto, sendo encontrado no Sul do país e a capororoca ou cisne-coscoroba, também mais encontrado no Sul do país. Os três rótulos da coleção que utilizam essa ave são dos estados de Pernambuco (Cisne Negro, fig. 4.168), Minas Gerais (Vae ou Racha) e Ceará (Cysne Branco). Pelas designações não podemos necessariamente atribuir que as referências utilizadas tenham sido as espécies nativas brasileiras. Além disso, os nossos “cisnes” não habitam os estados que os contemplaram nos rótulos. Ainda nas aves que habitam águas, temos a saracura (fig. 4.169), considerada uma ave semiaquática, podendo ser encontrada em pântanos e matas ao redor de água parada. A saracura é uma denominação que engloba várias espécies e está presente em vários estados. Na coleção ela apareceu apenas em um exemplar do estado da Bahia, onde também habita.



Figuras 4.167, 4.168 e 4.169. Cisne-de-pescoço-negro (CCO domínio público). Recorte do rótulo Cisne Negro (PE) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.
Saracura. Foto: © Hans Hillewaert (CC BY SA-4.0).

Chamou-nos atenção uma ave com o nome de Maguari (fig. 4.170), que é uma prima da cegonha “europeia”, variando o nome dependendo da região. A maguari aparece em um rótulo do estado do Ceará (fig. 4.171) e é uma ave encontrada em grande parte da América do Sul. No Brasil ela aparece mais no Rio Grande do Sul, sendo mais restrita na Amazônia e no Nordeste. Também temos um rótulo intitulado “Cegonha” no Rio de Janeiro, que pode muito bem estar se referindo a própria maguari.



Figuras 4.170 e 4.171. Maguari. Foto: Lip Kee Yap (CC BY-SA 2.0). Rótulo *Maguary* (CE) (década de 1940).

Por fim, temos a garça e o socó, que fazem parte da mesma família: os *Pelecaniformes*. Esses animais vivem aos bandos, frequentando rios, lagoas, manguezais. São aves que habitam amplamente o Brasil. São cinco rótulos que utilizam a garça. Pela cor das ilustrações, provavelmente representam a garça-branca-grande (fig. 4.172, 4.173) ou a garça-branca-pequena, duas de nossas espécies. Apenas um dos rótulos traz o socó, que é uma ave semelhante, porém com pescoço mais grosso e plumagem amarela-ferrugem (fig. 4.174, 4.175) (IHERING, 1940).



Figuras 4.172 e 4.173. Garça. Foto: Jack Wolf (CC BY-ND 2.0). Rótulo *Garça* (MG) (década de 1940).



Figuras 4.174 e 4.175. Socó-boi-baio. Foto: Cláudio Timm (CC BY-SA 2.0). Rótulo *Socó* (AL) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

4.2.11 Moluscos

O único representante desse grupo foi o caracol, que aparece em um rótulo pernambucano (ap. B – quad. 11). Caracóis são os conhecidos moluscos que possuem concha enrolada em espiral. Essa denominação pode se referir às espécies terrestres ou da água doce. Conforme Ihering (1940), a espécie que vive nos pés de café são caramujos. Já aquela comum em hortas e jardins é importada da Europa (fig. 4.176).



Figuras 4.176 e 4.177. Caracol. Foto: By Hombre DHOjalata (CC BY-SA 2.0). *Rótulo Caracol* (PE) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

4.3 Considerações preliminares

Neste capítulo vimos como estão distribuídas as temáticas na Coleção Almirante, a incidência de animais por estado, bem como a relação de tais bichos com a fauna brasileira. O repertório presente nos rótulos da época permeia *temas referentes à própria bebida*, tais como elementos pictóricos de cana-de-açúcar, engenhos, frutas (no caso das aguardentes compostas), taças, barris, garrafas, medalhas referentes a prêmios; *figuras humanas*, seja na representação e erotização da figura feminina, seja na figura masculina, em atividades boemias ou relativas à vida rural, casais unidos no lazer ou homens e mulheres nas festividades em grupos; *temas referentes ao entretenimento e à cultura*, tais como jogos de cartas, personagens, esportes e religião; *referências ao período*, como rótulos que retratam algum acontecimento ou situação histórica da época, veículos de transporte como o trem, o caminhão ou mesmo o avião; e os *animais*, não só aqueles ligados à produção da aguardente, mas tantos outros dos mais diversos nomes e formas.

A partir da catalogação dos animais, buscamos averiguar a relação das espécies encontradas com a fauna brasileira. O que se percebeu é que temos tanto animais nativos, como também animais estrangeiros. Dividimos tais ocorrências da seguinte forma:

1. **Nativos** - Aqueles que fazem parte de nossa fauna. Quando os colonizadores chegaram, eles já estavam aqui. Muitos destes animais receberam o nome em tupi: aratanha, arara, piracanjuba, aracuã.
2. **Introduzidos para criação** - Aqueles que foram trazidos pelos colonizadores para fim de utilidade (consumo, transporte) e estão conosco até hoje na vida rural: galinha, galo, bode, cavalo, boi.
3. **Introduzidos para uso doméstico** - os cachorros e gatos trazidos para uso doméstico. Há relatos também de aves que foram trazidas, tais como o bico-de-lacre, e que se disseminaram pelas regiões brasileiras.
4. **Totalmente exóticos em nosso meio** - Por definição, animais exóticos são aqueles que não ocorrem naturalmente numa determinada região geográfica. Enquadramos aqui aqueles animais que não vemos em nossas florestas, nem nas criações. Quando presentes no Brasil, são animais de cativeiro, como os chimpanzés em zoológicos. Em meados do século XX, o conhecimento destes animais pode ter sido por meio de livros, revistas, zoológicos, circo ou cinema. Temos o leão como o mais recorrente deste grupo e outros de menor incidência como a girafa e o gorila.
5. **Mitológicos** – aquele pequeno grupo formado pelos dragões e a única fênix.

Os animais que se mostraram mais recorrentes foram respectivamente: galos, gatos, águias e leões. Dentre os grupos que nomeamos como “crustáceos, aves, rurais, insetos, répteis, peixes e mamíferos aquáticos, mamíferos domésticos, roedores, mamíferos selvagens, mitológicos e moluscos”, o grupo *aves* foi aquele que apresentou maior incidência e diversidade de espécies, especialmente na região Sudeste. Observamos também que no caso de animais nativos, há exemplos em que o animal não habita no estado no qual o rótulo foi produzido, como o “cavalo marinho” do estado de Minas Gerais, todavia tais ocorrências são exceções. As referências, portanto, partiram de: (1) **animais nativos** da fauna brasileira; (2) **animais introduzidos** que habitam hoje regiões brasileiras ou estão presentes em criações rurais ou ainda no ambiente doméstico; e (3) **animais exóticos clássicos**, que também fazem parte de nosso repertório. Importante também foi averiguar que todos os nomes que nos pareciam animais inventados, como *Bitu*, eram, na verdade reais.

A maior diversidade de espécies nos rótulos é brasileira. Agrupando as designações que fazem parte da mesma espécie, como machos, fêmeas e filhotes, a exemplo de cabra, bode e cabrito, identificamos apenas 26 espécies estrangeiras diferentes, contra 92 espécies brasileiras. O número de espécies brasileiras pode ser ainda maior, visto que esta

contagem foi baseada especialmente nas identificações feitas por meio da designação da bebida, salvo exceções, como o pássaro cardeal-do-nordeste, identificado pela representação. Existem três exemplares que não encontramos a referência dos nomes das espécies, são eles: matruê (peixe), guaçu (peixe) e caruarú (ave). A etimologia das palavras guaçu e caruaru é tupi, um indicativo de que se tratam de nomes de espécies nativas. Se somarmos estas ocorrências citadas somamos 95 espécies brasileiras diferentes (gráf. 4.1).



Gráfico 4.1. Caracterização da diversidade faunística dos rótulos.
Fonte: elaboração própria.

O que acontece é que as os animais estrangeiros se repetem muito sem grandes especificações. Por exemplo, há muitos galos, mas não há a identificação da espécie do galo. Já no caso dos animais brasileiros, temos designações mais específicas e que ocorrem em apenas um rótulo, sendo filhos únicos na coleção, especialmente no grupo das aves, que é, como já apontamos, aquele que possui a maior diversidade de espécies. Contabilizando os rótulos cujos animais representados são espécies que aparecem apenas fora do país, chegamos a aproximadamente 38% do total de rótulos com figuras de animais (402 exemplares). A soma dos rótulos que trazem animais nativos corresponde a 61% dos exemplares. O número não é exato, porque existem aquelas representações cujas designações são genéricas como “macaco”, podendo a representação ser de uma espécie de macaco nativa ou exótica. Estes casos genéricos, foram todos enquadrados como espécies nativas (águia, gavião, borboleta, macaco e outros) (gráf. 4.2).

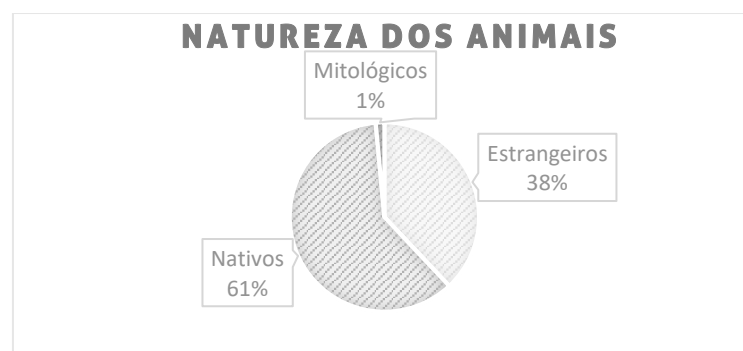


Gráfico 4.2. Divisão das recorrências quanto à natureza dos animais.
Fonte: elaboração própria.

Ademais, o que mais chamou nossa atenção neste estudo faunístico foi a qualidade das representações das espécies. É claro que existem as representações mais sintetizadas como vimos no rótulo *Atum* (fig. 4.79). Mas de forma geral a partir dos desenhos, um bom conhecedor consegue identificar os animais. Há representações cujo nível de detalhamento que tornam o referente ao existente é fantástico, independente ou não do uso correto da cor. Tais constatações e particularidades colaboraram ainda mais para a defesa da escolha desta temática dentre as outras presentes nos rótulos de aguardente. No próximo capítulo, apresentamos os instrumentos de análise gráfica e de significado adotados para relacionar essas ocorrências faunísticas como signos da bebida aguardente.

5 ANÁLISE SEMIOLÓGICA E DE ELEMENTOS GRÁFICOS

No intuito de compreender as referências utilizadas no design dos rótulos, bem como possíveis significados atrelados às marcas de cachaça que utilizam animais, foi feito um estudo da semiótica e da semiologia. A ideia foi definir que aporte teórico seria mais útil para uma análise dos rótulos, que também atendesse do ponto de vista da análise de alguns elementos gráficos. Iniciamos o capítulo introduzindo a teoria semiótica e, em seguida, apresentamos a abordagem semiológica adaptada por Penn (2002), que foi a escolhida como base para construção do instrumento de análise dos rótulos deste estudo. A semiologia permite a análise de diversos sistemas de signos: cardápios, conjunto de ícones, sinalização, embalagens, publicidade. A abordagem de Penn (2002) discute sua aplicação a imagens publicitárias. Entendendo que um rótulo, de certa forma, está inserido no campo comercial, portanto, pareceu-nos adequado utilizar esse caminho para a presente análise.

Para uma análise mais refinada, agregamos para construção do instrumento ainda: ingredientes de estilo aplicáveis à análise de ilustrações propostos por Ashwin (1979); a taxonomia de Twyman (1979) para distinguir os elementos gráficos e, por fim, parâmetros para análise tipográfica utilizados por Valadares (2007) e Aragão *et al.* (2008). Descreveremos neste capítulo, ainda, os questionários, entrevistas e grupo focal realizado com a finalidade de enriquecer a análise desses artefatos.

5.1 Introdução à Semiótica

As linguagens estão no mundo e nós estamos na linguagem. A Semiótica é a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido. (SANTAELLA, 2003, p.2)

A linguística é a ciência da linguagem verbal, já a semiótica é a ciência de todas as linguagens. As linguagens, diferentemente da "língua falada", englobam qualquer forma de comunicação, desde gestos a linguagens binárias utilizadas por máquinas. De acordo com Santaella (2003), é no homem que se opera o processo de alteração dos sinais (*qualquer estímulo emitido pelos objetos do mundo*) em signos ou linguagem (*produtos da consciência*).

A semiótica surgiu em diferentes lugares, mas seu surgimento foi quase sincronizado. A consciência da linguagem, em sentido amplo, gerou a necessidade de uma ciência que fosse capaz de questionar e estudar os "fenômenos de linguagem". Santaella (2003) aponta

que foram três diferentes origens dessa ciência, quase que simultâneas: uma nos Estados Unidos (Semiótica Peirceana), outra na União Soviética (Estruturalismo Linguístico) e uma terceira na Europa Ocidental (Linguística Saussureana e Semiologia).

Ao se falar em semiótica, é comum, em publicações e livros, iniciar a discussão apresentando *Peirce*, juntamente com *Saussure*, como os fundadores da Semiótica Moderna. Saussure, no entanto, tinha uma linha de estudo mais próxima à linguística, diferenciando-se dos estudos de Peirce, denominados Semiótica Pierceana, cujo objeto de investigação é toda forma de linguagem. Conforme Fidalgo & Gradim (2005), estes dois estudos são quase concomitantes, embora tenham sido desenvolvidos independentemente, sem que os estudiosos tenham tido conhecimento dos trabalhos um do outro.

Enquanto Saussure apresenta uma concepção diádica do signo (significante e significado), Peirce aponta uma concepção triádica (significante, significado e interpretante), integrando-a numa teoria do conhecimento e da percepção. A teoria de Peirce é anterior à de Saussure, sua doutrina já estava sendo formulada desde o século XIX, enquanto a de Saussure é da primeira década do século XX. Nos meados do século XX é que os estudos mais propriamente semióticos na Europa e União Soviética começaram a se desenvolver. Discorreremos a seguir um pouco da semiologia, ciência decorrente da Linguística Saussureana.

5.2 A Semiologia

Conforme Penn (2002), a semiologia fornece um conjunto de ferramentas conceituais para uma abordagem sistemática dos sistemas de signos, no intuito de desvendar como eles produzem sentido. Com essas ferramentas, é possível analisar uma variedade de sistemas sígnicos, como cardápios, artefatos da moda, arquitetura e outros. As bases do que viria a ser a Semiótica Europeia (*Semiologia*) foram lançadas por Ferdinand Saussure (1857-1913) no *Curso de Linguística Geral*. Nesse curso, Saussure distingue a linguagem da língua, caracterizando a primeira como um sistema de sinais utilizados para exprimir ideias, não se restringindo à modalidade verbal. Sobre isso Santaella (2003) conclui:

Portanto, quando dizemos linguagem, queremos nos referir a uma gama incrivelmente intrincada de formas sociais de comunicação e de significação que inclui a linguagem verbal articulada, mas absorve também, inclusive, a linguagem dos surdos-mudos, o sistema codificado da moda, da culinária e tantos outros. Enfim: todos os sistemas de produção de sentido aos quais o desenvolvimento dos meios de reprodução de linguagem propiciam hoje uma enorme difusão. (SANTAELLA, 2003, p. 2).

A autora aponta que a linguística *Saussureana* não é uma teoria para descrever uma língua em particular, mas para descrição dos mecanismos linguísticos gerais que são comuns a todas as línguas. Para Saussure, a língua é um sistema em que cada elemento só existe e adquire valor e função por oposição a todos os outros. Sendo assim, o valor é determinado pelas relações no interior do sistema. A língua seria então concebida como um fenômeno social, um sistema formal abstrato de regras arbitrárias socialmente aceitas. Esse sistema é o objeto da ciência linguística de Saussure.

A preocupação desse teórico era fundar uma ciência da linguagem verbal, não iniciando conceitos mais gerais que pudessem abarcar uma ciência mais ampla que a linguística. No entanto, ele percebeu essa necessidade, batizando essa ciência mais ampla de *Semiologia*, que, por sua vez, teria por objeto de estudo todos os sistemas de signos na vida social, fazendo parte da psicologia social. A linguística, enquanto ciência que estuda signos linguísticos, constitui apenas uma parte da Semiologia. De acordo com Fidalgo & Gradim (2005), gradativamente o termo *Semiótica* tem sido mais adotado do que o termo semiologia, sendo muitas vezes utilizado sem distinções para se referir à tradição europeia da ciência semiótica.

De acordo com Saussure, o sistema linguístico é composto por unidades, as quais chamou de signos, e por regras que ditam suas relações. O signo apresentado por Saussure é uma entidade psíquica de duas faces indissociáveis: o *significante*, ou imagem acústica, e o *significado*, conceito ou ideia. Fidalgo & Gardim (2005) apontam que, nessa teoria, o signo possui como características: (1) a arbitrariedade, visto que não há uma ligação natural entre significante e significado, basta que a comunidade linguística aceite a relação entre as unidades por convenção; (2) a linearidade do significante, o significante se desenvolve no tempo e representa uma extensão unidimensional mensurável; (3) a imutabilidade, já que a língua é uma herança coletiva e a relação entre significante e significado não pode ser alterada por um indivíduo; e (4) a mutabilidade, a língua, enquanto instituição social, está sujeita à ação do tempo, podendo sofrer desvios na relação entre significante e significado com sua evolução.

Dentro do sistema linguístico, Saussure diferencia dois tipos de relações: relações paradigmáticas ou relações sintagmáticas. Seguindo a terminologia de Saussure, Barthes (2006) aponta que o *sintagma* é uma combinação dos signos, seria a "cadeia falada", visto que dois elementos não podem ser pronunciados ao mesmo tempo. Fora do discurso, as unidades tem algo em comum entre si, formando grupos e relações (*paradigma*). De forma geral, podemos dizer que enquanto o sintagma está mais próximo da fala, o paradigma está mais próximo da língua.

Dentro de um contexto, o valor de um termo dependerá da diferença entre os termos alternativos que não foram escolhidos (relações paradigmáticas: chapéu, paletó ou pijama) e das relações que constroem com os outros termos no texto (relações sintagmáticas, fig. 5.1). Para Penn (2002), um paradigma é um grupo de termos que são semelhantes sob um aspecto e diferentes em outro. Por sua vez, o sintagma se refere a um conjunto de termos combinados entre si. No exemplo abaixo, o valor de cada termo é dado pelo seu lugar no sintagma e também pelo conjunto de termos que podem substituí-lo (paradigma).

		←Sintagma→			
		Roupa	Pessoas	"ser"	Cor
↑	Paradigma	O chapéu	de Alice	é	verde
		O paletó	de Pedro	não é	amarelo
↓		O pijama	do vigário	era	azul

Figura 5.1. Exemplo de como se operam as relações sintagmáticas e paradigmáticas. Fonte: Penn (2002).

Como mencionado anteriormente, o estudo do sistema linguístico faria parte para Saussure, de uma ciência mais ampla: a semiologia, na qual o signo linguístico seria o modelo para análise de outros sistemas de signos. Em *Elementos da Semiologia* (2006), Barthes oferece uma visão mais ampla sobre a semiologia, abarcando também o universo das imagens. Para o autor, a Semiologia é que faria parte da linguística. De acordo com Penn (2002),

Enquanto Saussure criou um lugar especial para a linguística dentro da semiologia, Barthes começa seu "*Elements of semiology*" invertendo a relação. A semiologia contribui mais quando entendida como uma parte da linguística, "aquela parte que engloba as grandes unidades de significação do discurso". Embora as imagens, objetos e comportamentos possam significar e, de fato, significam, eles nunca fazem isso autonomamente: "todo sistema semiológico possui sua mistura linguística". (PENN, 2002, p.321).

Segundo Barthes (2006), todo sistema semiológico possui uma mistura linguística, por exemplo: o sentido de uma imagem é ancorado pelo texto que a acompanha. Penn (2002, p. 321) aponta que sistemas de signos necessitam "*a mediação da língua, que extrai seus significantes (na forma de nomenclatura) e nomeia seus significados (na forma de usos, ou razões)*". A autora ressalta que a imagem é sempre polissêmica ou ambígua. Quando o texto acompanha a imagem, ele retira a ambiguidade da imagem, o que Barthes denomina de *ancoragem* (ou fixação). Diferentemente, quando a imagem e o texto se completam em sentido, a relação se denomina *revezamento*. Para Barthes, as imagens diferem da linguagem

verbal ainda, porque suas relações são espaciais e não temporais, os signos estão presentes simultaneamente. Na linguagem verbal (escrita ou falada), os signos aparecem em sequência, ou seja, têm a característica da linearidade.

Outra diferença importante entre linguagem e imagem está na distinção entre arbitrário e motivado. Como já exposto, a relação entre significado e significante no signo linguístico é arbitrária. No caso da imagem, Barthes expõe que a relação pode ser motivada ou literal (*denotação*), no primeiro nível de significação, ou arbitrária (*conotação*), em níveis mais altos de significação, dependendo de convenções culturais. Comparando com a taxonomia de Peirce: no *ícone*, a relação entre significante e significado é de semelhança (literal ou motivada); no *índice*, o papel da convenção é importante e no símbolo, a relação entre significante e significado é totalmente arbitrária.

Níveis de significação: denotação, conotação e mito

Em suas obras, Barthes descreve o que denomina de “sistema semiológico de segunda ordem”. Esse sistema é construído a partir da análise estrutural do signo de Saussure. De acordo com Barthes (2006), qualquer sistema de significação comporta um plano de expressão (**E**) - significante - e um plano de conteúdo (**C**) - significado. A significação coincide com a relação (**R**) entre esses dois planos (**ERC**). Barthes aponta que se tal sistema **ERC** se tornar o elemento de um segundo sistema, teríamos dois sistemas de significação imbrincados. Quando o primeiro sistema (**ERC**) se torna o plano de expressão do segundo, tem o primeiro sistema como o plano de denotação e o segundo sistema como o plano de conotação (fig. 5.2). Barthes aponta que o sistema conotado é aquele cujo plano de expressão, significante, é ele próprio, constituído por um sistema de significação. Ou seja, a *metalinguagem* é um sistema cujo plano de conteúdo é ele próprio.



Figura 5.2. Demonstrativo de como opera o sistema semiológico de segunda ordem. Fonte: Barthes (2006), adaptado.

Penn (2002) ilustra bem esse sistema, exemplificando com uma raposa (fig. 5.3). Em primeira ordem temos como significante a imagem da raposa e, como significado, o conceito raposa (animal canino avermelhado). Em segunda ordem, essa relação entre conceito e

imagem acústica passa a ser o significante do significado. Ou seja, o signo de primeira ordem passa para significante da segunda ordem. No caso da raposa, em segunda ordem, seu significado poderia ser astuta e ardilosa. Não é preciso que o signo de primeira ordem seja linguístico, ele poderia ser apenas a imagem da raposa, por exemplo.

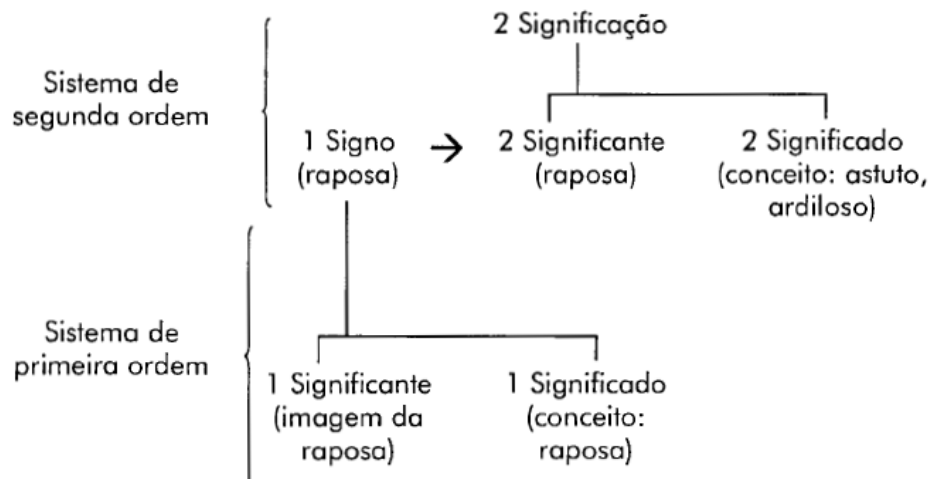


Figura 5.3. Sistema semiológico de segunda ordem com exemplo da raposa. Fonte: Penn (2002).

Penn (2002) aponta que em primeira ordem o signo é “pleno”, mas ao passar para segunda ordem ele é vazio, se tornando um veículo para significação. Ele expressa um conceito a mais, derivado de um conhecimento cultural ou convencional. Esse primeiro nível é chamado por Barthes de *denotação*, neste o leitor necessita apenas de conhecimentos linguísticos e antropológicos. Já no segundo nível, denominado por Barthes de *conotação*, o leitor necessita de outros conhecimentos culturais. Esse tipo de conhecimento é designado por Barthes (2006) de léxico, ou seja, uma porção de plano simbólico (da linguagem) que corresponde a um conjunto de práticas e técnicas. A liberdade do leitor dependerá do número e identidade dos seus léxicos. Sendo o processo de ler um texto ou imagem um processo interpretativo, o sentido que o leitor dará ao artefato analisado dependerá de sua experiência e conhecimentos culturais.

Ainda dentro do sistema de segunda ordem, Barthes evidenciou a forma de significação chamada de mito. Mito seria a forma pela qual uma cultura naturaliza ou torna invisível suas próprias normas e ideologia. Para Barthes (2001) o mito é uma fala, mas não uma fala qualquer, pois são necessárias condições especiais para que a linguagem se transforme em mito. O mito é um sistema de comunicação, uma mensagem, um modo de significação, uma forma. Nesse sentido, tudo pode constituir um mito, desde que possa ser julgado por um discurso. Barthes nota que o mito não se define pelo objeto da mensagem, mas pelo modo como esta é proferida. Portanto, cada objeto que passar de uma existência

fechada para uma existência oral, aberta à apropriação da sociedade. Não existe uma existência simultânea de todos os mitos, podem haver mitos antigos, mas não eternos, visto que é a história que transforma o real em discurso, sendo a responsável por criar vida ou a morte da linguagem mítica.

Conforme Barthes (2001, p. 132), "a mitologia só pode ter um fundamento histórico, visto que o mito é uma fala escolhida pela história". Por sua vez, Campbell (1990, p.44) nota que mitos são histórias de nossa busca da verdade, de sentido, de significação, através dos tempos. Este último ainda aponta que as definições de mito podem ser agrupadas seguindo quatro funções: (1) função mística, que transcende o mistério da vida; (2) função cosmológica, que demonstra que, apesar da lógica científica, os cientistas não possuem as verdades absolutas em relação ao universo; (3) a dimensão sociológica, que varia de acordo com a ideologia vigente e (4) a função pedagógica, que ensina a viver sob qualquer circunstância. Na análise dos rótulos de cachaça, os signos presentes nos remetem a referenciais históricos, culturais e ideologias da época. Para fins da análise deste estudo, sintetizamos desta forma:

Quadro 5.1. Primeiro e segundo nível de significação.

PRIMEIRO NÍVEL	Denotação: conhecimentos linguísticos e antropológicos.	
SEGUNDO NÍVEL	Conotação: conhecimentos culturais, léxicos.	Mito: meio pelo qual uma cultura naturaliza ou torna invisível suas próprias normas e ideologia.

5.2.1 Análise semiológica

Segundo Penn (2002), o objetivo deste tipo de análise é tornar explícitos os conhecimentos culturais necessários para que o leitor compreenda a imagem. A seguir, descreveremos os estágios apontados pela autora, para uma análise semiológica. Apresentaremos os exemplos dados e, em sequência, demonstraremos a aplicação em rótulos de cachaça desta pesquisa.

a) Escolha do material - Escolha das imagens para serem analisadas, de acordo com o objetivo do estudo e a disponibilidade do material. O material escolhido pela autora, com o objetivo de uma discussão crítica é um anúncio de um perfume.

b) Inventário denotativo - Neste estágio identificamos os elementos do material. Penn (2002) pontua que esse inventário pode ser feito listando os elementos sistematicamente ou

mesmo por meio de anotações no traçado do material. A ideia desse estágio é fazer a catalogação do sentido literal do material (fig. 5.4).

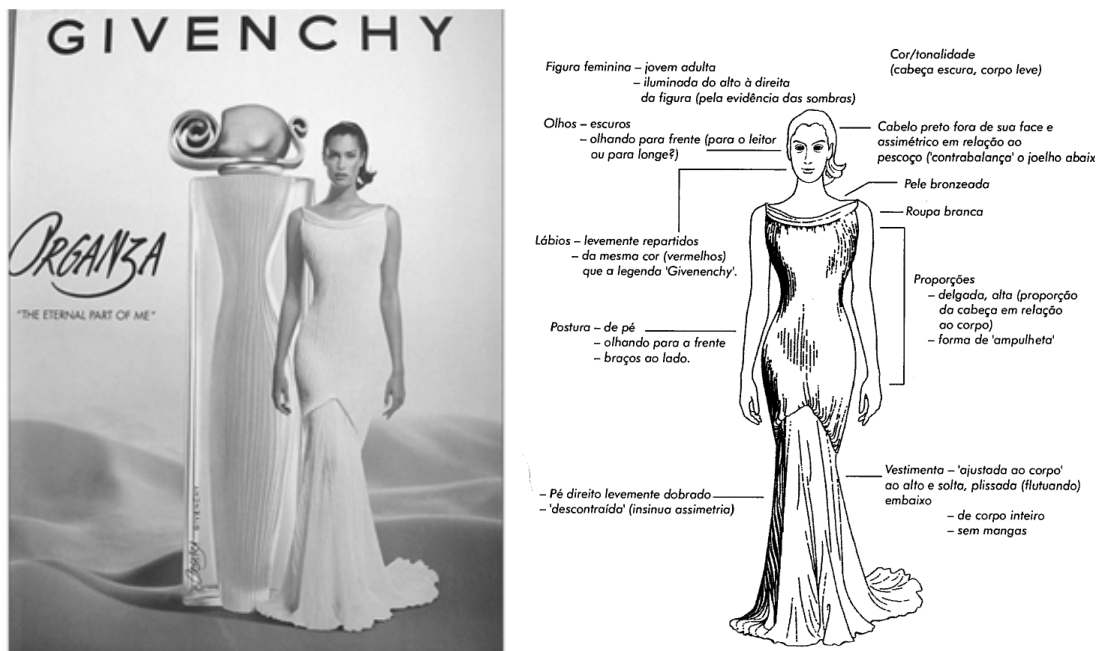


Figura 5.4. Inventário Denotativo de anúncio. Fonte: Penn (2002).

Cada elemento é descrito sendo dividido em unidades menores. Por exemplo, os elementos verbais são descritos em dois componentes: (1) significado literal e (2) visual. Ao abordar os elementos verbais presentes no anúncio, Penn descreve que *Givenchy* se refere ao nome de uma companhia, enquanto *Organza*, a um tipo de tecido, esses seriam significados literais (1). A autora também aponta, como exemplo, que em termos visuais (2), o nome "Givenchy" aparece centralizado na parte superior em caixa-alta com letras vermelho-escuras, amplamente espaçadas, tipos sem serifa e romanos. Esse mesmo raciocínio se aplica aos elementos pictóricos:

Por exemplo, a mulher está de pé, olhando para a frente, com um joelho levemente levantado, sobrepondo-se um pouco à garrafa. ela é delgada, assemelhando-se à forma de uma "ampulheta", com pele levemente (bronzeada?), cabelo preto e assim por diante (PENN, 2002, p.325).

c) *Níveis mais altos de significação* - O terceiro estágio prevê a análise dos níveis de significação mais altos. A partir do inventário denotativo, serão feitas várias perguntas a cada elemento. Por exemplo: o que este elemento conota (possíveis associações imaginadas)? Como os elementos se relacionam? Quais conhecimentos culturais são necessários para o entendimento da mensagem? (PENN, 2002, p. 325). Na denotação, só é necessário ter

conhecimentos da língua e do reconhecimento dos objetos representados, no caso do exemplo dado, temos a mulher e o perfume. Nos níveis mais altos são necessários conhecimentos culturais para descrever os aspectos conotativos do anúncio.

Em termos textuais, por exemplo, apara a análise conotativa, o leitor necessita saber que o nome "Givenchy" significa "francidade", podendo conotar *chic* e moda. O termo "organza", por sua vez, pode trazer as conotações: "organic" (produtos naturais), "extravaganza" ("caráter fantástico", ou mesmo "orgasmo"). Em termos conotativos, também se percebe, que o fato de *Givenchy* ter apelo visual dominante está atrelado a ser o nome da companhia, enquanto *Organza* é o nome da marca. A grafia do nome "Organza", vem como a letra "Z" floreada, podendo sugerir, segundo a autora, instinto, otimismo e extroversão. De acordo com Penn (2002), o valor de cada elemento é dado pela comparação entre as opções presentes, as opções ausentes, bem como das combinações das escolhas. Ou seja, as escolhas dos elementos verbais, bem como dos atributos sintáticos dados a cada elemento na composição, guiam a análise conotativa (fig. 5.5).

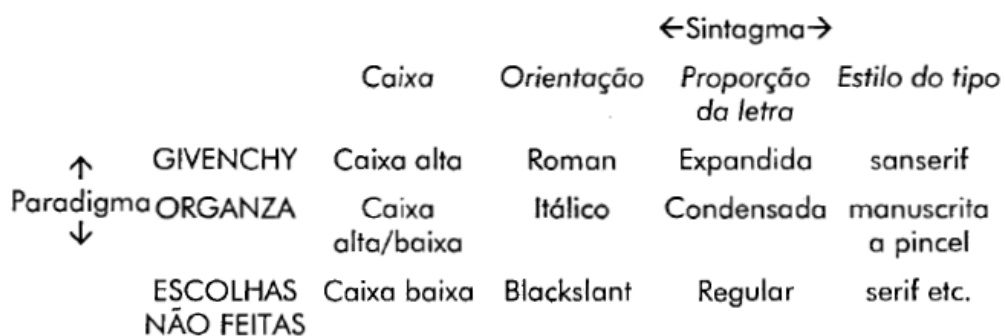


Figura 5.5. Sintagma e Paradigma aplicados aos elementos verbais do anúncio. Fonte: Penn (2002).

Quanto à imagem da mulher e do perfume, a mulher passa a ser percebida por seu corpo esbelto, postura e pela própria equivalência entre a mulher e a garrafa. É como se o perfume fosse a própria mulher, tendo as conotações de moda e fascinação transferidas da marca para o modelo. Valendo-se de conhecimento cultural, Penn (2002) também nota a relação entre a mulher e uma *cariátide*, apresentando conotações clássicas da Grécia Antiga e outras relações de significado. Conforme a autora, a análise não tem fim, sendo possível sempre ler a imagem de uma nova maneira. Uma forma de limitar a análise, para fins práticos, é observar se esta já cumpriu seus objetivos. Outra forma de garantir que a análise esteja completa é construir uma matriz ou mapa mental a fim de verificar se foram observadas todas as relações possíveis entre os elementos pontuados no inventário denotativo (fig. 5.6).



Figura 5.6. Mapa mental com elementos do anúncio. Fonte: Penn (2002).

d) *Relatório* - A apresentação dos resultados irá depender da escolha do pesquisador. Penn (2002) elenca, entre as possibilidades, a construção de tabelas ou mesmo a adoção de um enfoque mais discursivo. A autora aponta que, no relatório, as informações apontadas deveriam fazer referência a cada nível de significação identificado na imagem e no texto (denotação e conotação / mito), além de identificar o conhecimento cultural exigido a fim de produzir a leitura. Além disso, Penn inclui que, na análise, deveria constar as relações entre os elementos dos materiais uns com os outros.

Denotação	Sintagma	Conotação/mito	Conhecimento cultural
Figura feminina: postura, vestes, etc. Garrafa de perfume: proporções, "estriamento", etc.	Equivalência sugerida pelas: Proporções assimétricas da "ampulheta"; tom, p.ex. "cabeça" escura e "corpo" "leve" tamanho, localização; adjacente, etc.	Elegância clássica Beleza perene (e natural)	Arquitetura grega: da cariátide colunas estriadas

Figura 5.7. Exemplo de apresentação tabular dos achados. Fonte: Penn (2002).

Dentre as limitações desse tipo de análise, Penn (2002) aponta que existem críticas em relação às leituras idiossincráticas. Ou seja, não há garantias que dentro da construção de sentido, diferentes analistas produzirão explicações semelhantes. A autora assinala que algumas leituras mais universais serão semelhantes, enquanto outras, mais idiossincráticas.

O mais importante serão as associações e mitos culturalmente partilhados que os leitores empregam. Além disso, a qualidade da análise também dependerá da habilidade do analista.

5.3 Instrumentos de análise

Partindo da forma de análise proposta por Penn (2002), definimos uma ficha de análise associando tais diretrizes com outros aportes teóricos. Primeiramente, adotamos uma outra terminologia. Penn (2002) utiliza as denominações “imagem” e “texto” para diferenciar os elementos da “mensagem visual”. No contexto deste estudo, aliamos a essa análise a taxonomia utilizada por Twyman (1979) (fig. 5.8), para diferenciar os elementos. A terminologia “Imagem” poderia ser problemática. O próprio rótulo como um todo é uma imagem comercial, na qual existem vários elementos imagéticos. No entanto, nossa análise prioriza a representação do animal e a designação da bebida. No nosso modelo, incluímos os elementos pictóricos e o elemento verbal principal (*Designação*), para o inventário denotativo. Os elementos esquemáticos não foram analisados isoladamente, apenas quando associados ao verbal (designação) ou pictóricos (animal e demais elementos). No exemplo abaixo, o rótulo possui o animal e as canas-de-açúcar como elementos pictóricos, “Carneirinho” como elemento verbal principal e o listel como elemento esquemático, no qual está inserida a designação (fig. 5.8). Os demais elementos do rótulo, como o termo “Caninha” (fig. 5.8), podem ser avaliados semiologicamente no conjunto da produção.



Figura 5.8. Rótulo *Carneirinho* (PR) com indicações do elemento verbal principal (designação), esquemático (listel vermelho) e elementos pictóricos (animal e canas-de-açúcar).

Ainda como forma de complementar a análise, foi necessário definir alguns parâmetros para descrição do sintagma. Para os elementos pictóricos, utilizamos o modelo de Aswhin (1979), que propõe a análise do estilo de ilustrações por meio de variáveis (*ou ingredientes*) semânticas e sintáticas. O estilo das ilustrações seria determinado pela interação dessas variáveis, a presença e o relativo grau de cada uma. Este autor descreve sete variáveis e determina seus respectivos polos: **consistência** (homogeneidade/heterogeneidade), **gama** (contraído/expandido), **enquadramento** (disjuntivo/contraído), **posicionamento** (simétrico/casual), **proximidade** (perto/distante), **cinética** (estático/dinâmico) e **naturalismo** (naturalismo/não-naturalismo). Nosso objetivo não foi definir o estilo das ilustrações, o qual necessitaria da avaliação de todos esses ingredientes propostos por Aswhin. Esse modelo foi trazido como contribuição para descrição do sintagma. Isso posto, incluímos na nossa análise apenas as variáveis que, em nossa avaliação, seriam úteis para caracterizar recorrências gráficas relevantes para este estudo e para auxiliar na avaliação dos aspectos conotativos. Desse modo, foram incluídas as variáveis: gama, enquadramento, naturalismo e cinética.

A **Gama** avalia a ilustração de acordo com a sintaxe estabelecida por um ilustrador, que pode escolher entre explorar toda a gama de sua sintaxe ou se impor a limitações (ALMEIDA, 2013). Ashwin (1979) exemplifica apontando que o ilustrador pode, por exemplo, ao trabalhar na cor, limitar a variedade de tons ou combinações de matiz. A amplitude dos efeitos utilizados é o que o autor denomina de *gama*. Os desenhos feitos no cubismo analítico são um exemplo de estilo altamente contraído, com sua síntese da forma. Por outro lado, estilos mais naturalistas, com maior nível de detalhamento, exigiriam um gama mais expandido.

Consideramos a variável *gama* como o nível de detalhamento das ilustrações: **contraído** para as ilustrações dos rótulos com menos efeitos, poucos tons e menor detalhamento no desenho e **expandido** para aquelas ilustrações que utilizam mais recursos técnicos, efeitos visuais e detêm um maior detalhamento. Por exemplo, o rótulo *Atum* (fig. 5.9) tem uma representação do peixe bem sintetizada, chapada, sem nenhum detalhe da pele, das barbatanas ou mesmo volumetria; tais efeitos visuais poderiam ter sido explorados pelo desenhista gráfico, utilizando diferentes ferramentas e técnicas como pontilhismo e gradações tonais na cromolitografia, por exemplo. Até a representação da água é simplificada neste exemplar, por isto, consideramos o nível gama como **contraído**. Já o rótulo *Águia* (5.10), consideramos com nível gama **expandido**, visto que a representação do animal conta com volumetria, luz e sombra, além do cuidado em detalhar as penas da ave com uso de hachuras.



Figuras 5.9 e 5.10. Rótulos *Atum* e *Águia* (década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Durante a análise, percebemos tal qual Aragão *et al.* (2008), a necessidade de criar níveis intermediários na avaliação da variável gama. Assim, adotamos igualmente aos autores, mais três níveis, os quais denominamos: quase contraído, ambíguo e quase expandido (fig. 5.11). O rótulo *Cisne Negro* (5.11-A), por exemplo, foi considerado como *quase contraído*, visto que o cisne é pouco detalhado, tendo a representação das penas feitas apenas por linhas brancas simplificadas, sem explorar o uso de luz e sombra, volumetria ou mesmo mistura de cores. Todavia, diferentemente do rótulo *Atum*, aquela produção teve uma melhor execução técnica. O rótulo *Capivara* (fig. 5.11-B), por sua vez, foi considerado como ambíguo (um pouco contraído e um pouco expandido). Nesse exemplar temos uso de sombra e colorido na representação do animal, no entanto, apesar dos recursos, a qualidade técnica não permitiu grande detalhamento, ficando entre as duas polaridades. Já no rótulo *Biriba* (fig. 5.11-C), temos o um bom detalhamento do cachorro com uso de gradação de cores, mas ainda poderia ter havido uma maior exploração no desenho dos pelos, ou mesmo no chão vermelho, sendo considerado, desta forma, como quase expandido.



Figura 5.11. Níveis intermediários entre as polaridades contraído e expandido da variável gama. Da esquerda para direita temos os rótulos (a) *Capivara* (década de 1940), (b) *Cisne Negro* (década de 1950) e (c) *Biriba* (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

O **enquadramento** é a variável que regula a relação entre a ilustração e o seu suporte. Como aponta Ashwin (1979), independentemente da sintaxe gráfica trabalhada, o ilustrador é obrigado a considerar a disposição e a apresentação da ilustração. O enquadramento disjuntivo é aquele que enfatiza a disjunção entre a figura e o ambiente. O rótulo *Preá* (fig. 5.12) tem enquadramento disjuntivo, o animal foi colocado em um fundo chapado preto, não apresentando nenhuma relação com o ambiente. No enquadramento conjuntivo, por sua vez, enfatiza-se a interação entre a figura e o ambiente, explorando a ideia de conjunto, como no exemplar *Garça* (fig. 5.13). Poderíamos utilizar, igualmente, uma escala na classificação do enquadramento. O *Rótulo Atum*, por exemplo, saiu da “disjunção” graças à representação da água, no entanto, ao compararmos com o exemplar “*Garça*”, percebemos que a relação entre a figura e o ambiente é muito mais forte neste último.



Figuras 5.12 e 5.13. Rótulos *Preá* e *Garça* (Década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

No caso do enquadramento, optamos por utilizar as polaridades, e classificar os rótulos seguindo a maior tendência dessa variável, mas estando conscientes de que pode haver uma escala entre elas. O rótulo foi classificado como conjuntivo, quando o elemento pictórico está inserido em algum ambiente, exemplo: cercado, água, canavial. Por sua vez, foi classificado como disjuntivo, quando está representado sozinho, mesmo que existam elementos esquemáticos em torno, como moldura, raios, círculos. Para os casos que envolvem elementos esquemáticos de algum modo imbrincados com os animais, distinguimos as classificações: *Disjuntivo com esquemáticos*, apresenta disjunção entre a figura e o ambiente, mas é acompanhado por elementos esquemáticos como o rótulo *Touro*, com o círculo amarelo (fig. 5.14); e *Conjuntivo com esquemáticos*, quando o animal, mesmo inserido em um contexto, vem acompanhado por algum elemento esquemático como a moldura do exemplar *Guache* (fig. 5.15).



Figuras 5.14 e 5.15. Rótulos *Touro* (década de 1950) e *Guache* (década de 1940).

A **cinética** é uma variável que corresponde aos efeitos cinéticos numa ilustração. Mesmo a ilustração sendo estática, é possível sugerir movimento por meio de representações gráficas como *speed lines* — linhas de velocidade (ALMEIDA, 2013). Nessa variável, as ilustrações podem ser estáticas ou dinâmicas. Utilizamos a cinética para avaliar se o animal estava representado em algum tipo de ação ou remetendo movimento ou ainda em estado de estase. No rótulo *Touro* (fig. 5.14), o animal traz dinamismo, suas patas estão inclinadas como se as estivesse esticando, ao apoiar-se no letreiro “*Touro*”. Já no exemplar “*Guache*” (fig. 5.15), o animal está pousado em um ramo de cana, com asas fechadas e aparência bem estática.

A última variável de Aswhin (1979) utilizada foi o **naturalismo**. Utilizamos esse parâmetro para avaliar o grau da plausibilidade dos eventos representados e sua correspondência ao mundo real. Fatores considerados foram: proporções, expressões do animal, semelhança com o animal real, posição em que se encontra e as ações nos quais estão envolvidos. Novamente, utilizando os exemplares *Touro* (fig. 5.14) e *Guache* (fig. 5.15), o primeiro foi considerado não-naturalista, visto que o touro está apoiando-se em letras, além do que, apresenta uma representação gráfica muito sintetizada do animal. Já o exemplar *Guache* foi considerado naturalista, pois a ave está apenas pousada em um filete de cana, sem nenhuma ação ou aspecto que discrepe fortemente da realidade, sua representação também guarda grande semelhança com a aparência do pássaro.

Para descrição do sintagma do elemento verbal principal, a “designação”, adaptamos alguns dos parâmetros empregados por Valadares (2007), para analisar capas de disco de frevo da fábrica Rozenblit (1954-1983), e por Aragão *et al.* (2008), para analisar rótulos de cachaça do Acervo ICP (Imagens Comerciais de Pernambuco). Os itens elencados para este estudo foram:

- **Tipo** – Classificação tipográfica básica em: sem serifa, serifada, gótica, cursiva e ornamental;
- **Disposição das letras** – Se as letras estão em disposição curvilínea ou linear e em direção horizontal, vertical ou diagonal;
- **Caixa** – Se as letras estão em caixa-alta, caixa-baixa, caixa-alta e caixa-baixa ou versal/versaletes;
- **Tamanho das letras** – Iguais ou diferentes;
- **Ornamento** – Estilo de ornamento utilizado. Poderia ser mais de uma dentre as opções: contorno, vazado, sombra, degrade, textura.

No caso de uma classificação mais específica do tipo, para fins descritivos, utilizamos a classificação de Dixon (1995), explanada por Silva & Farias (2005) (anexo B). Para complementar a análise, colocamos como itens gerais: cores do rótulo e a relação entre a designação e o elemento pictórico principal (animal). Para essa relação, utilizamos as definições de ancoragem e revezamento de Barthes (2006). Como já mencionado, na ancoragem o texto dirige o leitor ao significado da imagem; já no revezamento, texto e imagem têm uma relação complementar de sentido. Classificamos a relação entre designação e animal das seguintes formas:

- **Ancoragem:** quando a designação identifica o animal (Aratanha, Potó, Guará) e quando é utilizada uma expressão em conjunto com essa identificação (Sá Onça, Dois macacos, Touro Bravo);
- **Ancoragem por nome próprio:** quando a designação é um nome próprio atribuído àquele animal, como o cachorro que foi batizado de *Biriba* e o cavalo que se chama *Tote*;
- **Revezamento:** Qualquer outro termo ou expressão adotado pela cachaça, que não traga a identificação do animal ou um nome próprio que tenha sido atribuído a ele. O texto pode vir relacionado a algum tipo de referência que remeta às características do animal ou trocadilhos, metáforas também associadas às qualidades daquela espécie (exemplo: “Força Total” para o animal touro). Também são utilizados eufemismos da cachaça ou outros tipos de associações.

Dividimos a ficha (fig. 5.16) em cinco partes. O campo superior traz os dados gerais: referência, estado, gráfica, cores e relação entre designação e animal. Do lado esquerdo, temos a coluna do inventário denotativo. No centro, temos a coluna com a descrição do sintagma e preenchimento dos parâmetros elencados para análise sintática da designação e

do elemento pictórico principal (animal). Do lado direito, temos a coluna da conotação e, na parte inferior da ficha, um campo para elencar conhecimentos culturais necessários para interpretação do rótulo. Os resultados provenientes da análise dos rótulos são descritos e discutidos no próximo capítulo, a totalidade das fichas preenchidas podem ser consultada no final deste trabalho (apêndice L). Os dados como a designação, referência e a gráfica já haviam sido coletados de todos os rótulos de animais na fase de categorização temática da coleção e catalogação dos rótulos com figuras de animais.

REFERÊNCIA: 3527		UF: Sergipe
DESIGNAÇÃO: Aratu		
GRÁFICA: Não consta	CORES: preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL ☒ Ancoragem ☐ Ancoragem por nome próprio ☐ Revezamento		
Observações:		
		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Aratu: é o próprio nome do animal, uma espécie de caranguejo da carapaça quadrada.	Tipo ☐ S/Serifa ☒ Serifa ☐ Gótica ☐ Cursiva ☐ Ornamental Disposição das letras ☐ Linear ☒ Curvilínea ☐ Horizontal ☐ Vertical ☒ Diagonal Caixa: ☒ CA ☐ cb ☐ CA/b ☐ versal/versalete Tamanho das letras: ☒ Iguais ☐ Diferentes Ornamento ☒ Contorno ☐ Vazado ☐ Sombra ☐ Degradê ☐ Textura ☐ Outro: _____	As variações de hastes finas e grossas podem remeter às diferentes patas do caranguejo: as patinhas e patolas. O aratu é um caranguejo conhecido por sua agilidade. Sobe em árvores de mangue, onde se alimenta e acasala. Podemos associar o agito à cachaça.
Elementos Pictóricos Aratu desenhado em detalhes com listel sobreposto. O desenho está na diagonal.	Gama ☐ Contraído ☐ Quase contraído ☐ Ambíguo ☐ Quase expandido ☒ Expandido Enquadramento ☐ Conjuntivo ☐ Conjuntivo com esquemáticos ☒ Disjuntivo ☐ Disjuntivo com esquemáticos Cinética ☐ Estático ☒ Dinâmico Naturalismo ☐ Naturalismo ☒ Não-naturalismo Descrição do Sintagma: As letras vêm inseridas numa faixa que está imbricada ao aratu. As letras são fortes, estilo mais próximo às serifadas quadradas.	A figura preenche bem o rótulo, dando a impressão de um caranguejo gordo e farto. Um tira-gosto para acompanhar a cachaça, saboroso tal qual a bebida rotulada.
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Aratus servem de alimento para populações ribeirinhas. Nas publicações acerca do ambiente do açúcar no Nordeste, caranguejos são relatados como uma das fontes de comida do povo que migrava do campo e ficava na cidade sem ser absorvido pelas fabricas ou mesmo ganhando salários parcos. (Ver Rogers, 2017, p. 134). "Até o caranguejo é instrumento de magia sexual: preparado com três ou sete pimentas-da-costa e atirado ao solo produz desarranjos no lar doméstico." (Ver <i>Casa Grande e Senzala</i> , p.408). "Os homens do litoral, pastores de peixe, comedores de marisco e camarão, seres do mangue, da lama, não sofrem o mal da desnutrição, ou pelo menos se nutrem pela fauna típica desse solo alagado melhor que os outros do canavial. O <i>homem caranguejo</i> , um ser da água e da terra ao mesmo tempo, híbrido por excelência, cria uma segunda pele, feita da lama do mangue e busca, como os caranguejos, a sobrevivência. "(...) São verdadeiras populações anfíbias, nem da terra nem da água, mas de uma zona de solo instável, formado pela permanente mistura dos dois elementos." (CASTRO, 2001, p.133).		

Figura 5.16. Ficha de análise. Fonte: elaboração própria.

Considerando o rótulo de cachaça, como nosso objeto de estudo, podemos dizer que a construção dos signos presentes foram feitos pelos olhares do (1) proprietário da marca, que provavelmente definiu os paradigmas que seriam representados (nome da aguardente e animal); (2) dos responsáveis pela confecção do rótulo na gráfica, que foram agentes diretos na definição do sintagma e (3) pelo público consumidor das marcas, os quais são os detentores dos conhecimentos culturais e ideológicos do período necessários à interpretação. Nesse caso, por se tratar de um artefato histórico, foi necessário aliar a esta análise alternativas a fim de ampliar os conhecimentos culturais que poderiam estar sendo utilizados como referências.

Penn (2002) aponta alternativas que podem ser aliadas à análise semiológica a fim de reduzir sua subjetividade. De acordo com a autora, a análise semiológica pode ser combinada a uma coleta interativa de dados, a fim de avaliar a extensão e o uso de conhecimentos culturais dentro de um grupo de pessoas. Entrevistas e grupos focais são exemplos de alternativas. Durante esses processos, o entrevistador não deverá conduzir respostas, apenas guiar as perguntas: *"Do que vocês acham que essa fotografia se trata? Que impressão isso causa?"*. Penn ainda nota que as entrevistas devem ser gravadas para depois serem transcritas. Como não temos acesso diretamente ao público consumidor da época, nem aos desenhistas dos rótulos, nem aos primeiros proprietários das marcas, tivemos que adaptar a quem direcionar a coleta interativa de dados. Essa análise foi combinada com a coleta de dados por meio de questionário, grupo focal e entrevistas. Abaixo listamos os procedimentos metodológicos da análise:

- Coleta de Questionários em dois eventos acadêmicos de Design, realizada no mês de outubro de 2017, em caráter experimental.
- Seleção da amostragem de rótulos para aplicação da ficha.
- Aplicação da ficha baseada em Penn (2002), Barthes (2006) Ashwin (1979), Twyman (1979), Valadares (2007) e Aragão *et al.* (2008).
- Entrevistas realizadas com indivíduos ligados a alguma marca de cachaça antiga ou à indústria gráfica. Essas coletas foram realizadas em paralelo às demais, mediante à disponibilidade do entrevistado. As entrevistas ocorreram entre os meses de fevereiro/2018 e maio/2018.
- Grupo Focal para discutir os rótulos que geraram maiores dúvidas na análise semiológica.

A seguir descreveremos cada uma dessas etapas, cujos resultados foram utilizados para análise e discussão de resultados do próximo capítulo.

5.3.1 Questionários

A primeira tentativa de coletar outros olhares e diferentes referências culturais para a análise dos rótulos de animais foi por meio de um questionário simplificado. Elaboramos três perguntas acompanhadas por dois exemplares de rótulos da Coleção Almirante. Foram distribuídas 14 versões do questionário, cada qual com dois rótulos diferentes, totalizando 28 rótulos analisados neste experimento. Um dos rótulos não obteve respostas, totalizando 27 rótulos. Os exemplares foram escolhidos pela pesquisadora, tentando abarcar o maior número de estados brasileiros possíveis e considerando como critério principal o estranhamento em relação à associação do animal com a bebida aguardente ou mesmo a designação utilizada.

Dentre as escolhas estavam os animais: canção (ave), gato preto, gato angorá, zebu, pombinha, matruê (peixe), cavalo, canguru, leão, coruja, pica-pau, touro, urso, cavalo marinho, borboleta, atum, socó, maguary (ave), lobo guará, surubim, gaivota, raposa, coral, girafa, araçari (ave), coruja e pato. Os questionários (apêndice D) foram distribuídos no formato impresso em dois eventos da área de design: na primeira edição do *Memória Gráfica no Agreste* (MGA), realizado nos dias 19 e 20 de outubro de 2017 no Armazém da Criatividade em Caruaru-PE, organizado pelo núcleo de Design da UFPE (*Campus Agreste*); e no 8º Congresso Internacional de Design da Informação (CIDI 2017), realizado entre os dias 29 de outubro e 01 de novembro de 2017 no Parque da Cidade (Natal-RN), organizado pela UFRN. O questionário era anônimo, sendo solicitado apenas que o sujeito identificasse, se era profissional ou estudante e suas principais áreas de conhecimento. As perguntas que acompanhavam os rótulos eram:

1. Que associações você consegue fazer entre o conjunto **animal + designação** e a cachaça?
2. Que outras referências (cultura popular, músicas, fatos da época etc.) relacionadas à cachaça ou não você consegue apontar no rótulo?
3. Quais atributos esta marca de cachaça passa para você? (exemplo: energética, revigorante, feminina, divertida, entre outros).

Muitos dos sujeitos retornaram o questionário em branco. Ao todo, os dois eventos proporcionaram um total de 32 questionários respondidos. Desse total, responderam: 15 profissionais, 15 estudantes e 2 sujeitos deixaram essa resposta em branco. As áreas de conhecimento marcadas foram: (27) Design Gráfico, (12) Design da Informação, (5) Design de Moda, (1) Design de Produto, (2) Embalagens, (14) História do Design, (15) Identidade

Visual, (8) Ilustração, (7) Impressos efêmeros, (13) Memória Gráfica, (6) Produção Gráfica, (9) Semiótica, (12) Tipografia, (3) Antropologia, (9) Cultura Popular, (5) Design Digital. Foram também citadas no campo "outras áreas": (1) Sociologia, (1) Desenho, (1) Caligrafia, (1) Design Editorial, (1) Gestão e (1) Produções.

A coleta de questionários teve como objetivo testar esse procedimento como alternativa ao grupo focal para enriquecer a análise a partir de outros pontos de vista. No entanto, percebeu-se que as pessoas ao responder sozinhas, nem sempre compreendiam o objetivo das perguntas ou ainda ficavam inseguras em responder o que viesse à mente e deixavam as respostas em branco. As respostas foram compiladas e podem ser consultadas na íntegra no apêndice E. Os rótulos selecionados pela pesquisadora para esse experimento também deixaram de contemplar muitos animais, que, no decorrer da pesquisa, mostraram-se muito recorrentes. No entanto, alguns desses exemplares foram os mesmos escolhidos para aplicação da ficha de análise, assim, as repostas advindas do questionário contribuíram no preenchimento de algumas fichas. Os dados coletados desses questionários foram também aproveitados como pistas para interpretação dos rótulos da amostra escolhida para análise semiológica, bem como para discussão dos resultados.

5.3.2 Seleção de amostragem e aplicação do modelo de análise

Como já mencionamos, os dados relativos aos campos *referência*, *designação*, *unidade federativa e gráfica*, presentes na ficha de análise, já haviam sido coletados na fase de categorização e catalogação. Os demais dados necessários à análise semiológica, foram realizados em duas etapas (quadro 5.2). Na *primeira etapa*, utilizamos como *corpus* todos os rótulos de animais da Coleção Almirante. Na categorização da Coleção, foram elencados 402 rótulos dessa categoria, dos quais 377 eram de aguardente de cana e 25 de aguardentes compostas ou de frutas. Coletamos do *corpus* de 402 rótulos: a relação entre a designação e o animal, as variáveis de Ashwin (1979) e observações gerais sobre o uso de cores nas produções. O objetivo, ao coletar esses dados de todos os rótulos de animais, foi mapear recorrências gráficas nas produções e nas representações de animais.

Quadro 5.2. Etapas do preenchimento da ficha.

PRIMEIRA ETAPA Informações coletadas	402 rótulos Relação Designação e animal. Variáveis Aswhin (1979). Observações gerais sobre o uso de cores nas produções.
SEGUNDA ETAPA Informações coletadas	35 rótulos Características Tipos. Cores específicas de cada exemplar. Preenchimento da Denotação, Conotação e Conhecimentos Culturais.

Na *segunda etapa*, procuramos selecionar uma amostra representativa deste *corpus* para aplicação da ficha de análise completa. A ideia foi conseguir interpretar mais propriamente esses artefatos, avaliando também o letreiro utilizado na designação, bem como os aspectos denotativos e conotativos imbuídos nas produções. Para definição da amostra representativa, consideramos como populações as categorias “aves, crustáceos, insetos, mamíferos domésticos, mamíferos selvagens, mitológicos, moluscos, peixes e mamíferos aquáticos, répteis, roedores e rurais”; em seguida, selecionamos uma média de 10% das incidências nesses grupos, totalizando 35 rótulos (quadros 5.3 e 5.4). Esse quantitativo nos pareceu suficiente para os objetivos da análise, de modo a ilustrar a diversidade das composições visuais, das referências culturais utilizadas, bem como dos potenciais significados atribuídos, sem recair em casos cujos resultados fossem muito semelhantes e repetitivos.

Ajustamos um mínimo de dois rótulos para aquelas categorias com menor incidência, salvo duas exceções. A primeira foi no grupo dos animais mitológicos, que selecionamos apenas 1 exemplar, pois consideramos que já representava bem o pequeno grupo. A segunda foi no grupo dos moluscos, cujo único exemplar foi descartado, já que não encontramos relações entre o caracol e o universo aguardenteiro, e até enquanto representação da fauna, essa espécie foi identificada pela designação de forma muito genérica.

A partir dessas premissas, foi realizado um sorteio dentro de cada agrupamento de animais. Atribuímos uma relação numérica aos rótulos e utilizamos um sorteador online. O sorteio foi repetido quando: o exemplar sorteado trazia um animal que já havia sido selecionado, o quantitativo por estados não ficava bem distribuído (quadro 5.4) e ainda quando o exemplar sorteado era um rótulo de estoque que já se encontrava na amostra. Não foi sorteado nenhum rótulo dos estados do Rio Grande do Sul (2 rótulos de animais), Goiás (1 rótulo de animal) e nem do Mato Grosso (2 rótulos de animais). Cabe salientar que durante a análise, em prol da construção de grupos de rótulos que dialogassem entre si, alguns

exemplares foram trocados de forma arbitrária. Todavia, nos quadros 5.3 e 5.4 temos os quantitativos finais da amostra utilizada.

Quadro 5.3. Definição de amostra.

CATEGORIA	CORPUS	AMOSTRA
AVES	125	9
CRUSTÁCEOS	13	2
INSETOS	5	2
MAMÍFEROS DOMÉSTICOS (cães e gatos)	35	3
MAMÍFEROS SELVAGENS	72	4
MITOLÓGICOS	6	1
MOLUSCOS	1	0
PEIXES E MAMÍFEROS AQUÁTICOS	17	2
RÉPTEIS	24	2
ROEDORES	9	2
RURAIS	95	8
TOTAL	402	35

Quadro 5.4. Distribuição da amostra por estado brasileiro.

UF	AL	BA	CE	ES	GO	MG	MT	PA	PB	PE	PI	PR	RJ	RS	RN	SC	SE	SP
TOTAL	21	311	88	200	23	1225	16	37	75	167	9	175	899	40	22	113	78	1140
ANIMAIS	3	49	9	7	1	59	2	8	11	56	1	11	56	2	1	6	14	106
AMOSTRA	1	3	1	1	0	6	0	2	2	5	1	1	4	0	1	1	2	4

5.3.3 Entrevistas individuais e grupo focal

Haguette (1997, p.86) traz a definição de entrevista como um “processo de interação social entre duas pessoas na qual uma delas, o entrevistador, tem por objetivo a obtenção de informações por parte do outro, o entrevistado”. Dentre as formas de entrevistas mais utilizadas nas Ciências Sociais temos: a entrevista aberta, semiestruturada, estruturada, entrevista com grupos focais e história de vida. Neste estudo, adotamos as modalidades de

entrevista semiestruturada e de grupo focal. Em ambos os casos, a preparação da entrevista está entre as etapas mais importantes, ela incluirá a elaboração de um tópico guia (roteiro), e a seleção dos entrevistados.

Gaskell (2002), ao discorrer sobre entrevistas semiestruturadas e grupos focais, aponta que o pesquisador já deve ter desenvolvido um referencial teórico ou conceitual que guiará a investigação. De acordo com esse referencial, deve-se estabelecer o que será perguntado (tópico guia) e a quem será perguntado (entrevistados). O processo é uma interação, funcionando para troca de ideias e significados entre o entrevistado e o entrevistador. Conforme o autor, por trás de uma conversação natural e casual está um entrevistador muito bem preparado. O tópico guia deverá dar conta dos objetivos e fins da pesquisa, fundamentando-se em uma leitura crítica da literatura apropriada, reconhecimento do campo, discussões com colegas experientes e pensamento criativo. Segundo Gaskell (2002), se bem construído, ele criará um referencial fácil e confortável para uma discussão, fornecendo uma progressão lógica e podendo funcionar ainda como um esquema preliminar para a análise das transcrições.

As perguntas funcionam como um convite para o entrevistado falar, podendo ser adaptadas no decorrer da entrevista para esclarecimentos e acréscimos de pontos importantes. Elas funcionam como um conjunto de títulos que servem como lembrete para o entrevistador. A seguir descreveremos como se deu a execução destes procedimentos.

Entrevistas Individuais

A entrevista individual visou compreender a recorrência de animais nos rótulos de cachaça do período de 1940 e 1950, por meio da investigação específica de algumas marcas presentes na Coleção Almirante. Esta pesquisa tinha dois possíveis públicos-alvo: (1) Pessoas que fossem descendentes da família proprietária de alguma cachaça que utilizasse o animal na marca e estivesse presente na Coleção Almirante ou (2) Sujeitos que fossem do meio da indústria gráfica, podendo, por memória, relatar as práticas gráficas e temáticas comuns ao período.

Com esse objetivo e público em vista, o tipo de entrevista escolhido foi a semiestruturada. De acordo com Manzini (1990/1991, p. 154), esse tipo de entrevista foca em um assunto sobre o qual preparamos um roteiro com perguntas que podem ser complementadas por outras questões no decorrer da entrevista. Essa modalidade de entrevista favorece o surgimento de informações de forma mais espontânea e a interação entre o entrevistador e entrevistado. Devido ao teor das informações, que seriam advindas

de memórias do entrevistado ou ainda de histórias ouvidas no contexto familiar, esse tipo de entrevista se mostrou mais adequado.

As entrevistas foram feitas presencialmente, seguindo dois roteiros: Roteiro I – *Entrevista Descendentes* – para os descendentes dos proprietários de alguma cachaça existente no período de 1940-1959 (quadro 5.6) e Roteiro II – *Entrevista Indústria Gráfica* – para os envolvidos de alguma forma com a indústria gráfica da época (quadro 5.7). Direccionamos os esforços para encontrar cachaças que ainda estivessem no mercado, visto que seria mais propício descobrir os descendentes dos proprietários.

Arranjamos nesse sentido contato com descendentes das famílias fundadoras da *Aguardente de Cana Pitú* (PE) (1), *Aguardente de Cana Alvorada* (PE) (2) e *Aguardente de Cana Aratanha* (PE) (3). Conseguimos contato também com um descendente da família *D'Abronzó*, que foi a proprietária da *Caninha Tatuzinho* (SP) no período estudado (4). Além dessas, foi realizada uma outra entrevista com um ex-trabalhador da indústria gráfica na década de 1970 em Recife-PE (5) (quadro 5.5).

1	Pedro Ferrer - Filho de Severino Ferrer de Moraes, um dos fundadores da <i>Pitú</i> , e autor do livro <i>República da Cachaça</i> , no qual disserta sobre a história de várias aguardentes da cidade de Vitória de Santo Antão, com ênfase na história da <i>Pitú</i> . (FERRER, 2010, 2018).
2	José Guelphe – Responsável atual pela <i>Aguardente Alvorada</i> . Filho de José Guelphe Ferrer de Moraes, um dos fundadores da <i>Pitú</i> e da <i>Aguardente Alvorada</i> (GUELPHÉ, 2018).
3	Valdir Ramos Alves - Filho do fundador da <i>Aguardente Aratanha</i> , tendo sido responsável pela empresa por muitos anos (ALVES, 2018).
4	Edson Rontani Jr – Neto de Humberto D'Abronzó, antigo proprietário da <i>Caninha Tatuzinho</i> (RONTANI JR., 2018).
5	Hélio Soares - Ex-trabalhador da Indústria Gráfica do Recife na década de 1970. Trabalhou em gráficas que imprimiam em litografia como a Gráfica Apolo, a Gráfica Imperial, a Gráfica Lusitana e outras, tendo em seguida se dedicado à litografia artística (SOARES, 2018).

Quadro 5.5. Perfil dos entrevistados.

No caso da *Caninha Tatuzinho*, a entrevista semiestruturada precisou ser adaptada ao formato de questionário utilizando a plataforma *Google Forms*, devido à disponibilidade do entrevistado. As perguntas foram, neste caso, mais específicas, as adaptações podem ser

consultadas no apêndice K. A transcrição de todas elas encontra-se nos apêndices (F, G, H, I, K). Os relatos foram utilizados ao longo do trabalho como fonte informativa, tendo colaborado também como referências para a análise semiológica e dos elementos gráficos dos rótulos.

Quadro 5.6 – Roteiro de entrevista para descendentes. Fonte: Elaboração Própria.

ROTEIRO I - ENTREVISTA DESCENDENTES		
Entrevistado:	Cachaça:	
Contato:	Data:	
Temas	Perguntas	Objetivos
Dados pessoais	- Nome, data e local de nascimento. - Relação atual com a cachaça em questão (trabalha/trabalhou diretamente na empresa ou não).	Traçar perfil básico do entrevistado
Trajetória da marca	- Qual a história da "Nome da cachaça"? - De onde veio a ideia de usar este nome e este animal para compor a marca? - Quem foi o responsável pelo desenho do primeiro rótulo? Como se deu a escolha das cores? - Sabe onde foi impresso? - Sabem porque usavam tantos bichos na época? - Em toda história da marca, já houve casos de imitações do nome ou desenho do rótulo?	Investigar de onde vieram as ideias das marcas e as causas dos casos de imitações e recorrências temáticas.
Contatos	Me indicaria mais alguém dessa época com quem eu poderia conversar sobre o tema?	Chegar a outras pessoas que possam ter informações sobre as práticas do período.

Quadro 5.7 – Roteiro de entrevista para pessoas ligadas à Indústria Gráfica. Fonte: Elaboração Própria.

ROTEIRO II - ENTREVISTA INDÚSTRIA GRÁFICA		
Entrevistado:	Cachaça:	
Contato:	Data:	
Temas	Perguntas	Objetivos
Dados pessoais	Nome, data e local de nascimento.	Traçar perfil básico do entrevistado
Trajetória da marca	- Quando iniciou seu trabalho com a litografia? - Com quem aprendeu o ofício? - Quais gráficas trabalhou? - O que vocês mais imprimiam? - Quem eram os clientes? - Chegou a imprimir rótulos de cachaça? Lembra de algum específico?	Investigar de onde vieram as ideias das marcas e as causas dos casos de imitações e recorrências temáticas.

	• De onde vinham as ideias para os nomes e desenhos dos rótulos? Lembra de algum caso específico? • Era comum imitações entre os rótulos? • Sabe porque usavam tanto bichos nos rótulos de cachaça?	
Contatos	• Me indicaria mais alguém dessa época com quem eu poderia conversar sobre o tema?	Chegar a outras pessoas que possam ter informações sobre as práticas do período.

Grupo Focal

Gaskell (2002) traz uma citação de Robert Farr (1982) sobre a entrevista ser "essencialmente uma técnica, ou método, para estabelecer ou descobrir que existem perspectivas, ou pontos de vista sobre os fatos, além daqueles da pessoa que inicia a entrevista". O autor nota que a entrevista qualitativa fornece dados básicos para a compreensão das relações entre os atores sociais e sua situação, sendo um método que pode ser utilizado para melhorar a qualidade do delineamento de um levantamento e sua interpretação. Nesse sentido, a técnica de grupo focal foi a escolhida para complementar a apreciação dos rótulos escolhidos para análise semiológica, no intuito de melhorar a qualidade da interpretação dos elementos.

Como o signo se modifica de acordo com o observador, a ideia foi utilizar outros olhares para ampliar as possíveis conotações atribuídas aos rótulos, minimizando o caráter subjetivo atrelado à análise apenas da pesquisadora. Conforme Gaskell (2002, p.68), "*a finalidade real da pesquisa qualitativa não é contar opiniões ou pessoas, mas ao contrário, explorar o espectro de opiniões, as diferentes representações sobre o assunto em questão*". O objetivo é apresentar uma amostra dos pontos de vista e o grupo focal é um procedimento que permite isso. Essa forma de coleta de dados oferece ao pesquisador a oportunidade de ouvir vários sujeitos ao mesmo tempo, tendo como objetivo obter uma variedade de informações de um pequeno grupo sobre um tema determinado. É uma técnica que utiliza da interação grupal para produzir dados e *insights*, que seriam difíceis de conseguir fora do grupo (KIND, 2004).

Para o grupo focal realizado neste estudo, foram convidados historiadores e designers. Essas formações foram escolhidas por trazerem perspectivas do contexto histórico do período estudado (historiadores), bem como características inerentes à técnica

de impressão e uso da linguagem gráfica (*designers*). O convite foi feito diretamente a alguns pesquisadores na área de história e de design e foi lançado em rede social, direcionado a esses perfis mencionados, bem como aos interessados nos estudos em Memória Gráfica Brasileira, independente da área de formação. Compareceram 11 sujeitos à sessão de grupo focal: 4 historiadores, 1 jornalista e estudante de História, 4 designers, 1 arquiteto e 1 artista plástico.

No grupo focal, o entrevistador, muitas vezes chamado de moderador, é o catalisador da interação social (comunicação) entre os participantes. O fato de parte dos participantes se conhecerem previamente facilitou a familiaridade na discussão. O ambiente escolhido para desenvolvimento foi a Villa Digital da Fundação Joaquim Nabuco (Recife-PE). O grupo se reuniu no dia 15 de maio de 2018, das 9h às 12h numa sala de audiovisual, na qual foi possível projetar as imagens dos rótulos para discussão. A estruturação do grupo focal seguiu a apresentada por Kind (2004), sendo dividida nas seguintes etapas:

Introdução - Abertura do moderador – é o momento de uma breve introdução, com o objetivo de apresentar os objetivos do grupo e assegurar que não existem opiniões corretas, sendo todas bem-vindas. É requisitado que os participantes falem um de cada vez e evitem interrupções desnecessárias. Pede-se permissão para gravação em áudio e/ou vídeo, quando previstas. No caso deste estudo, a pesquisadora se apresentou e introduziu de que se tratava a investigação proposta na tese e qual era a proposta do grupo focal. Foi requisitada a permissão para gravação de áudio.

I – Preparação – Nesta etapa o moderador convida os participantes a se apresentarem para o grupo. O objetivo é familiarizar os participantes do grupo, estabelecendo uma boa relação. Mesmo algumas pessoas se conhecendo previamente, foi requisitado que todos os participantes se apresentassem e indicassem sua área de formação.

II – Conjunto do debate em grupo – Esta é a etapa do debate propriamente dito, que deverá ser conduzido pelo moderador. Foi projetado para os participantes o gráfico com a categorização temática da Coleção Almirante, com a respectiva incidência de animais por estado brasileiro. Em seguida, foram projetadas imagens de 17 rótulos diferentes (quadro 5.8), presentes na amostra selecionada (quadro 5.3) para ficha de análise. Dos rótulos projetados, apenas o rótulo “Lontra (SP)”, foi substituído para a discussão dos resultados no capítulo 5, por não termos descoberto muitas referências relativas a esse animal na discussão em grupo. O tópico guia foi composto pelas seguintes questões:

- Por que vocês acham que este animal foi escolhido para compor este rótulo? (*ruralidade, música, notícia da época, eufemismo da cachaça, etc.*).
- Que impressão (significado, conotação, conceito) ele passa a vocês?
- Vocês conseguem fazer algum tipo de relação entre o animal e a aguardente, direta ou indiretamente?
- O título da aguardente diz algo a vocês?
- Como vocês avaliam as cores e formas das letras utilizadas? (*Ajudam a compor algum significado? Tendência do período? Restrição da impressão?*).

Aguardente	Animal	UF	Aguardente	Animal	UF
Silveira	galo	SP	Bico de lacre	bico de lacre	RJ
Alagoana	águia	AL	Borboleta	borboleta	MG
Cavalo Marinho	cavalo marinho	MG	Dragão	dragão	BA
Angorá	gato angorá	MG	Surubim	surubim	SE
Pavão	pavão	BA	Lontra	lontra	SP
Kangurú	canguru	PB	Calango	calango	PE
Leão	leão	PI	Bode cheiroso	bode	PE
Araçari	araçari	RJ	Paca	paca	RJ
Aratu	aratu	SE			

Quadro 5.8 – Rótulos expostos na sessão de Grupo Focal

III - Encerramento do grupo - É a exposição sintética da discussão promovida, podendo também ser um momento utilizado para esclarecer dúvidas que tenham ficado pendentes. A síntese foi feita a partir de duas questões gerais projetadas após as imagens:

A partir dos exemplos mostrados, na avaliação de vocês, como podemos explicar a recorrência de animais em rótulos deste período?

R – As repostas mais recorrentes incluíram referências à cultura popular e regionalismos, as imitações dos produtos que estavam dando certo e o contexto rural.

Como vocês avaliam o fato de a relação entre o animal e o nome da aguardente ser quase sempre literal?

R – O grupo sintetizou que a relação da literalidade estava relacionada ao fácil acesso ao produto, que poderia ser denominado pelos consumidores que não sabiam ler apenas pelo elemento pictórico do animal, sendo uma relação mais fácil e direta.

IV - Questões posteriores à avaliação do grupo – Este é o momento de avaliação da experiência do grupo, se o tema e a moderação foram adequados. Na nossa avaliação, o tema se mostrou adequado, contudo, o número de imagens mostrou-se grande, tendo as últimas sido analisadas com menor profundidade em virtude da aproximação do término da sessão.

V - Ação posterior – Esta etapa corresponde à avaliação dos resultados obtidos, se as necessidades de informação foram satisfeitas, ou se são necessários mais grupos para se tomar providências para futuras investigações. No caso desta pesquisa, a intenção inicial foi de realizar apenas uma sessão, visto que teria uma função complementar para o preenchimento das fichas. A coleta de dados foi satisfatória. Surgiu a ideia de realizar o grupo focal com outro tipo de participantes, o consumidor de cachaça mais próximo do viés popular, frequentador de mercados públicos, bodegas populares, que poderia oferecer outras perspectivas de interpretação mediante suas memórias e vivências. Essa ação, no entanto, ficará para próximos estudos, por caracterizar mais como uma leitura contemporânea do rótulo. O grupo focal montado foi feito com especialistas, cientes de que buscávamos referências que poderiam ter sido utilizadas para composição dos rótulos no período de 1940 e 1950. A transcrição do grupo focal está disponível no apêndice J.

5.4 Considerações preliminares

Neste capítulo, apresentamos os instrumentos de análise utilizados nesta pesquisa para o estudo mais aprofundado dos rótulos de animais da Coleção Almirante. Definimos como ponto de partida, o modelo proposto por Penn (2006), baseado na Semiologia de Barthes (2006). Acrescentamos à proposta, a taxonomia de Twyman (1979), as variáveis de Aswhin (1979) e parâmetros utilizados por Aragão *et al.* (2008) e Valadares (2007). A ficha de análise foi aplicada numa amostra de 35 rótulos do total de 402 rótulos com a temática de animais na coleção. Algumas informações, no entanto, foram analisadas a partir do total dos rótulos de animais, visto que se pretendia mapear recorrências nas soluções gráficas, por meio da análise da relação entre designação e animal, características estilísticas dos

elementos pictóricos e cores utilizadas. As entrevistas realizadas também contribuíram para análise dos rótulos da amostra, bem como também foram utilizadas para compor a história das marcas apontadas no capítulo 3. Os questionários e, em especial, o grupo focal realizados contribuíram para agregar informações na análise dos rótulos, minimizando o caráter subjetivo de uma análise de significado. No próximo capítulo, discutiremos os resultados obtidos a partir dessas análises.

6 RECORRÊNCIAS, REFERÊNCIAS E SIGNIFICADOS

Como explicita Humbert (1972), o rótulo surgiu com a necessidade de identificar o conteúdo de um recipiente. Além de identificar o produto, o rótulo adquiriu, ao longo do tempo, funções informativas e estéticas, no intuito de atender o consumidor, o fabricante e as exigências do mercado. No desenvolvimento desse artefato, três componentes diferentes apareceram sucessivamente — o letreiro, o ornamento e a ilustração. Por volta do século XVI, bordas decorativas estavam sendo usadas para dar uma aparência mais atraente e, no século XVIII, ilustrações eram vastamente empregadas para demonstrar a qualidade do produto e o local de fabricação. Isso representava as primeiras tentativas em condicionar o usuário potencial de uma mercadoria por meio da etiqueta.

O autor ainda expõe que as mudanças nesse artefato, ao longo dos anos, são advindas de três fatores — o incremento da produção gráfica, o gosto e estilo dos diferentes períodos e, por último, as pesquisas de mercado científico, que adicionaram uma condicionante para o papel da etiqueta. Analogamente, neste capítulo, relacionamos as características dos rótulos aos aspectos da produção gráfica, ingredientes de estilo utilizados e ao gosto popular característico das referências utilizadas na construção de significado das marcas das aguardentes. Inicialmente, apresentamos os aspectos observados na primeira etapa da análise, feita utilizando os 402 rótulos da coleção que possuem figuras de animais: a relação entre a designação e o animal, recorrências observadas nas variáveis de estilo e observações sobre as recorrências cromáticas. Em seguida, retomamos a discussão da recorrência dessa temática nos rótulos de aguardente, apresentando a análise semiológica de 35 espécimes, relacionando-os com referências imagéticas e culturais do período.

6.1 Rotulando um bicho

Não é difícil imaginar como se dava a criação de um rótulo de cachaça em meados do século XX. O fabricante ou engarrafador devia começar escolhendo um nome e, se o orçamento fosse possível, uma figura marcante, que poderia muito bem seguir a tendência dos animais, algumas aguardentes vendiam bem assim. Com o rascunho montado, ou um rótulo que gostou em mãos, ou mesmo só a ideia em mente, ou ainda sem ideia alguma, restava escolher uma casa de impressão. Esta podia ter sido vista no jornal, no pezinho do rótulo, ser conhecida nas redondezas ou ter sido recomendada por um camarada. Essa escolha seria decisiva na arte gráfica final, assim como o orçamento investido. O desenhista gráfico fosse

experiente ou não, poderia fazer a arte do zero ou aproveitar alguma pré-existente, seja para facilitar o processo, ou mesmo porque o cliente a viu e dela gostou. O nível de detalhamento e o naturalismo do animal iria depender dos seus conhecimentos técnicos e de suas referências imagéticas. Feito o desenho, restava imprimir em cores, que já podiam ter sido escolhidas pelo cliente ou serem definidas na gráfica seguindo tendências e modelos gráficos, a depender da habilidade técnica na composição de cores e da disponibilidade de tintas e recursos. Seguindo esta sequência imaginada de produção, apresentamos primeiramente a análise da relação entre a designação e o animal, as recorrências dos ingredientes de estilo e, por fim, as recorrências cromáticas observadas nas produções.

6.1.1 A relação entre a designação e o animal

Ao observar a relação entre a designação e o animal nos rótulos, percebemos que a estratégia da “ancoragem” é a recorrente, sendo utilizada em 71% dos artefatos (287 exemplares). Cabe enfatizar que, no grupo de ancoragem, além das designações que trazem unicamente a identificação do animal, como “Tucano ou Araçari”, temos também expressões como “Touro Bravo” ou “Bode Cheiroso”. Rótulos que utilizam um nome próprio na designação para se referir ao animal representado, como “*Toni* ou *Biriba*”, constituem apenas 2% da produção (8 exemplares). O revezamento, por sua vez, ocorre em 27% destes artefatos (107 exemplares).

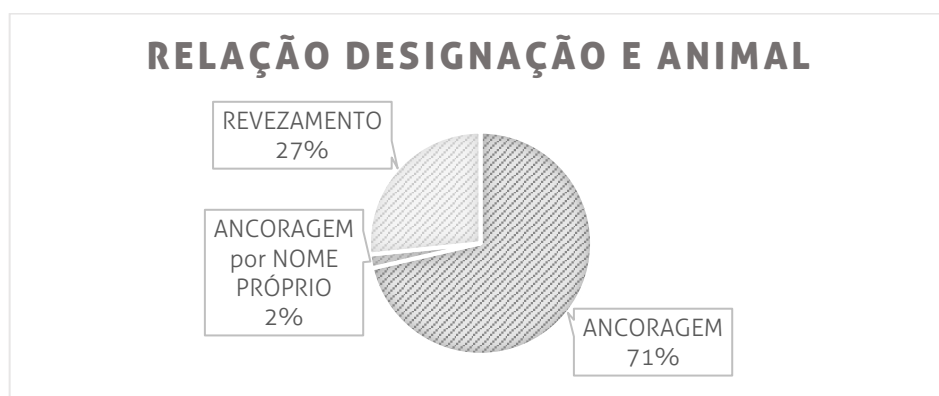


Gráfico 6.1. Relação Designação e Animal. Fonte: Elaboração Própria.

Esses resultados corroboram primeiramente para o fato de que o conceito da marca, enquanto estratégia publicitária, era ingênuo, utilizando, na maioria das vezes, relações diretas entre nome e símbolo, sem o uso de metáforas ou conceitos abstratos. Dessa forma, o nível de ambiguidade era menor, facilitando a compreensão por parte do público. Mesmo

quando há algum jogo de palavras, que recai na estratégia de revezamento de ideias, é de fácil entendimento, como no rótulo *Bicada* (eufemismo da cachaça), que utiliza a figura de um tucano (uma ave de bico grande). Não era necessária uma estratégia refinada na construção da marca para acolher o público consumidor da cachaça.

Em segundo lugar, o fato de a relação entre a designação e o animal ser direta e literal provavelmente facilitava o aprendizado do nome do produto, por parte daqueles que não sabiam ler. O consumidor poderia pedir: “Me dá a cachaça do camarão”. Nesse contexto, os animais que constituíam figuras exclusivas de determinadas marcas, obtinham vantagem, visto que corriam menor risco de serem confundidos com outros produtos. Não é de se surpreender que a *Pitú*, como vimos no capítulo 3, tenha registrado como marcas outros animais semelhantes ao pitu. Uma medida preventiva, já que, para o consumidor não-letrado, a identificação seria feita apenas pela figura do bicho, estando todas as espécies de camarão sujeitas a serem confundidas com o pitu.

Sobre a generalização ou especificidade nas representações

Cabe ressaltar que nem sempre as designações que utilizavam da ancoragem identificavam corretamente o animal. As denominações vulgares não seguem necessariamente a sistemática científica, como mencionamos no capítulo 4. Por exemplo, a raposa pode ser chamada de gambá, sendo as duas denominações utilizadas para se referir ao mesmo bicho a depender da região. Temos ainda denominações genéricas, a exemplo de *calango*, que pode ser utilizada para se referir às diferentes espécies de lagarto indistintamente. E ainda há os casos em que denominações locais são confundidas com aquelas dadas a animais semelhantes de outros continentes, como é o caso da onça e do tigre. Estes dois felídeos, apesar de possuírem peles diferentes, podiam ter suas denominações trocadas na fala popular, o tigre podia ser *onça* e a onça podia ser *tigre*.

Witikoski (2016) aponta um exemplo com essa “troca” em rótulos paranaenses, dentre os quais uma cachaça intitulada “Tigre” traz a representação de uma *onça pintada*. O autor atribui a causa a duas hipóteses: o desconhecimento do artista que criou o rótulo ou uma possível tentativa de deixar a imagem do tigre mais compreensível aos seus consumidores. Diante das denominações genéricas observadas na coleção e dos expostos em publicações do período como o dicionário de animais de Ihering (1940), acreditamos ser mais provável a apropriação da denominação do animal europeu *tigre* para nomear vulgarmente seu semelhante brasileiro, sem fazer a correta distinção. A hipótese de ser uma

representação gráfica errônea, feita de forma intencional para se aproximar do repertório do público nos parece improvável, visto que não condiz com o perfil dos rótulos, que possuíam uma linguagem direta e literal. Utilizar um animal diferente daquele identificado pela designação de forma intencional não era uma boa estratégia, já que havia o risco de o consumidor identificar o produto como “onça” e se referir ao nome da aguardente erroneamente. Além do que, essa hipótese partiria do pressuposto de um maior refinamento conceitual, algo que contraria a ideia de um “design ingênuo”, que repetia modelos gráficos e ideias que já funcionavam nos rótulos em circulação.

Enquanto uns animais recebem nomes genéricos, que abarcam várias espécies, outros recebem nomes mais específicos como aratu, siri, caranguejo e guaiamum, todos diferentes tipos de caranguejo. A especificidade nesse caso, demonstra conhecimento em relação às diferenças existentes entre esses animais. O uso de nomes mais incomuns também possibilitava à bebida possuir um nome distinto e possivelmente inédito entre as demais marcas. Isso corrobora para o depoimento dado por Seu Valdir Ramos (2018), ao falar sobre a escolha da “aratanha” pelo pai para representar a cachaça de sua família: *“tinha outros crustáceos lá que ele poderia ter colocado, aí ele escolheu aratanha, que é um nome mais fácil de o povo gravar, tinha curuca lá que é outro tipo de crustáceo. Tinha esses três mais conhecidos: pitu, aratanha e essa curuca”*. Segundo o relato de seu Valdir, a *Aguardente Aratanha* foi criada no final da década de 1940 e naquela época já existia a *Pitú*. Encontramos na Coleção Almirante, uma cachaça intitulada *Curuca*, da cidade de Ribeirão, em Pernambuco, restava então “Aratanha” para ser registrado e se tornar um nome exclusivo no mercado.

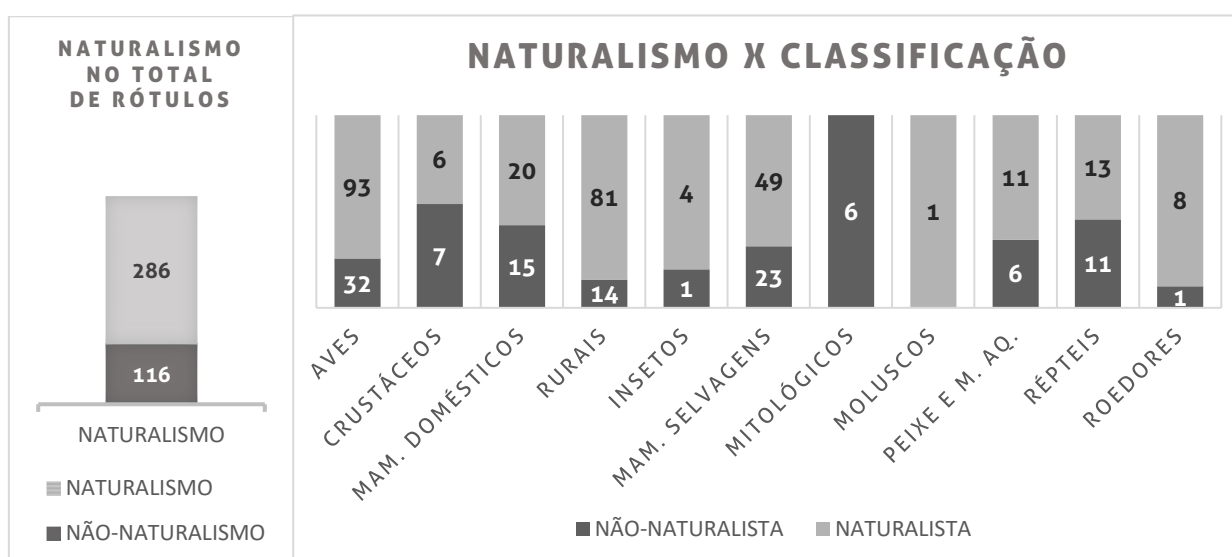
As cachaças que utilizavam o mesmo animal e repetiam a mesma designação, ou ignoravam o registro de marcas, ou simplesmente não tinham essa preocupação de possuir um nome exclusivo por serem de pequena produção e se dedicarem mais à venda local. Muitos dos casos das cachaças com nomes idênticos fazem parte do grupo de rótulos de estoque.

6.1.2 Ingredientes de estilo analisados

A partir da avaliação de alguns dos ingredientes de estilo apontados por Ashwin (1979), percebemos que algumas polaridades nas variáveis se destacam. No quesito naturalismo, a maioria das representações de animais adotam o ingrediente naturalista (gráf. 6.2). Nas marcas que adotam o não-naturalismo, normalmente o animal está envolvido em alguma ação relativa ao ato de beber, segurando uma garrafa ou taça por exemplo. Ao relacionarmos

tal variável com a classificação de animais exposta no capítulo 4, observamos também algumas recorrências (gráf. 6.3).

A maioria das categorias utilizam o naturalismo em prol do não-naturalismo, com exceção dos mitológicos e dos crustáceos, por uma pequena diferença. No caso dos mitológicos, a escolha do animal incide diretamente nessa variável, visto que, por se tratar de um ser irreal, não há como enquadrá-lo na outra polaridade. Os crustáceos estão praticamente divididos na forma de uso deste ingrediente, com a polaridade não-naturalista contando com apenas 1 exemplar a mais. Aquelas categorias nas quais o ingrediente naturalista se sobressai por uma grande diferença são: as aves, os animais rurais, os mamíferos selvagens, os insetos, roedores e o grupo dos peixes.



Gráficos 6.2 e 6.3. Ingrediente naturalismo avaliado nos 402 rótulos de animais e relação entre esse ingrediente e a classificação proposta para as espécies representadas.

No caso do ingrediente *gama*, que foi dividido em cinco níveis, aquele que se mostrou mais recorrente foi o nível “ambíguo”, com cerca de um terço das recorrências, os níveis que tendem a um detalhamento expandido e aqueles que tendem a um detalhamento contraído (ou *restrito*) dividem um número semelhante de ocorrências (gráf. 6.4). Essa variável tem relação direta com o nível técnico da produção, e, por tal razão, muitas produções caíram na ambiguidade do detalhamento, visto que, se por um lado tentavam detalhar o animal tendendo à polaridade de gama expandido, por outro, perdiam detalhamento por não possuírem um bom refinamento técnico, ocasionando erros no registro das matrizes, por exemplo. Por outro lado, cabe ressaltar que nem sempre os rótulos que foram enquadrados como “contraídos” ou “quase contraídos” detêm menos qualidade técnica.

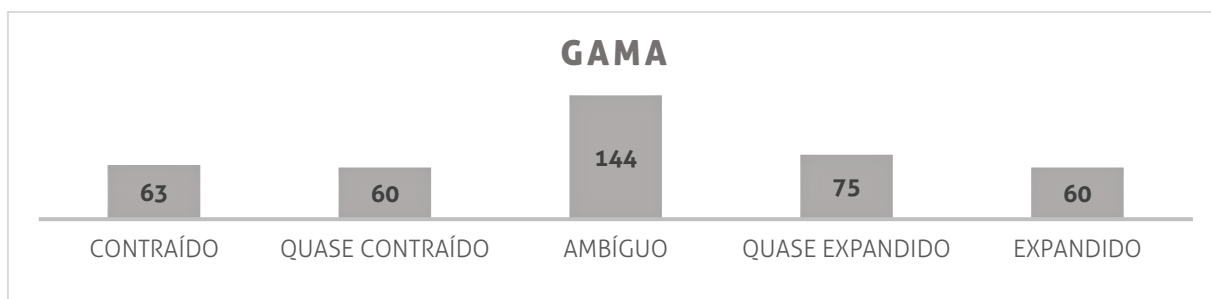


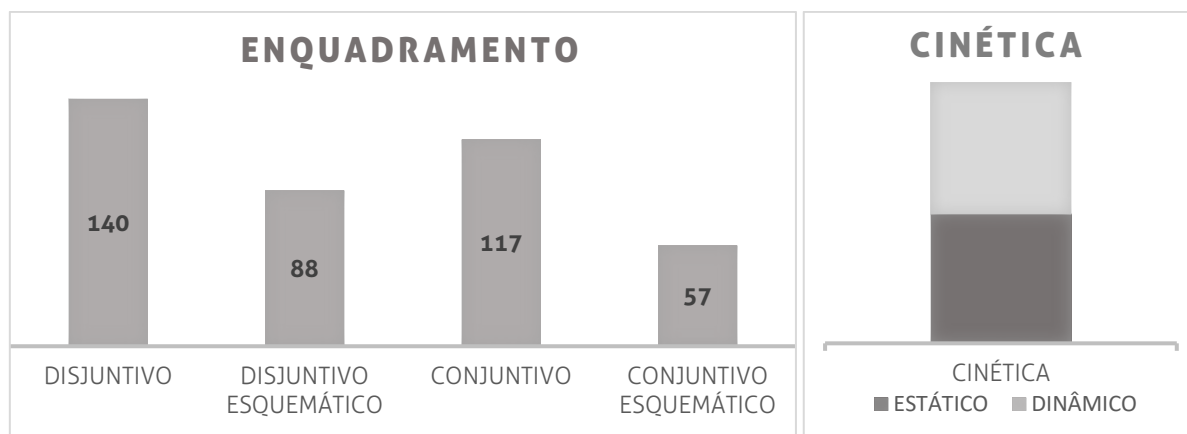
Gráfico 6.4. Avaliação do ingrediente *gama* no grupo de rótulos de animais.

Observamos representações sintetizadas de animais que nos parecem de caráter intencional, como é o caso do rótulo *Cumbe* (fig. 6.1). Nesse rótulo, que discutimos em detalhe na próxima sessão deste capítulo, temos a figura de um gato com gama bem contraída, sendo quase uma silhueta. Mas observamos que existe conhecimento técnico pelos recursos utilizados. O rótulo é impresso em preto, cinza e prata e o casamento das matrizes é bem feito, garantido o detalhe das partes em branco no elemento pictórico *gato*. O recurso de pontilhamento que poderia ter sido aproveitado para detalhar o animal, foi utilizado na fumaça da usina, comprovando que sua ausência não foi por desconhecimento, mas de caráter intencional. O naturalismo e a gama são variáveis que podem estar relacionadas entre si, utilizando ainda como exemplo o gato do rótulo *Cumbe*, o baixo nível de detalhamento neste caso, comprometeu o naturalismo da representação.



Figura 6.1. Recortes do rótulo *Cumbe* e detalhes.

O ingrediente enquadramento, por sua vez, é bem dividido com leve tendência ao enquadramento disjuntivo (gráf. 6.5). Já a cinética é praticamente dividida por igual entre as duas polaridades (gráf. 6.6); das figuras de animais, 199 foram consideradas como estáticas, enquanto 203 foram consideradas como dinâmicas, entre os estados brasileiros essas polaridades também se mostraram bem divididas.



Gráficos 6.5 e 6.6. Avaliação dos ingredientes de estilo intitulados "enquadramento" e "cinética".

Criamos um gráfico (gráf. 6.7) para observar o ingrediente enquadramento relacionado aos estados brasileiros. Como observamos anteriormente, existiam modelos gráficos que se perpetuavam nas produções, dentre os quais, no grupo de animais, podemos citar aqueles que chamamos de modelos gráficos *Tatuzinho* (1), *Pernambuco* (2), *Pitú* (3) e *Alvorada* (4) como aqueles que se destacaram no grupo de animais. Desses, o único que possuía um enquadramento conjuntivo era o modelo gráfico "Tatuzinho". No gráfico 6.7, as modalidades de enquadramento conjuntivo estão representadas em cinza mais escuro, enquanto as de enquadramento disjuntivo estão em cinza mais claro. Deter-nos-emos a analisar os estados com população superior a dez exemplares, visto que, abaixo disso, a contagem torna-se muito tendenciosa. No estado de São Paulo, observamos que as produções tendem a utilizar o enquadramento conjuntivo tal qual o modelo gráfico "Tatuzinho", também de origem desse estado.

Contrariamente, na mesma região, o estado do Rio de Janeiro possui mais tendência ao polo disjuntivo, assim como também o estado de Minas Gerais. As diferenças só realmente se destacam entre as polaridades nos estados nordestinos. Pernambuco é aquele que possui menor índice de enquadramentos conjuntivo, o que apoia a ideia de que havia uma tendência na composição visual corrente nesse estado, potencializada pelos modelos gráficos encontrados que eram utilizados como referência no período. À medida que vamos nos distanciando geograficamente de Pernambuco, o enquadramento disjuntivo vai cedendo lugar ao conjuntivo de forma gradativa.

Temos na Paraíba e em Sergipe a predominância do enquadramento disjuntivo, enquanto que, na Bahia, as duas polaridades são praticamente equivalentes. Por sua vez, a escala do Paraná se assemelha mais à do estado de São Paulo. Os outros ingredientes de

estilo, já pontuados aqui, não apresentaram diferenças significativas entre os estados brasileiros, repetindo os resultados dos gráficos gerais de cada variável.

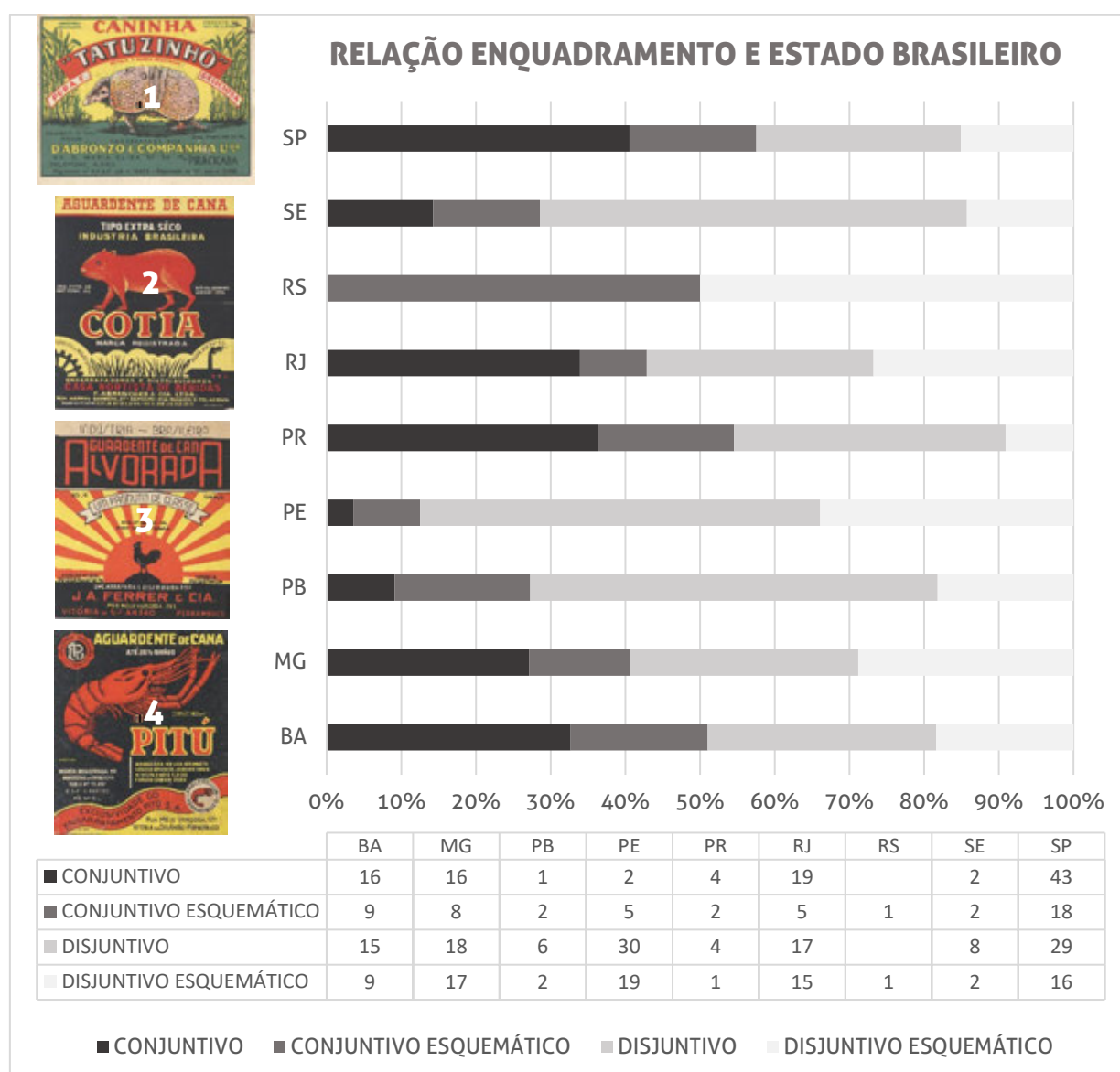


Gráfico 6.7. Relação Enquadramento e estado brasileiro, ilustrada por modelos gráficos e rótulos da Coleção.

A partir da análise desses ingredientes de estilo específicos, percebemos que os mesmos variavam bastante. Todavia, como tendência geral das representações dos animais, podemos indicar que o estilo naturalista era o mais utilizado. Um indicativo de que, de forma geral, as pessoas conheciam bem os bichos para representá-los. A gama, o enquadramento e a cinética possuíam recorrências bem divididas entre as polaridades. Mas podemos falar do uso mais recorrente do enquadramento disjuntivo nos estados nordestinos, com ênfase em Pernambuco.

6.1.3 Recorrência cromática

É sabido que, quanto mais cores um impresso possui, mais oneroso se torna. Para cada cor impressa, a cromolitografia utiliza uma matriz, constituindo um complexo processo de seleção manual da cor, visto que cada cor é desenhada separadamente em uma nova matriz de pedra e, ao final, constituem a imagem. Conforme Cunha Lima (1998), nos inícios da cromolitografia, as cores eram aplicadas em áreas sólidas lado a lado (justapostas). É pelo fim do século XIX que surge um método de pontilhamento da imagem, que permitia maior sutileza por meio de delicados gradientes, sendo possível obter uma gama completa de cores, garantindo um efeito policromático mais rico e realista.

A seleção de cores manual exigia um maior apuro técnico. Nesse âmbito, o cromista era o responsável técnico, recebendo os originais e fazendo a separação de cores manualmente, podendo as impressões utilizar até 20 pedras para compor o resultado final. Era esse profissional que determinava, de acordo com o orçamento e o tempo de trabalho, a quantidade e a escolha das cores que poderiam ser utilizadas na composição. No estudo de Barros *et al.* (2016), os autores apresentam rótulos cromolitografados que compreendem o período áureo da cromolitografia, a partir da década de 1880 até o seu declínio em função do processamento fotomecânico.

Os autores dividem esse conjunto em dois grupos: (1) rótulos para consumo de luxo (charutos, sabonetes, tecidos), nos quais identificam referências iconográficas europeias e técnicas de pontilhado avaliadas com cerca de 8 a 12 cores de seleção; e (2) rótulos para consumo popular (cigarros, bolachas, chocolates), que recorrem a motivos iconográficos brasileiros e impressões mais econômicas, utilizando entre 3 e 6 cores. Nessa divisão apontada pelos autores, os rótulos de aguardente estariam dentro do grupo para consumo popular. Analogamente, nos 402 rótulos observados neste estudo, o uso de cores varia entre 1 a 5 cores de seleção. Podemos considerar que o modo de impressão utilizado na produção de rótulos de aguardente no período de 1940 e 1950 era ainda mais econômico que a amostra de rótulos para consumo popular analisado pelos autores, com datas estimadas entre o final do século XIX e início do século XX.

Isso pode ser explicado por dois fatores: primeiramente, quanto mais complexa a mistura de cores, um maior aparato técnico era necessário, o que algumas gráficas poderiam não possuir. Em segundo lugar, quanto maior o número de matrizes, maior o tempo e a dedicação para o preparo do impresso, e, conseqüentemente, maiores eram os custos. Nem todos os engarrafadores podiam arcar rótulos mais sofisticados ou se dispunham a isso, ademais, impressos efêmeros podiam também ter menos tempo dedicado devido à cultura

de ser um artefato descartável, ainda mais para um produto de consumo popular. No nosso *corpus* de análise, a maioria dos rótulos utiliza de três a quatro cores de seleção. Observamos a utilização tanto da justaposição ou sobreposição de cores sólidas, como da mistura ótica propriamente dita para composição de tons. O verde, por exemplo, é comumente obtido por meio da sobreposição do amarelo e do azul (fig. 6.2), através de pontilhismo, hachuras, ou mesmo destas cores sólidas, sendo distinguido por meio dos pequenos erros de registro.

As cores de seleção que prevalecem são as mais básicas: azul, vermelho, amarelo e preto. Dessas, o preto e o vermelho são os mais recorrentes. Vez ou outra temos o uso do dourado ou do prata como forma de enobrecimento da produção. Obviamente as cores conotam sentimentos, emoções e significados, mas as intenções não parecem ter sido essas na maioria dos rótulos que trazem a temática de animais. Notamos que a escolha das cores tem a ver especialmente com (1) os recursos técnicos, (2) com a tentativa de representar as cores reais do próprio animal e de outros elementos pictóricos, e (3) com a adoção de modelos gráficos. O rótulo *Garça* (MG) (fig. 6.3), por exemplo, utiliza apenas três cores de seleção (vermelho, amarelo e azul), mas graças ao uso de hachuras, visualmente temos também o laranja no céu, os diferentes verdes nas vegetações e o marrom nas montanhas. Neste, observa-se que as cores são utilizadas de modo a se aproximar dos objetos reais que representam: a garça é branca, a vegetação e a cana são verdes, o céu ao entardecer é laranja.

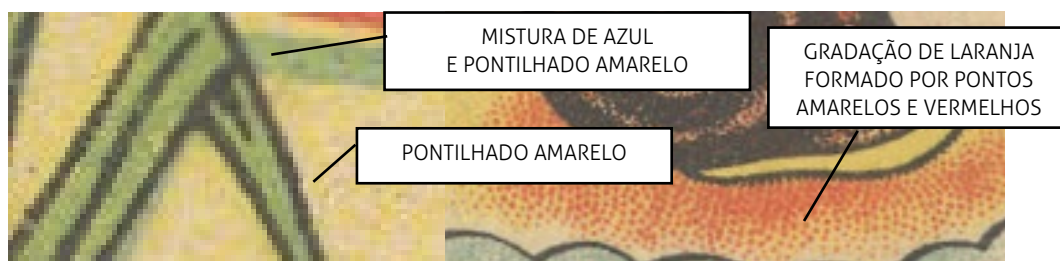


Figura 6.2. Detalhes das misturas de cores em rótulo da Coleção Almirante.



Figuras 6.3 e 6.4. Rótulo *Garça* (MG) e detalhe de mistura cromática. Rótulo *Ximbica* (ES) e detalhe das hachuras utilizadas para graduação da cor verde. Fonte: Coleção Almirante (Acervo da Fundação Joaquim Nabuco).

Contrariamente no rótulo *Ximbica* (fig. 6.4), a escolha das cores vermelho e verde parece ser aleatória, não fazendo relação com a cor real da galinha. Podemos avaliar o significado dessas cores na composição, mas nos parece que essa escolha tenha um caráter mais eventual, tendo se baseado nas preferências do fabricante ou gravador, na disponibilidade de tintas, na conveniência no processo de produção ou mesmo no despreparo técnico em misturas cromáticas. Observa-se que nesse exemplar, quase não há mistura de cores, o vermelho e o verde são apenas justapostos. Apenas no letreiro “Especial aguardente de cana” ocorre uma sobreposição que resulta no marrom. A gradação de claro e escuro acontece apenas na matriz verde com uso de hachuras.

Há ainda os casos em que a escolha das cores serve simplesmente para seguir modelos gráficos, como é o caso dos modelos Pitu e Pernambuco, já previamente apontados. Nessas produções, não importa a cor real do animal ou dos outros elementos pictóricos, ou mesmo as possíveis relações de significado atribuídas, trata-se simplesmente da repetição de uma tendência. Dos 56 rótulos pernambucanos estudados, 40 deles utilizam este trio de cores, dos quais todos recorrem parcialmente ou totalmente a algum dos modelos gráficos observados nesse estado (Alvorada, Pitú e Pernambuco). Nos outros 10, as escolhas são mais variadas ampliando as cores de seleção com o uso do azul ou mesmo verde. Isso reforça a tese de que o uso desse conjunto de cor nesse estado esteja relacionado à adoção dos modelos gráficos, visto que nos outros estados essas ocorrências não têm tanta expressão.

Na Bahia, por exemplo, dos 49 exemplares da categoria animais, 14 utilizam esse trio de cores, mas apenas 2 destes rótulos recorrem a algum modelo gráfico pernambucano. O uso do azul e do verde nas rotulagens desse estado é bem superior. À medida que vamos nos distanciando de Pernambuco, continuamos a ter o uso do preto e do vermelho fortemente, mas aliados a outras combinações de cores e composições. Coincidentemente ou não, na região Sudeste, que como já expomos era a que possuía um maior desenvolvimento da produção gráfica, é também a região que possui rótulos com mais variações cromáticas. Claramente o azul e o verde aparecem mais nas representações, dando outra identidade às produções.

6.2 Aprecie com moderação

No capítulo 4 apresentamos a recorrência da temática de animais e relacionamos as espécies encontradas com a fauna brasileira. No entanto, não discutimos as causas de tal recorrência como um todo, nem a predileção por certos animais. Primeiramente, temos que considerar todo o contexto que já foi apontado até aqui no que diz respeito à produção gráfica, ao

registro de marcas, à crescente variedade de produtos industrializados e à grande produção de aguardente do período. Rótulos já eram uma realidade nas nações que se industrializaram mais cedo. No final do século XVIII, a descoberta da litografia por Senefelder abriu novos horizontes para os impressos, que poderiam agora ter suas letras desenhadas e ganhar também ilustrações (HUMBERT, 1972).

No caso do Brasil, que teve uma industrialização tardia, é natural que os primeiros artefatos produzidos para os produtos nativos refletissem os motivos iconográficos europeus que já circulavam no mercado em produtos importados. Além do que, temos que considerar que os primeiros operadores de máquinas nos estabelecimentos gráficos eram estrangeiros (MELO & RAMOS, 2011). Nesse contexto quais eram os temas que apareciam nos rótulos estrangeiros? Em Humbert (1972), publicação dedicada inteiramente a rótulos, apresentam-se exemplares de rótulos do século XVII ao século XX de diferentes países (fig. 6.5).

Como já abordamos no início deste capítulo, esse autor relaciona o gosto e o estilo dos diferentes períodos ao visual dos rótulos, além da produção gráfica e das exigências de mercado. Ora, já sabemos que, em termos técnicos, já possuíamos recursos para representar pictoricamente, com relativa liberdade técnica, os mais diversos animais, estamos na fase dos rótulos ilustrados; igualmente sabemos que o registro de marcas de comércio poderia incluir as mais diferentes imagens; resta-nos, de fato, compreender a predileção temática por animais nas aguardentes brasileiras. Humbert (1972) aponta que havia certos temas que apareciam nos rótulos independente do gênero dos produtos: a figura feminina, bandeiras, brasões, medalhas e figuras apetitosas dos alimentos que estavam sendo vendidos.

Ao folhear os exemplos diversos exibidos nessa publicação, encontramos leões e cavalos em representações heráldicas para rotular um mingau superior, águia em rótulo de absinto francês do século XIX, guardas a cavalo em perfume do século XIX, criança brincando com cachorro em um rótulo de algodão, pássaro cardeal em rótulo de fruta nos EUA no século XX, crustáceo em rótulos de mostarda, peixe em rótulo de vinho francês, elefante estampando rótulo de café e outros. Trouxemos alguns destes exemplos compilados na figura abaixo (fig. 6.5).



Figura 6.5. Alguns dos rótulos com animais expostos por Humbert (1972). (1) Rótulo de Vinho (CH), (2) Rótulo da Mostarda amora (CH), (3) Rótulo de Fruta *Marca Cardeal* (EUA, século XX), (4) Rótulo de Algodão, (5) Absinto (FR) (século XIX).

Como se nota pela figura 6.5, o uso dos animais parece independe dos produtos, mas o repertório se volta aos animais mais clássicos. Isso também acontece nos rótulos de aguardente: leões, cavalos, águias, galos, vacas. Por sua vez, ao tratar da rotulagem cigarreira, dentre alguns temas que Davidson (1989) apresenta estão: homens e mulheres famosos, patriotismo, vaqueiros e índios, transportes, crianças, esportes, jogos de azar e animais. Segundo o autor, antes do século XX, animais não eram uma temática predominante, aparecendo apenas ocasionais cachorros, gatos, corridas de cavalo para motivar os apostadores que também eram fumantes e sujeitos andando a cavalo, o primeiro meio de transporte do período. Para o autor, as coisas começam a mudar nos inícios do século XX, visto que a equipe de artistas de companhias litográficas passou a ser pressionada para usar novos temas, e, com a introdução de alguns animais e pássaros nas amostras, o novo tema começou a se popularizar.

Cavalos passaram ser retratados como figuras principais, sendo representados inclusive alguns dos campeões conhecidos pelo público cigarreiro. Outros animais predatórios apareceram como águias, leões, tigres (*tigerettes*) e lobos. Também apareceram brigas de galo, peixes, os já conhecidos cachorros, gatos e casos inusitados como um morcego preto. Quem nunca ouviu falar dos cigarros *Camel*? (representados por um camelo) (fig. 6.6). Observando os exemplos dispostos pelo autor, os títulos adotados também se voltam mais à estratégia da ancoragem, mas as espécies são bem genéricas (gato branco, lobo), trazendo apenas nomes específicos no caso de cachorros (pug), passarinhos (beija-flor) ou o nome próprio de alguns animais (*Peter Manning*, um cavalo campeão).

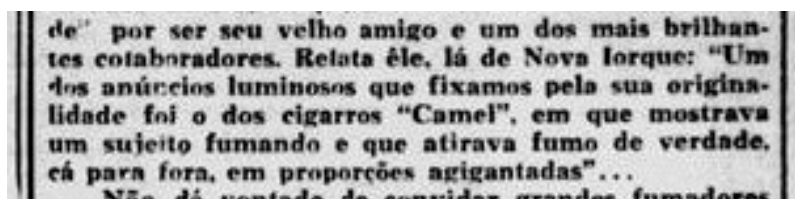


Figura 6.6. Fragmento do Diário da tarde (PR) de 1956 falando sobre um dos anúncios dos Cigarros *Camels*. Fonte: Castro, 1956, p.1. Acervo digital da Biblioteca Nacional.

Ou seja, dadas essas amostras, já sabemos que animais já constituíam um tema em outros países antes mesmo de serem utilizados nos rótulos brasileiros. O desenvolvimento de nossa rotulagem é mais tardio e o registro de marcas só passa a vigorar nas terras tupiniquins no final do século XIX. Isso, aliado aos imigrantes estrangeiros comandando as gráficas e aos produtos estrangeiros que circulavam aqui, já respondem parte do mistério da bicharada. É relativamente fácil encontrar animais em impressos efêmeros brasileiros ao consultar publicações na área de memória gráfica. Como exemplo podemos citar a pesquisa de Heynemann, Rainho & Cardoso (2009), que apresenta parcela relevante do acervo de marcas e rótulos das décadas de 1870 a 1890 salvaguardadas no Arquivo Nacional, documentando a primeira iniciativa à propriedade industrial no Brasil, datada de 1875 como já expomos.

Os autores utilizam sete volumes de livros de registro de marca custodiados pelo Arquivo Nacional, que integram a série *Indústria e Comércio*. Folheando essa publicação, encontramos vários exemplos de rótulos de variados produtos utilizando animais já naquela época, tanto de origem brasileira, como de origem estrangeira e que foram aqui registrados. Algumas escolhas fazem relação direta com o produto como um rótulo de banha que utiliza um porco ou um veneno formicida que traz uma ilustração de uma formiga. Os demais animais não têm relação com a produção do produto, tendo sido adotados por outras razões.

Alguns dos produtos apresentados com figuras de animais nessa publicação referida são: *Cigarrinhos urubus*, *Cerveja leão*, *Cigarros da Marca Tigre*, *Cigarros Especiais Mosca*, *Tesouras Marca Touro*. Outros animais vistos foram cavalos de corrida, passarinhos, cachorros, águias e carneiros. Na visita feita ao Arquivo Nacional durante o mestrado também registramos imagens de animais nos registros de marca. Trouxemos aqui uma marca registrada que utiliza um galo (fig. 6.7) e uma fábrica de licores cujo símbolo é um gato (fig. 6.8). Já apresentamos também neste documento, no capítulo 3, um sabão doméstico que utiliza um elefante e o fumo pelicano (figura de ave) (fig. 3.3).



Figuras 6.7 e 6.8. Marca registrada com figura de galo. Rótulo M. Alves & Cia – Rio de Janeiro.

Fonte: Livros da Junta Comercial do Rio de Janeiro (1843). Acervo do Arquivo Nacional. Fotos: Swanne Almeida.

Cardoso (2009), ao falar sobre tais produções, aponta que nada vem do nada, tendo as marcas registradas se formado a partir de uma série de antecedentes tipográficos e imagéticos. Notamos que os exemplos observados dos rótulos estrangeiros e mesmo dos brasileiros no final do século XIX trazem os mesmos animais: águias, leões, gatos, elefantes, galos, peixes; tendo os rótulos brasileiros claramente se espelhando na iconografia estrangeira. Observa-se nesse período, grande uso de animais em conjunto com brasões, em vivas referências heráldicas, não é de surpreender a recorrência nos artefatos de leões, águias, gatos, cavalos e outros, já que foram tradicionalmente utilizados na composição de brasões por séculos. Observamos que isso ainda repercutia nos rótulos de aguardente das décadas de 1940 e 1950, visto que os animais que se mostraram mais recorrentes na Coleção Almirante eram os mesmos utilizados na heráldica.

Como expomos anteriormente no capítulo 4, os animais de maior incidência, no total de 402 rótulos com figuras de animais, foram respectivamente: galos, gatos, águias e leões. Todavia esses animais que se mantiveram como mais frequentes vinham revestidos de uma linguagem popular mais adequada ao público consumidor da cachaça, salvo algumas representações que utilizavam brasões. Em um período mais próximo do correspondente aos rótulos da Coleção Almirante, encontramos também animais em outros impressos da litografia comercial brasileira. Sobre isso, Cardoso (2009), em sua avaliação das marcas do final do século XIX aponta que a linguagem visual dos rótulos litografados tem muito em comum com outros produtos da litografia comercial da época, como cartazes. Essa tendência parece continuar décadas a frente, que não é de se surpreender visto que os mesmos artistas gráficos que trabalhavam nas litografias eram responsáveis por diferentes impressos efêmeros.

Os exemplos que trouxemos são de décadas variadas. Da esquerda para direita, temos a embalagem da Gomma Cysne (SP, 1920), utilizando a ave numa relação direta entre o nome e o animal (fig. 6.9); a propaganda do carro “Turismo Sport Lincoln”, publicado na

revista "O Cruzeiro" em 1929, utilizando uma borboleta para simbolizar toda a elegância do produto, velocidade e leveza sonora do motor (fig. 6.10); e a propaganda da Goiabada da Marca Peixe, que apresenta uma cena com um homem abrindo a lata do produto e um pato espreitando (fig. 6.11), nesse exemplo encontrado no Anuário Açucareiro do Rio de Janeiro de 1942 já temos uma linguagem visual mais próxima da que encoramos nos rótulos de aguardente do período, que tem um tom bem mais popular do que esses exemplos do fim do século XIX e início do século XX.



Figuras 6.9, 6.10 e 6.11. Embalagem *Gomma Cysne* Guilherme Schmidt (SP) (1920). Fonte: Klintowitz (1988, p.69). Propaganda de *Carro Lincoln*, Revista "O Cruzeiro" (1929). Fonte: Klintowitz (1988, p. 199). Propaganda *Goiabada Peixe*. Fonte: *Anuário Açucareiro* (IAA, 1942).

Cunha Lima (1998, p. 102) nota que a linguagem do rótulo de cachaça mudou em função do produtor da imagem comercial:

Como resultado da gradual passagem das litografias, antes operadas por profissionais de classe média, para as mãos de operários das gráficas, houve uma mudança conceitual na estética do rótulo que adquire as características vernaculares que nos acostumamos a procurar nos rótulos de cachaça. Na verdade os rótulos de cachaça cedo adquirem o tom mais popular que será necessário para comunicar-se com o seu público (CUNHA LIMA, 1998, p.102).

Os novos autores dessas artes gráficas foram um dos fatores potencializadores da brasilidade desses animais que aparecem nos rótulos de aguardente. Não apenas por passar da classe média para o operário, mas temos que considerar também que antes havia muitos técnicos estrangeiros que comandavam as litografias, agora estamos com brasileiros nas oficinas e o repertório de nossa fauna foi incorporado às produções. Então, se por um lado podemos apontar o uso de animais em rótulos estrangeiros como um precursor para a repetição desta temática nos rótulos e artefatos da litografia comercial brasileira, por outro

lado ponderamos que isto não foi fator único para caracterizar a grande expressão dessa temática nos rótulos de aguardente estudados.

O produto “cachaça”, seu meio de produção, seu público-alvo, o período ao qual esses rótulos pertencem, a própria diversidade da fauna brasileira, as cachaças populares que utilizavam animais nas marcas, a circulação de mercadorias e da produção gráfica são também fatores atrelados a esta recorrência temática e a forma como se expressou nas composições visuais. Elucidaremos tais pontos por partes.

Primeiramente, é preciso destacar que não observamos em outros impressos efêmeros a especificidade de espécies que encontramos nos exemplares da Coleção Almirante. Enquanto nos exemplos visto até aqui de rótulos estrangeiros e brasileiros do final do século XIX e início do século XX, no geral, não há especificação das espécies, sendo animais mais genéricos; os rótulos de aguardente das décadas de 1940 e 1950 apresentam grande incidência também de espécies locais como araponga, aratanha, guariba, araçari, mocó, conhecidos de nossa fauna. Cabe ressaltar que não estamos implicando na ausência de animais mais específicos na rotulagem de outros produtos da época, para isso teríamos que ter estudado outros acervos da dimensão da Coleção Almirante. Mas estamos afirmando que isto com certeza ocorria no caso dos rótulos de aguardente e esclarecendo tal predileção.

Reiteramos que os animais se tornaram uma temática nas amostras dos estabelecimentos litográficos já no final do século XIX, observada graças ao registro de marcas nos livros das juntas comerciais brasileiras. Com o grande estouro de marcas de aguardente no governo de Getúlio Vargas, dada a obrigatoriedade de rotulagem em pequenos vasilhames já previamente mencionada nesse estudo, havia a necessidade de as marcas se diferenciarem umas das outras e recorrer a nomes de bichos parecia uma estratégia bem viável. Temos grande diversidade de fauna, os engarrafadores poderiam intitular suas bebidas com nomes únicos de animais conhecidos do público, que poderia identificá-los pelas imagens sem nem mesmo precisar ler. E, como já abordamos, tal tendência foi potencializada em algumas regiões pelas marcas de cachaças que utilizavam animais que se popularizaram, como também pelo uso de modelos gráficos nos estabelecimentos litográficos e pela circulação da produção gráfica e das mercadorias.

Como vimos no capítulo da fauna brasileira, os animais, em sua maioria, eram representados com riqueza de detalhes nos rótulos. O guaiamum era diferente do caranguejo e do aratu. Potó e bitu eram insetos diferentes, assim como preá e mocó eram diferentes roedores. Os produtores nos engenhos, os engarrafadores, os artistas gráficos e o público da aguardente conheciam os bichos. Temos de considerar que estamos falando de

um Brasil cuja população urbana ainda não superou a rural, os bichos estavam em todo lugar e a aguardente era um produto do meio rural, que acompanhava as festividades e que era feita nos engenhos em propriedades rurais. É natural que isso reflita no repertório utilizado nos rótulos.

Os animais geravam aproximação e identificação com o público, pois estavam presentes nos arredores dos engenhos, no cotidiano rural e nos divertimentos: brigas de galo, pescaria, caça, criações das propriedades rurais, a captura de passarinho em arapuca, feira de passarinho, jogo do bicho, zoológico, corridas de cavalo, nas fábulas e lendas. Eles estão próximos dos brasileiros desde os costumes indígenas de adotá-los como mascotes, não eram bichos para consumo, eram *animais familiares*. Como aponta Velden (2014), as espécies adotadas como filhos pelos índios eram variadas: araras, papagaios, periquitos, macacos, quatis, antas. Também foram incorporados às famílias os bois, galinhas e cavalos trazidos pelos europeus. Antes de aparecerem nos rótulos de cachaça, os bichos já faziam parte inclusive do folclore da bebida: bafo de onça, gambá (beberrão), tomar um ganso, estar pombinho, farejar o tigre e assim por diante (SOUTO MAIOR, 1985).

No Nordeste, a importância mística dos bichos é bem considerável. Histórias, cantos, poesia e até no anedotário obscuro, que, segundo Freyre (2013), é consequência da ligação íntima com a vida sexual do menino de engenho. Temos de um lado animais importados como o cavalo, o boi, o burro, o gato que protagonizam fábulas. De outro temos o que Freyre (2013) chama de os animais da terra, como a onça, o tatu, o cágado, a raposa, a cobra, às vezes substituindo os animais exóticos das histórias, sejam elas europeias, asiáticas ou africanas. O autor ainda aborda que para parte da gente do litoral, os animais da terra são todos “bichos”, criaturas quase que indiferenciadas, os “animais” são aqueles mais familiares, os trazidos da Europa. Reiteramos que a população ainda era majoritariamente rural e o repertório imagético é um reflexo disso. Como expõe Freyre (2013):

Alguns animais exóticos parece que se tornaram conhecidos nos engenhos e nas feiras do Nordeste, através dos ciganos que iam de um engenho a outro, diz a tradição que com meninos, às vezes roubados, que faziam acrobacias sobre cavalos, geralmente também roubados; com ursos verdadeiros, ou então fingidos – só a pele ou a imitação da pele do animal por cima de um homem – que dançavam ao som de pandeiros; com macacos ou macacas grandes, vestidas de sinhás, cheias de laços de fitas, que também dançavam e faziam graças. (FREYRE, 2013, p. 108).

A fim de demonstrar toda essa confluência de referências de bichos em várias expressões culturais, trazemos espécimes de rótulos para a análise semiológica com a finalidade de fechar a abordagem acerca do uso de animais nas marcas de aguardente presentes na Coleção Almirante. Agrupamos os rótulos em referências e atividades do

período como: jogo do bicho, a caça, a pesca, música popular e assim por diante, mas nomeamos cada sessão por expressões folclóricas relacionadas ao contexto dos tópicos abordados. Cabe salientar que as possíveis referências em cada produção são múltiplas, tendo sido essa divisão feita em caráter didático. As análises são acompanhadas também por falas do grupo focal realizado (ENTREVISTADOS, 2018).

6.2.1 Aquele cabra é muito águia

O cabra que é muito águia é aquele que é sabido e tem muita experiência (MOTA, 1978). As águias, como já expusemos, são os animais mais recorrentes na Coleção Almirante, juntamente com os galos, gatos e leões, estando presente em 26 exemplares. A águia é um símbolo universal de poder, força e autoridade. Essa é uma ave guerreira e predadora, considerada como rainha das aves (CHEVALIER & GHEERBRANT, 2018). Muitos países adotaram-na como símbolo nacional, como é o caso dos Estados Unidos e da Alemanha. Por sua vez, no Brasil, a águia é o número 2 no jogo do bicho e o símbolo da Academia de Força Aérea Brasileira. É certo que existem águias na fauna brasileira, mas as aves que aparecem na coleção não fazem relação pela designação da bebida com nenhuma águia específica, são todas denominadas genericamente de águias. A repetição parece ter mais influência estrangeira, que como já apontamos era um dos animais frequentes na rotulagem de outros países. Na Coleção Almirante, alguns desses exemplares trazem também águias em representações mais heráldicas, associadas a brasões.

Podemos, dessa forma, citar três pontos explicativos para essa recorrência: a heráldica, as marcas estrangeiras e o simbolismo de poderio associado a esse animal. Se repararmos nos animais mais recorrentes nos rótulos de aguardente: águia, galo, gato, cavalo e leão, todos funcionavam como figuras heráldicas. É possível imaginar que a heráldica tenha influenciado as marcas estrangeiras e, por consequências, as brasileiras. A heráldica é um sistema simbólico utilizado há muito tempo para diferenciar linhagens, reis, cavaleiros, regiões, mercadorias, entre outros grupos e objetos. Esse sistema constituiu-se como processo organizado e regulamentado na Idade Média (NOGUEIRA, 2014).

Embora a tradição dessa ciência remonte à heráldica de família, Nogueira (2014) aponta que, ao longo do tempo, outros campos foram incorporando como a heráldica eclesiástica, real, de corporação militar, comercial, entre outras. Na tradição europeia, um brasão é um desenho criado utilizando símbolos e cores com a finalidade de identificar indivíduos, famílias, clãs, cidades, regiões e nações (fig. 6.12). Frutiger (2007) aponta que os

verdadeiros signos identificadores das pessoas ou dos soberanos eram integrados à estrutura básica do escudo, sendo classificados como figuras. Conforme o autor, na maioria dos casos, tais figuras provêm do campo dos sinais, mas constituem representações puramente figurativas, como é o caso dos animais.

Nogueira (2014), por sua vez, nota que nos escudos podem ser encontrados diversos animais como leões, águias. Cavalos, leopardos, galos, cães, cegonhas, serpentes, abelhas, cobras, javalis e até caracóis. Cada animal trazia significados específicos que seriam associados a essas identidades representadas pelos brasões: generosidade, nobreza, força, coragem e assim por diante. O rótulo que trouxemos para análise que utiliza o animal águia é a *Superfina Aguardente de Genipapo Alagoana* (AL) (fig. 6.13).

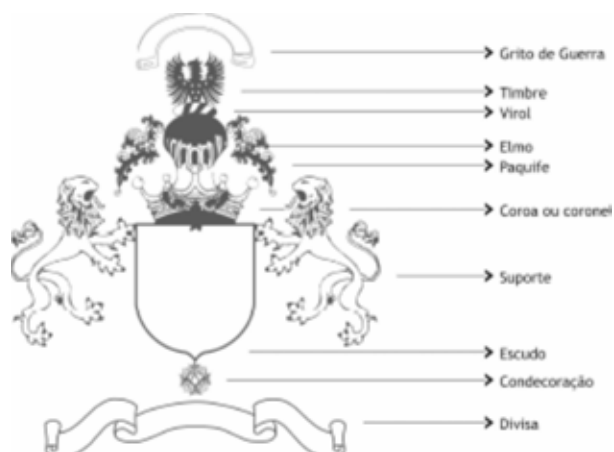


Figura 6.12 Adornos exteriores do brasão. Fonte: Nogueira (2014).



Figura 6.13. Rótulo *Superfina Aguardente de Genipapo* (década de 1940).

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Esse exemplar causou grande discussão no grupo focal, devido à presença da marca registrada intitulada Pátria, que poderia indicar uma mensagem de cunho político. Nesse sentido, para alguns do grupo, a águia estaria simbolizando o patriotismo, nacionalismo. Ou ainda algo relativo ao militarismo ou a aeronáutica. Alguns associaram ainda que as cores azul e vermelho, bem como a águia poderiam estar simbolizando os Estados Unidos e as interações entre esse país e o Brasil durante a Segunda Guerra Mundial (ENTREVISTADOS, 2018). Observando as características do rótulo estimamos sua datação do início da década de 1940, devido aos dizeres “isenta de saes de cobre”, preocupação condizente dos produtores naquele período, como também o indicador telefônico de apenas 3 números (ALMEIDA, 2013).

Buscando esclarecer tais especulações, procuramos por outro exemplar que trouxesse essa marca registrada, e só encontramos mais um, que trazia uma espécie de mapa da região Centro-oeste. Não conseguimos identificar a referência nesse último, talvez fosse algo relacionado à “Marcha para Oeste”, realizada no Governo de Getúlio Vargas para incentivar a ocupação do Centro-oeste brasileiro. Fato é que há uma indicação pelo outro exemplar que seja uma mensagem de cunho político e não uma escolha aleatória. Todavia, dada a grande recorrência de águia e a ausência de outros elementos gráficos que corroborem com significados mais específicos, acreditamos se tratar de um simbolismo para a superioridade nacional e o patriotismo. A relação entre o animal e a águia é de revezamento. “Alagoana” é uma referência à bebida que é produzida em Alagoas, numa valorização do produto da terra.

Em termos gráficos, o enquadramento foi considerado disjuntivo por não haver integração com o plano de fundo. A águia foi representada de forma dinâmica, sobrevoando a designação, contribuindo para a conotação da superioridade. Consideramos a representação como naturalista apesar da gama ter sido considerada ambígua. Houve uma tentativa de detalhar as penas da ave, mas que careceu de técnica ou mesmo capricho do autor. A perspectiva da ave também está meio distorcida, talvez tenha acontecido algum reaproveitamento de desenhos para composição do animal. Por outro lado, a qualificação “superfina” é contemplada por um letreiro caligráfico curvilíneo e bem desenhado, enobrecido também pelo uso da tinta dourada, algo não muito usual nos rótulos de aguardente. Temos uso de 5 cores: dois tons de azul, vermelho, amarelo e dourado. O verde foi feito a partir do azul claro e do amarelo. No contexto dos rótulos de aguardente, isso é uma verdadeira extravagância, feita especialmente para o público da Pátria.

6.2.2 Estar-cuspindo-fogo

Estar cuspindo fogo é o mesmo que estar embriagado (SOUTO MAIOR, 1985). O dragão é uma criatura que tem em suas representações aspecto réptil, podendo ter asas ou não, a depender das referências culturais. É uma figura que conota poder e está presente em várias lendas e mitos em diferentes civilizações. O animal deste rótulo (fig. 6.14) parece ser “brasileiro” e ter sido desenhado baseado em referências de nossa fauna como o jacaré e o calango (ENTREVISTADOS, 2018), possuindo também um aspecto de quimera, visto que a cabeça se assemelha à de um boi. O dragão também é uma referência à heráldica e nesse sentido remete à tradição, que é reforçada pelo elemento esquemático da moldura em estilo *Art Nouveau* e pela qualificação “Especial Aguardente”. Podemos considerar também uma referência a “São Jorge”, santo que ficou imortalizado na lenda em que mata um dragão. O rótulo é do estado da Bahia, que é um estado de grande riqueza cultural e de sincretismo religioso bastante acentuado como já mencionamos neste estudo.

Se tínhamos alguma dúvida para identificar esse animal, ela foi esclarecida pela designação que utiliza uma relação de ancoragem com a designação, retirando a ambiguidade. A tipografia sem serifas e em estilo estendido utilizada para a designação não acompanha o decorativismo e a sinuosidade da moldura. É um verdadeiro contraste das formas. Em termos gráficos, temos uma representação não-naturalista, já que nesse caso trata-se de uma criatura mitológica. Consideramos a gama com tendência ao polo contraído, visto que nesta análise nos concentramos no elemento pictórico. O dragão em si não apresenta grande detalhamento, foi representado em uma cor sólida, possuindo apenas leves hachuras e linhas que conferem mais volumetria à representação.

Foram utilizadas três cores: azul escuro, vermelho e amarelo. A sobreposição das tintas faz com que se assemelhem visualmente à cor preta. Considerando o animal mitológico “dragão” que cospe fogo, a conotação é bem clara, trata-se da associação do “fogo” com a água que arde (*água-ardente*), embora os únicos sinais de fogo que temos são as cores quentes utilizadas e as linhas saindo do nariz desta criatura.



Figura 6.14. Especial Aguardente Dragão e detalhes (estimado na década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

6.2.3 Salgar o galo

De acordo com Mota (1978, p. 123), salgar o galo significa “*ingerir, pela primeira vez no dia, qualquer bebida alcóolica*”. O galo é conhecido como símbolo de orgulho, reforçado pela sua forma de andar. Universalmente, esse animal é um símbolo solar, visto que anuncia a aurora (CHEVALIER & GHEERBRANT, 2018). O despertar e o cantar do galo são os conceitos mais adotados dentre as marcas que o escolheram como símbolo. No decorrer deste estudo, vimos os nomes “alvorada, alvoradinha, aurora, canta galo”. O galo é o despertar e a cachaça também tem essa conotação, ao ser a bebida que vigora e com a qual se inicia o dia. Em suas memórias, Gregório Bezerra relata como sua mãe o acordava de madrugada para cumprir uma de suas tarefas que consistia em juntar os bois e trazê-los de volta ao galpão:

— Acorde, meu fio. O galo já cantô três vêi!
Eu ficava dormindo. ela vinha, me levantava da esteira com toda a ternura. lavava-me o rosto e dava-me um gole de pinga, pois, segundo ela, servia para me dar-me coragem e espantar o frio. Realmente, eu tomava o gole de pinga e o sangue invadia-me o rosto e as orelhas. (BEZERRA, 2011, p.45).

Além do despertar, da vaidade, outras referências e conotações podem ser atribuídas. Mota (1978) faz referência à valentia, à voz ativa e o número 13 no jogo do bicho. Além desses significados, ou autor cita várias expressões, dentre as quais: galo arrastando a asa (cortejador de mulher), galo de briga (homem brigão), galo velho (indivíduo experiente) e cada galo em seu terreiro (cada pessoa em seu lugar). Podemos ainda apontar o uso do galo na heráldica, como uma das inspirações incutidas, bem como as brigas de galo, que faziam parte dos divertimentos na época. Ao observar embalagens estrangeiras e mesmo as brasileiras mais antigas, é notória a presença desse animal antes de toda essa recorrência

nas marcas de aguardente das décadas de 1940 e 1950. O que indica que a figura do galo, com todo o seu simbolismo enredado tem uso recorrente há tempos, os fabricantes de aguardente fizeram uma escolha em cima de algo que já era muito presente no entorno.

Nos exemplares que trouxemos, temos o rótulo “Silveira” (SP) (fig. 6.15) e “Rabo de Galo” (MG) (fig. 6.16). O Silveira trabalha com o mito do galo como despertar. A designação escolhida tem relação de revezamento com o animal, um trabalho de associação de ideias. “Silveira” pode estar se referindo ao silvo, à cantoria do galo. Há ainda a possibilidade de ser um trocadilho com o sobrenome de alguma figura, como cantor ou mesmo da família do fabricante. O galo foi representado de forma naturalista, apresentando inclusive esporas, algo que corrobora com a masculinidade do elemento (ENTREVISTADOS, 2018). O formato do rótulo é diferente do usual. Seu enquadramento foi considerado como conjuntivo, apesar de ser um pouco ambíguo.

A tipografia da designação escolhida não tem serifas e foi colocada de forma curvilínea, acompanhando o formato do rótulo e combinando com o conceito de melodia associado ao silvo das notas musicais representadas pictoricamente. O uso de uma leve sobra em preto garantiu mais vivacidade ao letreiro. As cores utilizadas na composição foram o amarelo, o vermelho, o preto e o verde. A representação do galo tem gama quase expandida, contando com um bom detalhamento e exploração dos recursos cromáticos, sendo possível enxergar também o emprego do laranja, conseguido por meio do trabalho de hachuras em vermelho sobre o amarelo.



Figura 6.15. Rótulo *Silveira* (SP). Estimado na década de 1950. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figura 6.16. Rótulo *Rabo de Galo* e detalhes (estimado na década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

No rótulo *Rabo de Galo* (MG) (fig. 6.16), por sua vez, a conotação está mais próxima da vaidade do galo. A figura retratada é imponente e de domínio. O galo foi retratado de forma dinâmica e seu andar é altivo, como se consciente da beleza de sua figura. Conforme Souto Maior (1985), Rabo de galo é um tipo de coquetel, que mistura cachaça com vinho ou vermute: “A Lanterna dos Afogados estava fechada. Ninguém pelas ruas, nem uma cabrocha para levarem para o areal. Nem uma venda onde bebessem um rabo-de-galo” (SOUTO MAIOR, 1985, p.117). Mota (1978) aponta a expressão como sinônimo de cachaça. O fato de a bebida usar o nome de um *drink* em que a cachaça vem misturada e adquire um sabor mais suave, pode conotar que essa cachaça já é boa o suficiente para ser tomada sozinha como o próprio *drink*, afinal ela é uma bebida “finíssima e composta com mel”.

A sinuosidade da tipografia cursiva escolhida para designação entra em conjunto com o rabo do galo que também é curvilíneo e pomposo. A grandiosidade desse animal pode ser associada à qualidade *dessa* aguardente. O enquadramento foi considerado como disjuntivo com esquemáticos devido ao círculo branco presente no plano de fundo, o qual ressalta ainda mais o elemento pictórico. A representação não é naturalista, o colorido é muito mais para embelezar do que para detalhar as cores reais da plumagem de um galo realístico. As cores utilizadas são apenas as primárias, mas graças ao trabalho de pontilhismo feito, foram alcançados outros tons, consideramos o ingrediente gama como quase expandido. O autor do rótulo se dedicou a fazer um rabo colorido e majestoso que atendessem à designação

escolhida. O colorido utilizado reforça a superioridade desse animal, como aponta Mota (1978, p. 124) “*Galo branco não aguenta uma briga*”.

6.2.4 Por onde passa o boi passa o vaqueiro e o cavalo

“*Por onde passa o boi passa o vaqueiro e o cavalo*” é um provérbio citado por Mota (1978, p. 75). Freyre (2013) cita que os dois grandes animais da civilização da cana-de-açúcar no Nordeste do Brasil foram o **cavalo** e o **boi**. Conforme o autor: *As ferraduras de cavalos e os chifres de boi – precisamente os dois animais mais ligados à civilização do açúcar, à conquista da mata pelo canavial – dão felicidade*” (FREYRE, 2013, p. 109). O cavalo está entre os bichos mais recorrentes na coleção, seja retratado de uma forma mais imponente, com nuances de sombra, que ressaltam sua figura; seja de forma mais simplificada em cor sólida. Freyre (2013) nota que, sem o cavalo, a figura do senhor de engenho teria ficado incompleta nos movimentos de mando e gestos de galanteria.

O cavalo foi importado para os engenhos do Nordeste. É um animal por excelência aristocrático, que conota domínio, superioridade e autoridade. Freyre (2013) nota que essa conotação de domínio da massa só se escapa nos cavalos dos gaúchos ou dos sertanejos. O senhor de engenho era quase um centauro: metade homem, metade cavalo. Em cima do cavalo, o senhor ficava quase da mesma altura de quando estava na casa grande descansando. O animal deveria ser majestoso, como um alazão que era cavalo dos bons. Cavalos com marcas de doença e olhar tristonho pareciam os cavalos do pobre. O cavalo do rico era de fazer inveja: gordo e bonito. Conforme Freyre (2013), o cavalo estava quase no mesmo plano da mulher para o senhor de engenho, sendo tratado por ele como nenhum outro animal, com cuidados na sua higiene e alimentação.

Na primeira metade do século, o cavalo pode ser associado também a outras referências. No jogo do bicho, ele corresponde ao número 11. Podemos associá-lo ainda ao divertimento das corridas. As primeiras diversões de turfe já ocorriam no Brasil no início do século XIX (MAGALHÃES, 2005). O rótulo “*Toni*” (fig. 6.17) parece, à primeira vista, fazer referência a um cavalo de corrida. A relação da designação com o elemento pictórico foi de ancoragem, mas por meio do uso do nome próprio “Toni”. Ora, o mais recorrente como vimos são associações diretas entre a designação e o animal. Podemos imaginar duas possibilidades: a primeira que *Toni* seja um cavalo conhecido por participar de corridas ou algo do gênero; e a segunda, que seja um animal de propriedade do fabricante ou de alguém do seu conhecimento.

O cavalo do rótulo é majestoso, tem aparência de bem cuidado, forte e saudável. Esse é o cavalo do rico. A ideia de que *Toni* seja um cavalo campeão é reforçada pelo elemento pictórico da taça, cujo formato é semelhante a um troféu, como também pelo ingrediente dinâmico da cinética: o cavalo representado está em plena corrida. A representação foi feita de forma naturalista e o enquadramento é disjuntivo, o plano de fundo foi impresso em preto chapado. As cores utilizadas foram apenas vermelho e preto, mas consideramos o ingrediente gama como expandido, graças as nuances de luz e sombra feitas pelo trabalho técnico das hachuras. *Toni* tem uma expressão de determinado como se estivesse focado em algum objetivo. Ele é um cavalo superior, assim como a cachaça que representa. A tipografia escolhida para a designação *Toni* tem serifas triangulares suaves e foi sobreposta sobre o cavalo em posicionamento linear-curvilíneo, acompanhando o dinamismo do animal. O engarrafador é de Mafra (SC) e o rótulo foi impresso em Blumenau na *L. Continental*.



Figura 6.17. Rótulo *Toni* (estimado na década de 1950) e detalhes. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Em busca pelos periódicos disponíveis na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional, encontramos menções de um cavalo chamado Tony pelas décadas de 1920 e 1930. Tal cavalo pertencia a *Tom Mix*, um famoso ator norte-americano, sendo uma figura de sucesso que atuava especialmente em filmes de velho oeste. Esse ator teve vários cavalos, três dos quais se chamaram Tony, mas nas versões Tony II e Tony Jr (fig. 6.18). Salienta-se que Tony não era um cavalo branco, mas Tony II sim. É possível que a referência utilizada na verdade seja essa. Algumas das menções que encontramos foram na revista “A Cena Muda” (RJ):

Ainda hoje, temos assistido à apresentação de astros do passado, que passam quase despercebidos ante os olhos do fã dos nossos dias. Entretanto, o fã da velha guarda não esquece jamais seu herói do passado!... Em sua memória está ainda bem viva a recordação do cinema de vinte anos atrás. (...) Como não pulsava o coração do fã ao ver no retângulo branco da tela a figura da Tom Mix, o “cavalheiro das planícies”,

montando o seu querido cavalo "Tony", e distribuindo balas aos malfeitões do oeste bravo! (FONSECA, 1950, p.23).



Figura 6.18. Nesta fotografia, Tom Mix está com seu cavalo Tony (domínio público).

Na labuta, o aliado do trabalho agrícola foi o **boi**. Para Freyre (2013), foram o boi e o escravo os alicerces da civilização do açúcar. Enquanto para o cavalo o serviço rural era esgotante, e para quem eram escolhidos os capins; o boi, trabalhava incessante, dócil e obediente, servindo de nutrição ao ficar inutilizado. Bois eram necessários para carregar cana, carregar açúcar, para o corte. O cavalo estava para o senhor do engenho, assim como o boi estava para o escravo. Contudo, de acordo com Freyre (2013), a monocultura do açúcar, expulsou o gado para o sertão nordestino, ficando junto aos engenhos apenas aqueles a serviço imediato do açúcar. Desde o princípio, já derivavam os desequilíbrios de alimentação dos homens do campo, a "gente das casas de barro", que era "livre" e moradora dos engenhos de cana, mas era impedida de criar bichos e de cultivar a terra para consumo próprio, tudo deveria estar a serviço da cana e dos senhores de engenho (FREYRE, 2013). Os bois acabam por vir de outros estados para suprir as necessidades, já que nos latifúndios de cana mesmo, não havia "espaço" para o pastoreio. Havia dois nordestes, um dedicado à monocultura da cana e outro dedicado à pecuária, mas estes não se integravam.

Ao tratar do trabalho no ambiente do açúcar do Nordeste brasileiro por volta das décadas de 1930 e 1940, Rogers (2017) faz menção à trilha sonora do trabalho. Misturado ao barulho das enxadas, ouvia-se a modinha de carros de bois chiando pelas trilhas enlameadas. Esses chiados eram considerados música, do qual seus condutores se orgulhavam e garantiam que os bois trabalhavam com mais entusiasmo quando ouviam o ranger de eixos contra o fundo do veículo, produzindo duas notas distintas. Ao folclore ligado à figura do boi, temos também o conhecido bumba-meu-boi, dança folclórica originária no século XVIII que dramatiza a morte e ressurreição desse animal, misturando enredo e encenações.

Por estar tão imbrincado com o contexto açucareiro, era de se imaginar que o boi protagonizasse mais rótulos de cachaça. Esse animal aparece bastante, mas como coadjuvante às figuras protagonistas dos rótulos, sendo posicionados na parte inferior das produções juntamente com as informações do engarrafador ou fabricante como nos exemplos da figura 6.19. Para análise trouxemos temos o rótulo “Zebú” (SP) (fig. 6.20).



Figura 6.19. Recortes de rótulos da Coleção Almirante com elementos pictóricos de carros de bois.



Figura 6.20. Rótulo Zebú e detalhe (estimado na década de 1950. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco

Na coleção temos mais “touro” do que bois propriamente. O touro enquanto animal traz a conotação de virilidade, diferentemente do boi, que nada mais é do que o boi castrado. Essa conotação corrobora com o mito da masculinidade associado ao consumo da cachaça: bebida forte, de homem. O boi zebu, por outro lado, tem a conotação negativa de indivíduo de pouca virilidade (MOTA, 1978). Mas a aguardente Zebú adotou a tradição como aspecto positivo na construção de significado, com a menção da data de fundação da empresa em 1934. Mota (1978) aponta a expressão: “É zebu mas não dá leite”, que significa “é grande, mas nada produz”. Desta forma, entende-se que o zebu é um boi conhecido por ser grande e farto, uma conotação positiva para ser agregada à marca.

Como já expomos no capítulo 4, o zebu é um nome utilizado para se referir ao boi indiano. Podemos considerar que o autor quis dar um nome mais diferente ao seu “boi”. Se o comum era adotar da ancoragem, uma relação direta entre o animal e a designação, o nome “zebu” era espécie mais diferenciada de boi, sonoramente mais interessante para designar

uma bebida. A aguardente Zebú é “finíssima”, tendo esse conceito reforçado pelo uso do dourado no rótulo. O Zebu foi retratado de forma naturalista e estática, tendo sido enquadrado de forma conjuntiva com o uso de uma elipse como elemento esquemático. Consideramos o ingrediente gama como ambíguo, visto que temos um detalhamento feito em pontos, mas que poderia ser mais bem trabalhado, observamos também leves erros de registro. A designação utilizou duas tipografias diferentes, visto que dois caracteres apresentam serifas quadradas (b, u) e outro serifas triangulares (Z).

6.2.5 Amarrar o bode, ficar manso como um carneiro e rastejar como calango

Além do boi e do cavalo, os colonizadores também trouxeram os carneiros e as cabras, que seriam destinados especialmente à alimentação. Conforme Souto Maior (1985), *amarrar-o-bode* significa embriagar-se. No Nordeste, essa expressão tem como significado ficar zangado, aborrecido: “Fulano não gostou da brincadeira, já amarrou o bode”. Bode é um animal que se adaptou bem ao clima nordestino. Ao falar sobre a cabra, fêmea do bode, no contexto do engenho, Freyre (2013) nota que este animal tinha grande papel no comércio de peles, por outro lado, quando criada solta sem a mínima vigilância, era inimiga de toda planta e lavoura. Mas quando criada em cercados, a cabra tonava-se um animal muito útil, não destruía as plantas e além das peles, ainda dava leite, manteiga e requeijão.

O **bode**, o macho da cabra, é apontado por Mota (1978) como um animal com vários significados atribuídos: mestiço, homem galanteador, bagunça, valete de baralho, menstruação e almoço do trabalhador rural. Além desses significados, esse animal está na fala em muitas expressões: barba de bode (pessoa insignificante), bodejar (falar muito), botar chapéu de bode (conquistar a mulher alheia). A expressão *bode cheiroso*, presente no rótulo pernambucano (fig. 6.21), faz ironia com a pessoa malcheirosa. Não existe bode cheiroso, o bode tem um cheiro particular. Ao mesmo tempo, um bode cheiroso de verdade seria algo raro de se ver, o que torna essa aguardente especial.

O animal retratado de forma naturalista, está cheio de pose e estático, com uma figura distinta e galanteadora. Consideramos o nível gama como quase expandido, graças ao detalhamento feito no animal. O enquadramento disjuntivo, com plano de fundo em vermelho ressaltou este elemento pictórico. Há de conotar uma aguardente com aroma único e conquistador. É um rótulo que traz irreverência por meio do humor da expressão. As cores utilizadas são as mesmas do modelo Pernambuco, mas numa composição gráfica

diferente. A tipografia escolhida é uma serifada do tipo didônica¹, com alto contraste entre as hastes. O rótulo vem ainda marcado pelo selo do engarrafador INBL (Indústria Nacional de Bebidas Ltda).



Figura 6.21. Rótulo *Bode Cheiroso* (PE) (1957) e detalhes.
Fonte Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Diferente da figura do bode, que traz conotações mais negativas como a zanga e o aborrecimento. O carneiro traz como analogias a submissão e passividade (MOTA, 1978). O carneiro pode ser o número 7 no jogo do bicho e o homem que faz tudo o que se manda. Ficar manso como um carneiro é uma das expressões indicadas por Mota (1978) e significa o mesmo que ficar tranquilo e sereno. No engenho de açúcar, Freyre (2013) nota que o carneiro não estava entre os animais de corte prediletos. O autor aponta que talvez isso se atenha ao fato do resguardo e da abstinência de caráter místico e religioso, sendo esse animal um símbolo do redentor “*Cordeiro de Deus que tira o pecado do mundo*”. Freyre (2013) ainda nota que o carneiro era referido no século XIX com ternura:

O carneirinho capado, quase uma bola de lã de gordo, que quando desaparecia de alguma casa, roubado por algum cigano, ou ladrão mais afoito, era deixando saudades enormes aos meninos e às pessoas grandes. Também aparecem com frequência nos anúncios, entre palavras muito meigas, “as ovelhas de muito bom leite. (FREYRE, 2013, p.107-108).

¹ Ver classificação de Dixon (1995) em anexo B.

Ainda é relatado por Freyre (2013), que os carneiros eram muito utilizados pela civilização açucareira como montaria para as crianças, um preparo para a equitação. O rótulo *Carneirinho* (fig. 6.22), como já exposto previamente, é um dos exemplares encontrados que utiliza o modelo gráfico da *Caninha Tatuzinho*. Consideramos este exemplar com gama ambígua e enquadramento conjuntivo, o detalhamento foi feito de forma mais grosseira e há erros de registro nesse impresso. O carneiro foi retratado de forma naturalista e dinâmica ao ser retratado andando no meio do canavial. O uso do diminutivo pode ter sido utilizado para se assemelhar mais ao modelo da *Tatuzinho*. Todavia “carneirinho” está em consonância com o mito do carneiro passivo e dócil. Neste sentido, a *Caninha Carneirinho* pode ser tida como uma cachaça doce, pura e deliciosa como um carneiro.



Figura 6.22. Rótulo *Carneirinho* (PR) (década de 1950) e detalhe. Fonte Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Mas nem todos os homens comiam bode e carneiro. Há relatos em jornais que no Nordeste, pessoas comiam calango para não morrer de fome. As notícias são de 15 de março de 1953 da *Gazeta de Paraopeba* (MG):

Para não morrerem de fome

Crianças em Manacá estão comendo calango e lagartixa!

Extraímos do *O Farol de Pernambuco*, de 28 do p. p.

“Estamos em face de uma calamidade pública já mais registrada nos anais da história brasileira. Tudo quanto se tem dito sobre a seca no Nordeste nada representa diante da trágica realidade dos nossos dias, pois as chuvas tardias e esparsas não modificarão o drama de miséria que se alastra por toda a parte.

Pelo Sr. Nilton Moura, que esteve há poucos dias em Manacá (antiga Barra de S. Pedro) de onde teem saído centenas de famílias, para S. paulo e Paraná, fomos informados que crianças pobres dos arredores daquela cidade, para não morrerem de fome, munidas de “baladeiras” não deixam escapar o que encontram pelo mato — passarinhos, calangos e lagartixas — vão matando e assando para comer”.

(PARA, 1953, p.1)

Apesar de estar distribuído por todo o Brasil, o calango é um lagarto muito associado à seca nordestina. O endereço do engarrafador é da cidade de Pesqueira, no interior de Pernambuco. Essa cidade tem clima semiárido, o calango é um bicho conhecido da população local. O calango também está muito presente na fala do noredestino, um dos participantes do grupo focal relatou: “*Calango é muito daqui, gente. Meu avô chamava muito calango: “ei, calango!”*” (ENTREVISTADOS, 2018). Em Mota (1978, p.90), temos duas expressões associadas a esse animal: “rastejar como calango” (humilhar-se, chaleirar) e “atravessado que só cú de calango” (complicado, difícil). No exemplo trazido para análise (fig. 6.23), temos o rótulo da *Aguardente de Cana Calango*. O animal foi representado estático, o que é bem condizente com suas características, já que é um bicho que fica imóvel frente ao perigo, tentando se passar despercebido. Consideramos o ingrediente gama como quase contraído.

As cores utilizadas foram as do modelo gráfico pernambucano. Em termos conotativos, tais cores auxiliaram à ambientação da seca. Contudo, cabe salientar que na coleção temos o mesmo exemplar impresso nas cores amarelo, laranja e verde. Neste referido exemplar, o calango foi representado verde, que é sua cor original, diferentemente do que expomos aqui (fig. 6.23). Utilizando da estratégia da ancoragem, ao identificar o animal, a designação vem disposta em uma tipografia sem serifas forte, toda em caixa-alta com sombra projetada, garantindo um efeito tridimensional. Não é difícil imaginar que na ausência dos deliciosos tira-gostos, um calango grande assado servisse de acompanhamento para beber uma caninha nos interiores. Enquanto signo da cachaça, o calango traz irreverência e calor, já que é mais associado ao clima árido.



Figura 6.23. Rótulo *Calango* e detalhe (década de 1940). Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

6.2.6 Matar-o-bicho

Matar-o-bicho é uma expressão que significa o mesmo que ingerir pela primeira vez num dia, qualquer bebida alcóolica. *Mata-bicho*, por sua vez, é um eufemismo para cachaça (SOUTO MAIOR, 1985). “Matar bichos” por meio da caça está dentro dos lazes do cotidiano rural do período. Há relatos em Freyre (2013) sobre caça às raposas, pacas, tatus, cutias, preás. Na coleção, temos todos esses animais, incluindo ainda o mocó e a capivara. A raposa, juntamente com o guaxinim, o lobo guará e o porco-do-mato eram considerados inimigos do canavial. Esses eram os defensores da vegetação bruta, contra o canavial invasor, contudo foram diminuindo juntamente com a densidade das florestas. Conforme Freyre (2013):

Contra a raposa e o guará, o homem do canavial recorreu à “espera”; ao veneno na banana, para a raposa; ao veneno no peixe, para o guará. E a caça se juntou à queimada, para a destruição de quanto animal do mato teve a afoiteza de querer resistir ao avanço civilizador da cana; o sonho de poder viver em paz com os novos donos da terra. Pacas, cutias, tatus, capivaras, tamanduás, onças, gatos-do-mato, tudo foi ficando raro, à proporção que o mato grosso foi desaparecendo para a cana imperar sozinha (FREYRE, 2023, p.105).

Para ilustrar esses bichos caçados, trouxemos exemplares de rótulos com a raposa (fig. 6.24), a paca (fig. 6.25) e o preá (fig. 6.26) para análise. Conforme Souto Maior (1985), raposa pode significar embriaguez. Esse é um bicho ágil e astuto, sendo, por vezes, considerado um animal traiçoeiro e conhecido por sua predileção por galinhas. A raposa também é um animal frequente em histórias infantis. Ao levarmos os adjetivos da raposa para bebida, podemos pensar em uma aguardente traiçoeira como a raposa, que pega de jeito. No rótulo Raposa (PA) (fig. 6.24), temos a representação do animal estático, em gama expandida e de forma naturalista. O formato se destaca entre os rótulos da coleção, sendo singular, visto que contorna o animal. A tipografia é de serifa triangular, levemente afiada, o que pode também corroborar para a conotação de astúcia. As cores utilizadas foram o vermelho, o preto e o dourado. Além do animal, os outros elementos pictóricos presentes são medalhas, remetendo à qualidade do produto.



Figura 6.24. Rótulo Raposa (PA) (estimado na década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Na casa do senhor de engenho, o bicho da caça “a paca, o tatu, o veado” era prato quase exótico. O porco, o boi e o carneiro eram os animais preferidos para o corte. Há relatos em Ihering (1940) sobre o gosto que se tinha pelas carnes dos roedores preá, paca e mocó. A caçada à paca era uma das mais apreciadas, sendo sua carne comparada a do leitão. São apontadas várias técnicas de como se caçar o animal. Em noites de luar, esperam-na junto às árvores frutíferas. Já de dia, as esperas podem ser nas próprias tocas. Existe também uma expressão “*Diga: Paca, tatú, cotia não*”, que se trata de um jogo de palavras no qual o interpelado ao repetir deveria suprimir a palavra cotia (IHERING, 1940; MOTA, 1978).

O rótulo da *Aguardente de cana Paca* é do estado do Rio de Janeiro (fig. 6.25), mas o produto provém de Pernambuco. A composição visual remete ao modelo gráfico pernambucano, apesar de não o seguir da maneira usual, visto que, ao invés do plano de fundo em preto, temos o amarelo. O animal foi representado com grande detalhamento, consideramos o ingrediente gama como quase expandido. A representação é bem naturalista, trazendo as manchinhas típicas da penugem da paca. O engenho representado, elemento usual em alguns exemplares, veio nessa composição de uma forma diferente, já que normalmente é posicionado na parte inferior do rótulo juntamente com o engarrafador, e separado do elemento pictórico do animal.

A paca teve enquadramento conjuntivo, integrando-se com a representação do engenho, porém a ausência de perspectiva na paisagem representada causa ambiguidade. O engenho parece estar ao lado do animal em formato de miniatura e não como plano de fundo à distância, o que provavelmente era a intenção do autor. A tipografia escolhida tem serifa quadradas e utiliza o contorno amarelo, sendo semelhante aos tipos escolhidos pelas marcas

que adotam o modelo gráfico da *Pitú*. O uso parcial do modelo gráfico pernambucano provavelmente teve a intenção de fazer referência à origem da aguardente, no intuito de valorizar o produto, visto que a impressão se deu na Almeida e Marques, gráfica localizada no estado do Rio de Janeiro. Essa interpretação é reforçada pela adjetivação “genuína” impressa no rótulo.

O preá é outro roedor que tem a carne muito apreciada. Há relatos em Ihering (1940) que, apesar de ser menor que o mocó, sua carne tem mais valor no mercado. O autor aponta que a predileção pelo preá ocorre mais no Nordeste e que era frequente ver tal bicho nas feiras nordestinas preparado como carne seca ao sol. No Ceará, preá pode significar o “*indivíduo que toma parte nos divertimentos nada dispendendo dos mesmos*” (IHERING, 1940, p. 652).



Figura 6.25. Rótulo Paca (RJ) (estimado na década de 1950) e detalhes. Fonte: Coleção Almirante.

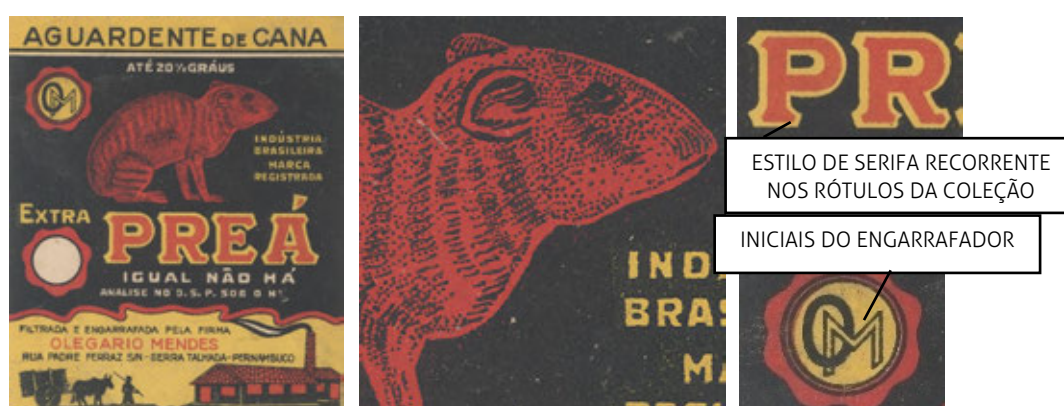


Figura 6.26. Rótulo Preá (PE) (estimado na década de 1940). Fonte: Coleção Almirante.

De acordo com Mota (1978), preá pode ser também quem perde tudo no jogo. O autor ainda traz a expressão “*tem filho que só um preá*”, referindo-se às mulheres que têm filhos todos os anos. No grupo focal foi citado por um dos participantes: “*Uma moça uma vez que trabalhava lá em casa falou: o pessoal passava o dia todinho tomando Pitú e assando preá*”.

Nos versos expostos por Mota (1978), temos um retrato da vida “mansa” associada a esse animal, o que reforça o emprego dele como um signo do lazer, por meio da caça, de seu consumo enquanto aperitivo e do descanso associado ao ato de beber:

Minha gente venha vê
A vidinha do preá;
Morando nas macaxeiras,
Comendo sem trabalhar.
(MOTA, 1978, p.172).

A apreciação pela carne do preá pode ser levada como significado para a bebida. “Preá igual não há” é a frase grafada no rótulo da aguardente *Preá* (PE) (fig. 6.26). Uma carne igual à do preá não há, e uma aguardente igual a “Preá” também não há. O rótulo “Preá” segue o modelo gráfico pernambucano. A tipografia utilizada é um tipo ornamental com serifas, sendo este um design específico recorrente em rótulos do período. O preá encontra-se sentado na parte superior do rotulo, como se apoiado na designação, de forma estática, em enquadramento disjuntivo. A gama é quase expandida, com representação naturalista e bom detalhamento da penugem do animal, contudo a cor se restringiu ao vermelho. Abaixo em campo amarelo, temos uma cena de fábrica com o retrato de um engenho e o carregamento de cana em uma carroça. Este rótulo traz como outros apresentados, o selo com as iniciais do engarrafador.

Apesar de algumas diferenças nas variáveis de estilo, os rótulos Paca e Preá se assemelham. O rótulo Preá claramente segue o modelo Pernambuco, enquanto o Paca tem uma releitura do modelo, com a representação de engenho integrada ao animal.

6.2.7 Bafo de onça

A onça é o maior carnívoro do Brasil, cerca de metade da dispersão da *Panthera onca* está em nosso território. Os nomes comuns variam: onça pintada ou onça-preta, jaguar, jagaretê ou cangaçu. A onça parda faz parte de outro gênero faunístico sendo chamada de *Puma concolor*, conhecida também como suçuarana ou puma (FRANCO, 2014). Esse animal tem sido objeto de diversos tipos de representação: mitos indígenas, crônicas coloniais, relatos de viajantes, lendas populares, histórias de caçadores. Conforme Franco (2014), o medo desta fera está entre as principais características do imaginário faunístico brasileiro. Temida pelos criadores de gado, é um animal que impõe temor e respeito. Ao mesmo tempo causa admiração por sua beleza e ferocidade. O autor aponta que, em muitas lendas, ela é retratada como uma espécie de rainha da floresta.

Santos (1967) traz uma fábula, cujos protagonistas eram o “astucioso” gambá e a “formidável” onça. Nessa história, a onça, que há tempos queria dar cabo do gambá, não pela sua carne, mas devido a sua antipatia, tramou um estratagema. Fingiu-se de morta. Logo vários “amigos-da-onça”, intimamente contentes com seu fim, compareceram ao seu enterro. Nas palavras do autor:

O gambá também apareceu para louvar as virtudes da morta, mas como não punha pé em ramo verde, inquiriu da porta:
 — A onça já arrotou?
 — Não — responderam os que faziam o velório.
 — Olha, meu avô, quando morreu, arrotou três vezes.
 A onça ouvindo isso, para provar que estava mesmo morta, soltou três arrotos.
 — Essa é nova. Quem é que já viu morto arrotar? — disse o gambá pondo-se ao fresco.
 (SANTOS, 1967, p.208).

É mesmo um animal muito presente no imaginário e vocabulário brasileiro. Bafo de onça, por exemplo, significa mau cheiro. Trazendo para o vocabulário aguardenteiro, seria o cheiro propagado depois de beber aguardente. Há muitas outras expressões populares que utilizam a onça: leite de onça (cachaça com leite), no tempo da onça (tempo antigo), estar na onça (sem dinheiro), gênio de onça (gênio ruim) e outras (MOTA, 1978). A onça do exemplar trazido para análise (fig. 6.27) traz a representação do que acreditamos ser uma *suçuarana* ou *onça parda*. Esse animal tem a conotação de predador veloz, sanguinário e dominador. Podemos associá-lo igualmente à raposa, outro predador, ao adjetivo “traíçoeira”, que também é um eufemismo para a cachaça apontado por Souto Maior (1985).

Neste rótulo do estado de Minas Gerais “Sá Onça”, temos uma composição diferenciada. O animal foi completamente integrado ao letreiro da designação e, por isto, consideramos a representação do animal como não-naturalista. O ingrediente gama foi considerado como quase expandido, temos uma boa mistura cromática no animal. O pontilhado em preto, vermelho e amarelo conseguiu trazer a tonalidade laranja ao elemento pictórico. A frase “Nem o leão pode com a Sá onça” remete à força desse bicho e, por consequência, dessa bebida. O leão é considerado o “rei dos animais” e nem ele é páreo para a *Sá Onça*. No campo superior temos a adjetivação “vascaína” associada à engarrafadora, uma possível referência ao Clube de Regatas Vasco da Gama (RJ), que se popularizou ao ganhar títulos internacionais na década de 1950.



Figura 6.27. Rótulo Sá Onça e detalhe (MG) (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

6.2.8 Tira-gosto

Os engenhos antigos do Nordeste viviam muito do mar e dos rios: dos peixes, dos caranguejos, dos pitus, dos camarões, dos siris, que a dona da casa mandava os moleques apanhar pelos mangues, pela água, pelos arrecifes. (FREYRE, 2013, p.60-61)

Ao falar sobre os peixes do mar e dos rios do Nordeste na civilização do açúcar, Freyre (2013) conta que o sucesso era o pescador trazer na jangada o cioba, a carapeba e a tainha ou carregar lagostas, lagostins e pitus. O Rio Una, por exemplo, era famoso pelos seus pitus, o autor diz que nos engenhos da Várzea do Una tinha sempre pitus à mesa nos dias de grandes jantares. O Rio Corrente da Bahia, por sua vez, teria ficado famoso pela presença do peixe dourado, outro muito apreciado pelo sabor. A culinária brasileira é repleta de frutos do mar até hoje: fritada de caranguejo, peixe cozido com pirão, sururu, peixe no coco, moqueca. Freyre (2013) aponta que tudo isso conectou de uma maneira muito íntima a mesa e a vida do povo nordestino às águas do rio e do mar.

Nos estudos de Freyre (2003, p. 182), na sua obra *Casa Grande & Senzala*, ele relata sobre os costumes de se banhar em rios: “De manhã, antes do banho. Um gole de cachaça com caju e às vezes um pelo-sinal para guardar o corpo precedem ordinariamente esse banho higiênico. O caju, para limpar o sangue. Toda uma liturgia ou ritual sanitário e profilático”. Tomar um gole de cachaça para esquentar, tomar um banho de rio matinal, pescar umas curucas, uns pitus, um pirá. Tudo faz parte do contexto da vida rural.

Frutos do mar no litoral nordestino são muito presentes. Não é à toa que os rótulos da Coleção Almirante que trazem crustáceos como símbolos são todos dessa região. Já sobre os peixes, encontramos incidências do animal até nos exemplares do sul do país. Nem todos os peixes que aparecem nos rótulos são para o consumo, ao menos não em nossa culinária, como é o caso do tubarão e do cavalo marinho que se desatacam entre as produções. Os peixes presentes nos rótulos de aguardentes são aqueles que são apreciados à mesa, indicando que a presença desses animais seja mesmo uma referência ao seu consumo como alimento: surubim, dourado, garoupa, piraju, guajuba, piracanjuba. Mas não um alimento qualquer, os peixes presentes são os de melhor sabor, e, portanto, não são só os de beleza: *"peixes azuis, peixes encarnados, peixes roxos e cor-de-rosa, peixes listrados, peixes amarelados com salpicos pretos. 'Só têm beleza', dizem os entendidos"* (FREYRE, 2013, p. 63). Assim como a caça, a pesca também era uma atividade de lazer no ambiente rural. Dos exemplos de crustáceos e peixes com a conotação de "tira-gosto", trouxemos o rótulo Aratanha (PE) (fig. 6.28), o Surubim (SE) (fig. 6.29) e o Aratu (SE) (fig. 6.31).

Conforme Silva (1971), costuma-se dizer que se conhece o bebedor de aguardente quando ele toma o primeiro gole da bebida, que é o *tira-gosto*. Pois há o gesto que se faz ao tomar o primeiro gole. É uma espécie de ritual que se repete sempre e é respeitado pelos companheiros. Segundo o autor, ao engolir a primeira *tagalada*, o sujeito dá uma *cuspalhada*, tendo antes já derramado um pouquinho no chão, virando a boca do copo para baixo. O *tira-gosto*, é quase sempre uma coisa salgada. Pode ser carne seca, camarão, batata frita, peixe. Como expõe Silva (1971, p. 194): *"Serve para apurar o gosto da pinga, a semelhança dos fumantes com café"*.

Todas essas três aguardentes utilizam da relação de ancoragem, trazendo o animal utilizado para nomear a bebida, representando-o como o elemento pictórico principal. Denotativamente, a aratanha é o nome dado a uma espécie de camarão de água doce que vive em cardumes. O surubim, por sua vez, é um peixe que habita no sistema hidrográfico do Prata, Amazônico e do Rio São Francisco (IHERING, 1940). Sobre a *Aguardente Aratanha*, tivemos oportunidade de entrevistar o Sr. Valdir Ramos, filho do fundador da empresa. Seu Valdir (2018) conta que Primavera, a cidade onde moravam, é banhada pelo Rio Ipojuca, onde se pescava muito: *"A gente pegava muito crustáceos, inclusive comi muito aratanha. Comi e bebi. E a ideia foi essa. Ele pegou o crustáceo e botou"*. Sobre as cores escolhidas, seu Valdir mostrou-se incerto pela motivação, mas garantiu que a intenção não era imitar a Pitú, pois seu pai escolheu um crustáceo diferente e que era representado em pé agarrado à garrafa, enquanto o pitu vinha sozinho e deitado.



Figuras 6.28 e 6.29. Rótulos *Aratanha* (PE) (1948) e *Surubim* (SE) (estimado na década de 1950).
 Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

É notório que o autor do rótulo *Aratanha* utilizou-se do modelo gráfico Pernambuco. A escolha do crustáceo, comumente representado na cor do cozimento (vermelho) pode ter funcionado como incentivo para adoção desse modelo. Temos também o enquadramento disjuntivo, associado ao plano de fundo preto. Além do animal, nesse rótulo temos o elemento pictórico da garrafa. Observamos alguns exemplares de rótulos empregando essa ideia. No próprio rótulo *Surubim* e em outros rótulos já expostos neste trabalho, como o *Martelada* (fig. 3.27), o rótulo *Cancão* (fig. 3.28) e a *Aguardente Coral* (fig. 4.40; 6.34), o animal está sempre em algum tipo de ação não-naturalista, agarrado à garrafa ou mesmo a servindo.

Em ambos os exemplos, a garrafa a qual os animais se agarram tem um rótulo que corresponde ao da própria bebida, utilizando o recurso de metalinguagem. No rótulo *Surubim*, são os bigodes do peixe que parecem ter sido fígados pela caninha. Em termos de cinética, o peixe *surubim* é mais dinâmico que o camarão *aratanha*, chegando a se assemelhar a uma nave espacial (ENTREVISTADOS, 2018). É como se ambos os bichos aprovassem as bebidas que levam seus nomes. Ambos os rótulos seguem a ideia de tira-gosto, tanto a *aratanha* como o *surubim* são aperitivos de sabores apreciados, levando essa associação de carne “saborosa” à cachaça. Na figura abaixo, temos o relato do que foi servido como almoço ao ex-rei belga Leopoldo III em sua visita à Brasília em 1962, entre as delícias estava o *surubim*, um peixe digno de um rei (fig. 6.30).

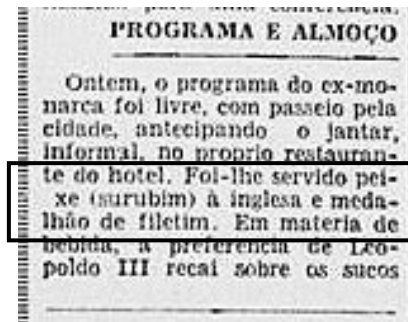


Figura 6.30. Relato da visita do ex-rei belga Leopoldo III à Brasília. Na descrição do almoço do ex-monarca foi servido o peixe surubim. Fonte: *Última Hora* (PR) (EX-REI, 1962). Acervo digital da Biblioteca Nacional.

A designação da Aguardente Aratanha possui uma tipografia ornamental, que utiliza o clássico vermelho e amarelo do período. Curiosamente, as pernas das letras "A" e "R" lembram as patas do camarão. Existe uma expressão popular que diz que aratanha é aquele que fala besteira. Fazendo uma associação aos efeitos da bebida alcoólica, a Aguardente Aratanha deixaria a boca solta. Já no rótulo Surubim, temos uma tipografia sem serifas de perfil quadrado, em disposição diagonal, combinando com o dinamismo presente nos elementos pictóricos. O peixe surubim também foi representado com enquadramento disjuntivo, utilizando o plano de fundo preto. *Esse rótulo utiliza o modelo pernambucano de forma bem mais sucinta, apresentando outras cores além do preto, vermelho e amarelo.* Consideramos o rótulo Aratanha com o ingrediente gama quase expandido e o Surubim por estar um pouco mais à frente tecnicamente em desenho e uso de cores, consideramos como expandido.

Ainda dentro do grupo dos tira-gostos, temos o rótulo da aguardente também sergipana *Aratu*. Ao ser questionado em relação ao uso de animais nos rótulos de aguardente, seu Hélio relatou “*eles tinham que colocar alguma coisa para que se decolasse no mercado, não precisasse pensar em aguardente. Pedia pela aratanha, pedia pelo bicho. Caranguejo, porque caranguejo é um bom tira-gosto, (...) hoje em dia é comida de luxo*”. O aratu do rótulo vem como um caranguejo farto, sua conotação mais provável é mesmo de tira-gosto. Porém, é certo dizer que diferentes tipos de caranguejos também já serviram de alimento para sobrevivência de populações ribeirinhas. Nas publicações acerca do ambiente do açúcar no Nordeste, caranguejos são relatados como uma das fontes de comida do povo que migrava do campo e ficava na cidade sem ser absorvido pelas fábricas ou mesmo ganhando salários parcos (ROGERS, 2017). Castro (2001) também fala sobre isto:

“Os homens do litoral, pastores de peixe, comedores de marisco e camarão, seres do mangue, da lama, não sofrem o mal da desnutrição, ou pelo menos se nutrem pela fauna típica desse solo alagado melhor que os outros do canavial. O *homem caranguejo*, um ser da água e da terra ao mesmo tempo, híbrido por excelência, cria uma segunda pele, feita da lama do mangue e busca, como os caranguejos, a

sobrevivência. "(...) São verdadeiras populações anfíbias, nem da terra nem da água, mas de uma zona de solo instável, formado pela permanente mistura dos dois elementos." (CASTRO, 2001, p.133)."

Nas crendices populares, Freyre (2003) aponta que o caranguejo podia ser instrumento de magia sexual, se preparado com três ou sete pimentas-de-rosa e atirado ao solo produziria desarranjos no lar doméstico. Para Mota (1978), caranguejo pode significar lerdo e preguiçoso. Aratu, no entanto, é um caranguejo conhecido por sua agilidade. Sobe em árvores de mangue, onde se alimenta e acasala. Conotativamente, o agito desse animal poderia ser também associado à cachaça. A figura preenche bem o rótulo, dando a impressão de um caranguejo gordo e farto, um tira-gosto apetitoso. A designação *Aratú* veio integrada à figura do animal que segura o listel com o nome da bebida, garantindo uma representação não-naturalista, apesar da grande semelhança entre o elemento pictórico e o animal que representa.

Pela representação detalhada, consideramos o ingrediente gama como expandido. Cabe ressaltar, que o autor do desenho o conhecia ou teve uma boa referência do como seria o aratu. Esse rótulo também traz elementos da composição do modelo gráfico Pernambuco, como a tríade cromática e o plano de fundo em preto. As letras da designação são fortes, com estilo mais próximo às letras de serifas quadradas. As variações de hastes finas e grossas dos tipos combinam com as diferentes patas do caranguejo: as patinhas e patolas.



Figura 6.31. Rótulo Aratu (SE) e detalhes (estimado na década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

6.2.9 Floreado

Floreado é um termo popular utilizado para se referir a um estado de embriaguez em que se fica tonto (MOTA, 1978). Trouxemos esse termo por significar também algo adornado, visto que analisaremos o rótulo da Aguardente “Cavalo marinho” (fig. 6.32). Esse animal é completamente adverso ao universo aguardenteiro. Em termos denotativos, trata-se de um peixe que lembra um cavalo e vive em águas temperadas e tropicais. Apesar de ser um peixe, não podemos enquadrá-lo no grupo dos “tira-gostos”, sendo tido como um tipo ornamental



Figura 6.32. Rótulo *Cavalo Marinho* (década de 1940) (MG) e detalhes. Fonte: Coleção Almirante.

Esse animal está presente na fauna brasileira, mas chama atenção o fato de o engarrafador ser de Minas Gerais, um estado que nem mesmo possui litoral para justificar tal ocorrência. Uma possibilidade é que a marca da bebida seja posterior à criação da marca do engarrafador, que utiliza uma concha com suas iniciais. No folclore brasileiro, o nome “cavalo-marinho” pode se referir ao auto popular do bumba-meu-boi no estado de Pernambuco e na Paraíba (AZÊVEDO, 1972), mas isso em nada tem relação com o peixe representado no rótulo.

Deparamo-nos com algo que relaciona esse animal ao universo folclórico da cachaça na pesquisa de Calazans (1951), a qual traz diversos tratamentos para cura do vício de beber por meio de poções e garrafadas. Em uma das receitas se diz “*Botar um cavalo marinho (hipocampos hipocampos) dentro da garrafa da cachaça. O viciado deve ignorar o preparado*” (CALAZANS, 1951, p. 30 *apud* SILVA, 1971). Essa é uma possível relação, embora acreditemos ser mais provável o animal estar sendo utilizado em caráter ornamental, visto que é um animal conhecido por sua beleza. Conotativamente, o cavalo marinho seria então algo “superior”, como a bebida que está representando, tendo propriedades curativas e sendo de

grande beleza. Sua figura naturalmente ereta e elegante corrobora a ideia de uma bebida nobre.

Em termos gráficos, consideramos a gama como ambígua, apesar de o animal ter sido retratado com um bom detalhamento das formas, as cores não foram bem exploradas para elaborar gradações tonais, que confeririam mais qualidade técnica à produção. Essa composição utiliza três cores: o laranja, o vermelho e o azul. A tonalidade marrom que aparece na composição é, na verdade, uma sobreposição do azul na cor laranja. Causa estranheza a cana-de-açúcar, representada em vermelho, porém cabe ressaltar que esse rótulo poderia ser impresso em outras cores posteriormente. As matrizes já estavam feitas, três pedras distintas, uma para cada cor. A ausência do verde nessa composição pode ter sido algo relacionado à conveniência técnica na casa de impressão (ENTREVISTADOS, 2018).

O enquadramento utilizado foi o disjuntivo acompanhado pelos elementos esquemáticos de raios que saem da concha e engrandecem ainda mais o animal. A representação é não-naturalista, o peixe desenhado se parece com o verdadeiro, mas foi colocado em um contexto completamente adverso, sendo acompanhado por um filete de cana-de-açúcar. A figura do cavalo-marinho é naturalmente sinuosa. A designação, cujas letras variam de tamanho seguindo uma diagonal, contrasta com a forma curvilínea do elemento pictórico principal. A tipografia tem um estilo que acorda com o decorativismo desse peixe. O cavalo-marinho funciona como um verdadeiro encantamento e os raios enfatizam a ideia espetacular de sua presença “superior”, tal qual a aguardente. Um peixe que parece um cavalo é praticamente mágico dentro da própria natureza. A escolha desse animal como marca certamente destaca esta bebida das demais visto que é diferente e original.

6.2.10 Venenosa

Como o próprio nome já diz, a aguardente é uma água que arde, é o próprio veneno, que causa a venenosa (estado de embriaguez), que *mata-bicho* e é malvada (SOUTO MAIOR, 1985). Seguindo essas conotações trouxemos os rótulos *Potó* (PB) (fig. 6.33) e *Coral* (PA) (fig. 6.34). Ambos são animais que fazem “arder” de alguma forma. O potó ou potó-pimenta é o nome popular de um inseto que causa dermatite na pele, em função de um líquido que expele. No Dicionário Folclórico de Cascudo (2001, p. 730): “*rasgo mais do que piranha, corto mais do que potó*”. Pickel (1940), fala do potó em um artigo relativo às pragas que perseguem o agricultor na revista *Brasil Açucareiro*.

Ele diz que os potós são bichos pequenos e ágeis, podendo ser encontrados nas plantações mais diversas, mas também no chão, nos capins e nas casas atraídos pelas luzes. Ao mexer nas plantas, os trabalhadores acabam espantando o bicho, que em fuga pousa nos rostos, nos braços e no peito. Ao tentar afugentá-los, eles, em defensiva, ejetam um líquido venenoso que queima a pele, causando uma lesão acompanhada de prurido e sensação de queimadura, que demora até sete dias para sarar. O autor conta que o único modo de evitar que o potó “mije” e cause acidentes é não tocando nele. É um bichinho inofensivo se soubermos como espantá-lo da forma certa.



Figura 6.33. Rótulo Potó (PB) e detalhes (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante.



Figura 6.34. Rótulo Coral (PA) (década de 1950) e detalhes.
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Em termos gráficos o rótulo *Potó* (PB) segue o modelo gráfico pernambucano. A escolha do inseto potó conota a ardência, o “fogo selvagem” popularmente atrelado a esse animal e que nele sentido torna-se um signo da aguardente. Ademais, o animal “potó” pode ter advindo da semelhança da palavra com “pitu”. O potó representado no rótulo tem enquadramento disjuntivo, algo marcante nos modelos gráficos Pitú e Pernambuco também. A gama consideramos como ambígua. Há um bom detalhamento do inseto que é muito semelhante ao real, tendo sido considerado como naturalista. No entanto, a gradação de cores poderia ter sido mais explorada. O elemento pictórico principal foi retratado de forma estática e naturalista. A tipografia escolhida é a mesma que a utilizada no rótulo Preá (fig. 6.26). Como já pontuamos, trata-se de um design tipográfico recorrente nas produções.

Apesar de as cores estarem sendo utilizadas provavelmente para seguir a tendência dos modelos gráficos, já que o inseto verdadeiro não é vermelho, essa cor também reforça as conotações de “fogo selvagem” e “pimenta”, que podem ser associadas ao potó e à própria aguardente. Observamos que houve uma tentativa de conferir mais vivacidade ao vermelho. Ao analisar o vermelho aplicado na estrela do fabricante e o que aparece colorindo o inseto e a designação, é notória a presença do amarelo nos dois últimos. Houve uma provável sobreposição do vermelho no amarelo, que garantiu um vermelho-alaranjado.

Por sua vez, no rótulo *Coral* (PA), temos a representação da cobra coral, num estilo gráfico bem diferente em relação ao rótulo anterior. A conotação “venenosa” que pode ser atribuída à cobra e à bebida é muito mais presente, dada à escolha do animal. O animal “cobra” é muito frequente no vocabulário popular. Cobra pode ser alguém de má índole, uma pessoa que atinge idade avançada, uma mulher de mau gênio, o maior em certa atividade (MOTA, 1978). Há a expressão cobra de farmácia, utilizada especialmente na zona rural para se referir ao indivíduo que bebe diariamente, visto que as farmácias nas cidades do interior costumavam exibir cobras venenosas abatidas dentro de frascos brancos cheios de álcool (SOUTO MAIOR, 1985). Além disso, a cobra é também o número 09 no jogo do bicho. No caso da cobra coral, podemos citar o fato de ser o símbolo do clube Santa Cruz do Recife. Contudo, dado o estado de origem do rótulo é mais plausível que a coral esteja presente devido à sua presença na fauna da região e às associações de significado possíveis entre este animal e a aguardente. Afinal, a coral está entre as cobras brasileiras mais venenosas, traíçoeira tal qual a caninha.

A cobra coral está entrelaçada à garrafa que traz o rótulo da própria aguardente, repetindo a ideia de outras marcas de utilizar como recurso a metalinguagem. O animal foi desenhado com expressão de malícia, o que caracteriza o ingrediente “não-naturalista”. Traz também dinamismo ao entrelaçar a garrafa, é como se ela abraçasse o seu “veneno

engarrafado". A aguardente é "puríssima", sem nenhum sal de cobre proibido pela vigilância sanitária ou algo que abrandasse a potência do veneno da coral. A tipografia utilizada na designação é sem serifas geométrica. O uso da caixa-alta aliado ao recurso gráfico da sombra garantiram um letreiro tridimensional forte e marcante, essa não é uma bebida para fracos. Consideramos o elemento pictórico principal com ingrediente gama quase expandido. A cobra foi retratada com amarelo, vermelho e verde.

O marrom veio substituindo o preto da cobra, tendo sido atingido por meio da sobreposição do vermelho e do verde na impressão. O verde, por sua vez, vem compondo o elemento da cana-de-açúcar, elementos esquemáticos e a garrafa da aguardente. Esse rótulo foi impresso no próprio estado do engarrafador pela *Emp. Gráf. Amazônia – Pará*.

6.2.11 Água que passarinho não bebe

Água que passarinho não bebe é um eufemismo da cachaça, apontado por Souto Maior (1985) como originariamente típico dos estados da Bahia, Pernambuco e São Paulo, mas que é conhecido em todo país. Não faltam passarinhos e outras aves nos rótulos da cachaça, sendo a categoria de animais mais predominante na coleção e a mais diversificada, como já abordamos. Freyre (2013) aponta que os pássaros foram afugentados pelo fogo da cana-de-açúcar, notando que sabiás, pintassilgos, xexéus, canários e outros foram ficando sem árvores onde cantar com a expansão dos canaviais.

Ao mesmo tempo, em seus estudos, é comum a associação dos moleques com os passarinhos. A brincadeira de atirar com espingarda ou capturá-los usando o bodoque herdado da cultura indígena eram comuns. Como aponta o autor, o gosto da criança pelos brinquedos das figuras de animais ainda é traço característico da cultura brasileira que veio desaparecendo com a americanização dos brinquedos. Ainda podemos incutir a predileção por pássaros ao costume indígena de aves domésticas servirem de bonecas às crianças: *"ainda hoje pegar passarinhos pelo sistema indígena do bodoque ou pelo alçapão com rodela de banana, e criá-los depois, mansos, de não fugirem da mão, é muito de menino brasileiro"* (FREYRE, 2013, p. 205).

A criação de pássaros em gaiolas remota, desde os tempos coloniais e prevalece até hoje, mas nas décadas de 1940 e 1950 era algo bem mais comum. Acreditamos que muito do uso de passarinhos e aves ilustrando os rótulos seja uma forma de contemplar e seduzir os criadores, uma referência às feiras de passarinhos e a espaços como mercados públicos, nos quais a cachaça era bebida comum. Como relata um dos entrevistados no grupo focal

realizado: “Eu tenho essa imagem da garrafa de cachaça e uma gaiola. Vocês não têm isso no imaginário de infância, não? Meu pai sempre tinha essa coisa: cachaça e passarinho. Eu ia muito em feira de passarinho com meu pai” (ENTREVISTADOS, 2018). Os pássaros são tão queridos, que sua presença também está em histórias populares particulares de algumas aves e em músicas brasileiras.

Há o chorinho de fama internacional “Tico-tico no Fubá”, composto em 1917 por Zequinha e Abreu, ou ainda “Juriti” de Wademar Henrique e Jorge Hurley em 1936. Mais à frente, em 1976, temos a música “Passaredo”, de Chico Buarque, cuja letra menciona os pássaros: andorinha, bem-te-vi, tico-tico, quero-quero, pintassilgo, patativa e outros. Todos os citados foram observados nos rótulos. O rótulo *Tico-tico* (RJ) (fig. 6.35), que trouxemos para análise, traz uma representação quase genérica do pássaro. Consideramos o ingrediente gama como quase expandido, pois apesar de fazer gradação e mistura de cores explorando a técnica, não detalha bem o pássaro, sendo uma representação quase genérica da ave. Com azul, amarelo e vermelho, os autores gráficos do rótulo, conseguiram trazer também o laranja e o verde. Como expomos no capítulo da fauna, o tico-tico apresenta um pescoço marcado com laranja. No rótulo, no entanto, o amarelo e o vermelho foram misturados nas hachuras, deixando o corpo todo do pássaro em laranja. O enquadramento foi feito de forma conjuntiva com uso esquemático da moldura.



Figura 6.35. Rótulo *Tico-tico* (RJ) e detalhe (década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Em termos conotativos, o tico-tico traz familiaridade e amigabilidade. É um passarinho cantor muito popular. Que brasileiro não conhece o tico-tico? Sua aparência se assemelha ao pardal, mas a índole é totalmente diferente (IHERING, 1940). É um passarinho

que anda em grupo e é companheiro do homem, aparecendo nas habitações humanas. Tem índole mais inocente, sendo um dos primeiros a ser capturado por armadilhas. Conforme Ihering (1940), o canto do tico-tico nas interpretações mais fantasiosas diz: “minha vida é assim... assim”. Seu ninho é feito com cuidado com raízes e palhinhas, sendo forrado no interior por crinas de animais. Há relatos de que o tico-tico é vítima de goderos, passarinhos que aproveitam seu ninho para botar os seus próprios ovos e serem chocados e alimentados pelo tico-tico (PIMENTEL & LIMA, 2004). O chupim é conhecido também como o “engana-tico-tico” e, neste sentido, o pássaro passou a conotar o adjetivo de aproveitador, por ser o maior explorador desse pássaro (IHERING, 1940). Mota (1985) ainda aponta como significados para tico-tico: “troco miúdo” e o provérbio “Mais vale um tico-tico no prato do que jacu no mato”.

Outro passarinho encontrado entre as marcas de cachaça é o guaxe. No rótulo *Guache* (fig. 6.36) (SP), temos uma composição e desenho do animal com ingrediente gama expandido e enquadramento conjuntivo aliado a esquemáticos. O pássaro que tem o nome de “guaxe” foi retratado seguindo suas características, nota-se que o autor era conhecedor da ave. Houve um trabalho nas cores também. Por meio do pontilhismo, o desenhista conseguiu proporcionar mais dimensão nos ramos de cana-de-açúcar e sutileza nos tons empregados nas patas da ave. A moldura também trouxe sofisticação ao rótulo, com arabescos em tinta dourada, aproximando-se com esse elemento ao estilo *Art Nouveau*. Esse exemplar teve um trabalho mais cuidadoso, destacando-se, nas produções, em técnica e estilo mais rebuscado. A escolha da tipografia destoa um pouco do rótulo, trata-se de uma fonte mais moderna, sem serifas com terminais em diagonal. O ornamento tipográfico se restringe a uma sombra, remetendo às penas vermelhas presentes nas asas do guaxe. Há um ditado que se diz “cabelo ninho de guaxe”, para se referir ao cabeça bagunçado (PIMENTEL & LIMA, 2004).

O rótulo Bico-de-lacre (fig. 6.37), por sua vez, possui gama ambígua, tem um trabalho técnico na composição das cores, com o uso de hachuras para dar um tom de rosa na barriga do passarinho e no grande uso de traços na composição das penas. No entanto, a representação da ave, ficou simplória, sendo identificada apenas pelo seu bico vermelho característico. Em termos de enquadramento, temos uma tendência para o conjuntivo, garantido pela integração entre o pássaro e o elemento pictórico de cana-de-açúcar. A designação utilizou duas tipografias diferentes, destacando as letras B e L em uma tipografia serifada e em vermelho como o bico do pássaro, enquanto as demais letras foram impressas em um tipo sem serifas geométrico.

Essa aguardente é um produto do estado do Rio de Janeiro, mas o fabricante é denominado "Adega Gaúcha", o que gerou ambiguidade, apesar de haver a possibilidade de ser apenas um nome fantasia. Há uma *Rua do Livramento*, na cidade do Rio de Janeiro, e há ruas com esse nome em diferentes municípios do Rio Grande do Sul. Na catalogação, classificamos este rótulo como do estado do Rio de Janeiro, seguindo o palpite da organização da Coleção Almirante. O bico-de-lacre é um passarinho que gosta de viver em comunidade e sua presença no rótulo é provavelmente advinda de ser um pássaro cantor que já se criava em cativeiro, apesar de hoje não estar entre as espécies legalmente permitidas. Como já abordamos, trata-se de uma ave exótica, trazida da África ao Brasil para domesticação ainda no período colonial.



Figura 6.36. Rótulo *Guache* (SP) e detalhes (estimado na década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figura 6.37. Rótulo *Bico de Lacre* (RJ) (estimado na década de 1950)
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Saindo do leque dos passarinhos, as aves queridas por seu canto, temos os “bicudos” nos rótulos *Araçari* e no rótulo *Bicada*. O rótulo *Araçari* (fig. 6.38) também é do estado do Rio de Janeiro e traz a ave que dá nome à aguardente. Araçarís e tucanos são aves zoológicamente semelhantes. O tucano é conhecidamente uma das aves contrabandeadas em tráficos de animais. É possível imaginar que o araçari, sendo uma espécie de tucano pequeno, também seja uma ave desejada por criadores. Avaliamos que a escolha dessa ave para compor o rótulo se deu pela sua beleza e nome distinto. Tantos já engarrafam sabiás, andorinhas e canários, “araçari” neste contexto é um nome mais incomum. O termo “finíssima” pode vincular a ideia de a ave ser mais preciosa para os criadores. Em tupi, araçari significa “ave brilhante como o dia”.

O araçari foi a ave mascote recebida pelo ornitólogo e naturalista alemão Helmut Sick² por meio de índios na Expedição Roncador-Xingu³ da qual o mesmo participou na década de 1940. Na obra “Tukani”, na qual discorre toda a experiência da expedição, ele relata: “Um dia me apareceu Sawa-kabá, um Kamaiurá de meia idade, com um filhote de araçari (*Pteroglossus Castonotis*). Ofereceu-me a ave, que ele chamava de Tukani, e eu, não podendo resistir, dei-lhe em troca um bonito facão” (HELMUT, 1997, p. 67). O autor aponta que a ave era difícil de ser conseguida até pelos índios, pois seus ninhos ficavam em mata virgem e alta, tendo seus filhotes estimado valor. Coincidência, ou não, a aguardente “Araçari” é do estado do Rio de Janeiro e Helmut vivia na cidade do Rio.



Figura 6.38. Rótulo *Araçari* (RJ) (estimado na década de 1950).
Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

² Helmut viajou ao Brasil 1939 para coletar material ornitológico e estudar espécies raras. Devido ao início da Segunda Guerra, não pôde retornar à Alemanha e acabou sendo preso no Brasil. Com o desfecho da guerra, contudo, foi contratado como naturalista da *Fundação Brasil Central*, tendo realizado expedições às regiões Centro-Oeste e Norte, narradas no livro *Tukani* (BIOMANIA, 2018).

³ A *Expedição Roncador-Xingu* foi uma das ações de interiorização do Brasil, fazia parte do programa *Marcha para o Oeste*, lançado pelo governo do período (GALVÃO, 2014).

O rótulo *Araçari* traz a ave com grande detalhamento e, por isto, consideramo-lo como expandido, apesar de não terem sido explorados mais recursos de composição de cor. Há apenas justaposição de cores no letreiro da designação. O araçari foi desenhado todo em azul, tendo sido uma escolha de cor aleatória em relação a representatividade do animal. Há integração entre a designação disposta em um listel e o desenho da ave, e, nesse sentido, o enquadramento poderia ser considerado como conjuntivo. Contudo, como focamos essa variável na avaliação do elemento pictórico principal, consideramos o enquadramento como disjuntivo, por não haver uma representação de contexto, apenas o feixe de cana no qual a ave está apoiada sobre o fundo branco. O araçari foi representado de forma estática e naturalista, assemelhando-se à ave original.

No rótulo *Bicada* (fig. 6.39), por sua vez, temos o tucano, um bicudo mais conhecido popularmente. *Bicada* significa um gole de bebida forte ingerido rapidamente. Tal bebida em geral é a aguardente (SOUTO MAIOR, 1985, p. 42). Nesse sentido, temos, no exemplar, a relação de revezamento entre a designação e a representação do animal. O fato de tal expressão folclórica ter sido usada agrega também sentido ao ser aliado à figura do tucano, ave de bico grande e capaz de promover bicadas. Mota (1978) ainda traz as expressões: *venta de tucano*, *papo de tucano*, *atucanar* (atormentar, pedir) e *atucanado* (atormentado), reforçando a presença do tucano no repertório popular. Em termos gráficos, consideramos a figura do tucano com ingrediente gama expandido, em razão do detalhamento do desenho e trabalho na composição das cores. O rótulo traz apenas a tríade vermelho, amarelo e preto, todavia, graças ao trabalho cromático realizado, a sensação é de haver mais cores na ave. O tucano foi representado de forma estática e naturalista, com enquadramento disjuntivo.



Figura 6.39. Rótulo *Bicada* (PE) e detalhes (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Como já apontamos, para um país conhecido, desde a colonização, por suas araras e papagaios, as ocorrências dessas aves são relativamente baixas. As araras são aves reconhecidas pela sua exuberância e colorido. Os próprios índios já dedicavam admiração a essas aves, arrancando suas penas para usar como adorno (IHERING, 1940). A arara está bem presente no vocabulário brasileiro. A conhecida expressão “ficar uma arara” significa ficar zangado. Souto Maior (1985) cita a expressão “estar mordido de arara”, que seria o mesmo que estar embriagado. Mota (1978) aponta ainda que arara pode se referir a uma mentira ou a um sujeito tolo.

Freyre (2013) também relata a predileção do senhor de engenho por gaiolas com papagaios, araras e galos-de-campina. A utilização das araras no rótulo dessa aguardente é uma verdadeira exaltação à fauna e à admiração que se tem por essas aves. No rótulo que trouxemos que utiliza araras (fig. 6.40), o nome que é adotado pela aguardente não fica claro na hierarquia da informação. Acreditamos que o autor atribuiu a designação como “Lialves”, que se trata das iniciais do nome do fabricante “Lydio Alves Pereira LTDA”. Contudo, foi a tipificação “aguardente de cana composta com capilé” que adquiriu, na composição, uma integração típica de título da bebida.



Figura 6.40. Rótulo *Lialves Aguardente* (ES) e detalhes.

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A tipografia utilizada em “aguardente” se assemelha aos galhos quebrados de árvore, dialogando com a atmosfera tropical criada com todo o colorido do rótulo. O rótulo, como um todo, podemos considerar como expandido, graças a todo o trabalho de desenho e de composição cromática. O elemento pictórico da arara, no entanto, consideramos como quase

expandido, visto que não detalhou bem a anatomia da ave. Parece que o autor quis atribuir as cores de todas as espécies de arara em uma só ave, muito embora ainda acreditemos que a tentativa tenha sido de representar a araracanga ou a arara vermelha, expostas no capítulo 4. O enquadramento foi considerado como conjuntivo, os elementos pictóricos estão bem integrados com o plano de fundo.

Consideramos que os elementos pictóricos estão dinâmicos dado o posicionamento das araras, que parecem estar se inclinando. O próprio espelhamento cria uma sensação de movimento. O mesmo também foi responsável por considerarmos as araras representadas como não-naturalistas, além da pintura das penas que proporcionou uma sensação de aquarela. O colorido do animal, bem como a expressão das aves, que parecem estar sorrindo, conotam alegria e satisfação. Esse rótulo é do estado do Espírito Santo e foi impresso na Lito Minerva Ltda em Santa Cruz do Sul (RS).

A coruja, por sua vez, é um animal que traz muito simbolismo. Além de serem guardas noturnos, as corujas fazem parte de expressões e superstições. Algumas das presentes em Mota (1978) são: cara de coruja, olho de coruja, corujar, filho de coruja, corujismo. O que nos chamou atenção, contudo, foram as expressões: “Coruja cantou a morte chegou” (superstição) e “encorujado” (silencioso, parado, sozinho). Esse agouro da coruja também é apontado por Freyre (2013, p.107): “*E o mesmo se deve dizer das **corujas**, tão caluniadas como os sapos como animais agourentos, mas, na verdade, prestimosos como devoradores de bichos daninhos*”. Ao mesmo tempo, o autor aponta a utilidade da ave como exterminadora dos bichos daninhos às lavouras.

Ao analisar o rótulo *Meu-amigo* (SP) (fig. 6.41), temos uma coruja retratada com gama contraída, enquadrada de forma disjuntiva, o que ressalta sua figura estática e não-naturalista. O chapado utilizado e o não detalhamento da ave reforçam o conceito de uma ave noturna, das sombras. Temos um misto do mau-agouro popular atribuído a essa ave, como também da solidão. A coruja seria a amiga do homem, solitário, bebendo sozinho, assumindo, dessa forma, o papel de signo da aguardente, o verdadeiro objeto presente na ação de beber. Ao mesmo tempo, a designação “meu-amigo” vem acompanhada ainda da frase “essa é boa”, o que soa como um convite para acompanhar a bebedeira e também conota satisfação. A garrafa posicionada ao lado da coruja, traz o mesmo rótulo, num modelo de metalinguagem observado com certa frequência nesses artefatos como já apontamos em outros exemplos.



Figura 6.41. Rótulo *Meu-Amigo* (SP) (estimado na década de 1950).

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

6.2.12 Bebe o engasga gato e fica com a cachorra cheia

Há relatos em Freyre (2013) de que os amigos dos canaviais que avançavam pelas florestas tropicais eram os gatos e os cachorros. Diferentemente dos animais do “mato” que trucidavam as criações ou dificultavam as lavouras, os gatos e os cachorros auxiliavam no contexto açucareiro. O cachorro funcionava como um vigia da casa grande contra os comedores de galinha e ladrões de pinto, e o gato era útil na perseguição de ratos, que se proliferavam com facilidade no azedo das aguardentes. Campos (1997), ao falar da zona rural pernambucana, nota que existe muita ternura nas relações entre homens e animais domésticos na região. Ele faz relato aos costumeiros nomes de peixes dados aos cachorros:

Os cachorros, muito mais que os gatos, os “baleias”, “tubarões”, “siobas”, “piabas”, “camorins”, “xaréus” – acreditam os trabalhadores que eles, tendo nomes de peixes, não sentirão aversão à água, sintoma da hidrofobia – crescem magros e barrigudos como os meninos, em torno da gente rural mais pobre (CAMPOS, 1997, p.21).

Na coleção, o gato é o que mais aparece entre esses dois domésticos, especialmente o preto. Essa recorrência deriva de marcas estrangeiras que já utilizavam o gato e possivelmente da heráldica, que tem no gato uma de suas figuras. Há ainda vários expressões e eufemismos da cachaça atrelados a figurado do gato: *água-que-gato-não-bebe*

(eufemismo da cachaça), *dar-na-cara-do-gato* (tomar cachaça), *gateira* (embriaguez) e outros (SOUTO MAIOR, 1985). Os dois rótulos de gato, cujos significados foram avaliados, foram o *Angorá* (fig. 6.42) e o *Cumbe* (fig. 6.43). Ambos são bem distintos. A aguardente Angorá (MG) utiliza da ancoragem em sua designação, fazendo referência direta a uma raça de gato turco, a qual está sendo representada no rótulo.

O gato angorá é conhecido em outras cores, mas o autor escolheu representá-lo na cor branca, uma das mais populares. Nesse sentido, o branco do gato conota “pureza”, uma associação à “branquinha” e à qualidade “pura” da bebida. Angorá é um gato de raça, logo uma cachaça de estirpe. Dentre as marcas observadas, pode-se dizer que é uma das que traz feminilidade e delicadeza, uma aguardente pura e fina. O elemento pictórico do gato foi desenhado com cuidado, uma ilustração que tem gama com tendência ao polo expandido, com o detalhamento conseguido no desenho litográfico dos pelos e de forma naturalista. Há ainda também o emprego do recurso do degradê no plano de fundo do rótulo, trabalhado com o gato em enquadramento disjuntivo, ressaltando ainda mais a sua figura. A tipografia utilizada em “Angorá” também trouxe algo mais delicado na escolha de um estilo caligráfico, o qual observamos ser mais raro na amostra estudada. As cores utilizadas seguem as mais frequentes observadas, o preto e o vermelho.

No rótulo *Cumbe*, temos um total oposto. Já na designação, a construção de sentido se dá de forma diferente. A relação entre a designação e o animal é de revezamento. “Cumbe”, no dicionário de língua portuguesa, tem, dentre outros significados, “aguardente” e “dança de negros”. No entanto, a escolha do nome parece ter derivado mesmo do endereço do fabricante “Cumbe – Arati”. Há até hoje um sítio de conhecida beleza em Arati, cujo nome é Cumbe. Nessa produção, o gato representado é preto e a gama está no polo contraído, não há detalhamento da figura, a ênfase está no ingrediente dinâmico da cinética. O gato está se eriçando como se estivesse na presença de uma ameaça. Suas formas foram tão sintetizadas que chegaram ao nível do não-naturalismo.

Por se tratar de um signo da aguardente, é possível que o “erizado” conote o “arrepinado” causado pela bebida, que queima ao descer pela garganta. O elemento pictórico do gato foi representado de forma disjuntiva com o uso do círculo como esquemático. No campo inferior ainda temos a representação de uma usina, que pode estar associada à ideia do gato como aliado à caça de ratos. Ao mesmo tempo, a cor preta utilizada no gato, na representação da usina e na própria designação, colabora para o efeito simbólico do gato enquanto uma criatura da noite, que pode ser associado a boemia da cachaça.

A usina representada, bem como o formato do rótulo e a própria escolha da tipografia trazem consigo um estilo semelhante à grandiosidade empregada pelo *Art Deco* ao retratar

edificações. Nesse caso, a modernidade se refere à modernização da indústria açucareira com a substituição dos engenhos pelas usinas. É perceptível também que, apesar de não se usar tanto dos recursos técnicos da cromolitografia nos desenhos e na composição da cor, houve uma tentativa de dar unidade e qualidade à composição visual. O preenchimento utilizado nas letras de “Cumbe” se assemelham às janelas da usina. Um estilo similar é empregado também na tipografia do fabricante. O uso da tinta prata em conjunto com o azul e o preto também enobreceu o rótulo. Ambas as aguardentes Angorá e Cumbe parecem ser direcionadas a um público de gosto mais refinado, pois destoam da linguagem popular mais costumeira.



Figuras 6.42 e 6.43. Rótulos *Angorá* (BH) e *Cumbe* (CE) (estimados na década de 1950). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Por sua vez, o cachorro do rótulo *Biriba* (BA) (fig. 6.44) tem mais a ver com o contexto futebolístico. *Biriba* é o nome de um cachorro que foi adotado como mascote pelo time Botafogo. O cachorro era um vira-lata descendente da raça Fox terrier e que vivia nas ruas de Copacabana na década de 1940 e foi adotado por Macaé, zagueiro na época do time. Seu nome foi dado em virtude de um jogo de cartas praticado pelos atletas. O cachorro passou a ser levado ao clube e sua presença aparentemente incutiu na sorte do time. O então presidente Carlito Rocha era tido como um supersticioso e atribuiu o sucesso do time à presença de *Biriba* nos jogos. *Biriba* foi considerado o símbolo da vitória do Campeonato carioca de 1948, encerrando um jejum de anos sem conquistas do clube.

No rótulo “Biriba”, temos o elemento pictórico do cachorro representado nas suas cores reais. Houve um trabalho na gradação do preto que nos fez classificar o rótulo com ingrediente gama quase expandido. O cachorro veio enquadrado de forma conjuntiva, apenas pela presença do chão vermelho. A sua inserção no elemento esquemático do círculo, provavelmente faz referência à própria bola de futebol. Esse conceito do “curvilíneo” foi levado também à designação que tem as letras em caixa-alta em tamanhos diferentes acompanhando uma silhueta redonda. As cores do Botafogo são preto e branco, o próprio mascote já tem as cores do time. Neste rótulo, produzido na Gráfica 43 Blumenau, no entanto, foram utilizados também o vermelho e o amarelo, as quais, como já mencionamos, eram cores utilizadas amplamente na composição dos rótulos de aguardente.



Figura 6.44. Rótulo *Biriba* e detalhes (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

6.2.13 Fazer uma fezinha

De acordo com Magalhães (2005), a história do jogo do bicho se inicia na cidade de São Sebastião do Rio de Janeiro em 1892. Havia um Jardim Zoológico de propriedade do Sr. João Batista de Viana Drummond, o então Barão Drummond. No parque, os cidadãos podiam apreciar os animais, um hotel nas melhores condições e um magnífico restaurante. Bailes públicos, circo de cavalinhos e outros espetáculos aconteciam no parque. Havia também

apostas em jogos que tinham o intuito de arrecadar fundos para manter o parque em funcionamento, além da modernização da cidade. Dentre os jogos estavam carteadado, bilhar, jogo de pelota e outros. No dia 03 de julho daquele ano, foi inaugurado o controverso jogo do bicho.

Magalhães (2005) aponta que, ao comprar o ingresso, o visitante recebia um bilhete no qual viria a figura de um animal. Numa caixa de madeira pendurada em um poste ficava uma figura de bicho escolhida pelo barão dentre vinte e cinco bichos diferentes. Ao final do dia, a caixa seria aberta e aqueles que tivessem a mesma figura do bicho encaixotado receberiam um prêmio de 20 mil réis. O sorteado no dia da inauguração foi o avestruz, 23 visitantes ganharam. Pouco tempo após a inauguração, o bilhete passou a ser vendido fora do parque, não precisando o apostador entrar no zoológico necessariamente para recebê-lo, pois o mesmo valia por 4 dias. Logo o estabelecimento foi ganhando a fama de antro de jogatina. O jogo, por sua vez, cresceu sem controle se espalhando pela cidade e acabou sendo proibido pelo poder público. Mesmo sendo uma contravenção, tal divertimento foi ganhando popularidade, tendo seus altos e baixos. Em artigo dedicado ao jogo do bicho, Campos aponta (1997):

O jogo do bicho liga-se à adivinhação, à superstição, ao mágico, ao sobrenatural, ao trágico, ao cômico. Na zona urbana, a ligação é bem menor, restringindo-se, quase sempre, às costumeiras interpretações dos sonhos, sugestões de placas de automóveis e de casas, números de cédulas de dinheiro. Na zona rural, porém, os matutos recorrem a diversos processos para acertar o bicho. Inúmeras são as interpretações dos sonhos, das formas das nuvens, das poças d'água, das sombras das árvores, de acontecimentos do cotidiano, do comportamento dos animais domésticos, do número das pétalas das flores, das notícias, boas ou más, recebidas durante o dia (CAMPOS, 1997, p.21).

O jogo era um divertimento que agradava o público urbano e o rural. Um divertimento que causava prejuízos ao bolso dos trabalhadores, que investiam no sonho e na esperança de mudar de vida fazendo uma fezinha. Magalhães (2005) acredita que elementos intrínsecos ao bicho foram fundamentais para sedimentar o sucesso do jogo no mercado concorrido das loterias. Para o autor, o fato de a aposta ser vinculada a bichos no imaginário dos apostadores e não à frieza numérica, fazia com que o jogo se sobressaísse, posto que as características dos animais criadas pelos apostadores animavam as tentativas de apostas. Como aponta Freyre (2013, p.109),

Enquanto isto, o jogo de bicho, tão popular no Nordeste do Brasil, e de origem talvez remotamente oriental, conserva na população do litoral e da "mata", a mística do bicho, dando significação convencional aos sonhos com animais. Mas principalmente aos sonhos com animais de origem europeia" (FREYRE, 2013, p. 109).

Como aponta o autor, os sonhos são especialmente com animais de origem europeia. De fato, os animais do jogo são praticamente todos estrangeiros (fig. 6.45), apesar de muitos estarem incorporados nas criações brasileiras como carneiro e cabra. Todavia há alguns poucos presentes de nossa diversidade: como as águias, as borboletas e as cobras. Freyre (2013) ainda faz associação da predileção pelo jogo aos rastros animistas e totêmicos da cultura ameríndia, também reforçada pela africana. É de conhecimento comum que jogos de vício vêm facilmente acompanhados de bebida alcoólica.

O jogo do bicho constituía um jogo democrático, pois permitia apostas muito baixas. O pobre também podia jogar, o mesmo que também tinha poder aquisitivo para comprar a branquinha. Nos rótulos da coleção, temos todos os bichos que estão no jogo, mas nem todos adotam a relação de ancoragem, o que, neste caso, aumentaria o indício de que a inspiração do rótulo teria sido mesmo por ser um bicho do jogo. Trouxemos quatro rótulos que fazem essa relação direta entre o animal e a designação: Pavão (BA) (fig. 6.46), Borboleta (MG) (fig. 6.47), Coelho (RN) (fig. 6.48) e Leão (PI) (fig. 6.49).

CONFIE NA SUA SORTE COMPROVE APOSTANDO				
01-02-03-04 1 AVESTRUZ	05-06-07-08 2 ÁGUA	09-10-11-12 3 BURRO	13-14-15-16 4 BORBOLETA	17-18-19-20 5 CACHORRO
21-22-23-24 6 CABRA	25-26-27-28 7 CARNEIRO	29-30-31-32 8 CAMELO	33-34-35-36 9 COBRA	37-38-39-40 10 COELHO
41-42-43-44 11 CAVALO	45-46-47-48 12 ELEFANTE	49-50-51-52 13 GATO	53-54-55-56 14 ONÇA	57-58-59-60 15 JACARE
61-62-63-64 16 LEÃO	65-66-67-68 17 MACACO	69-70-71-72 18 PORCO	73-74-75-76 19 PAVÃO	77-78-79-80 20 PERU
81-82-83-84 21 Touro	85-86-87-88 22 TIGRE	89-90-91-92 23 URSO	93-94-95-96 24 VEDADO	97-98-99-00 25 VACA

Figura 6.45. Tabela do jogo do bicho. Fonte: ANDRADE, 2009.

Pavão é o número 19 no jogo de bicho. Dentre os significados atribuídos a esse animal, estão o de uma pessoa vaidosa ou um sujeito que quer se destacar pelo vestuário (MOTA, 1978). Há ainda as expressões: pé de pavão (ponto fraco de alguém), comeu carne de pavão (ficou orgulhoso por qualquer motivo), empavonado (orgulhoso), pavonear (exibir-se), ter penas de pavão (fazer figura às custas de alguém). O pavão é uma ave de estonteante beleza, sendo utilizada em propriedades rurais como uma ave ornamental. O próprio rótulo destoa dos demais com todo seu decorativismo. É quase um palco teatral com referências do *Art Deco* e *Art Nouveau* (ENTREVISTADOS, 2018). O pavão foi retratado estático, de forma

naturalista e com um enquadramento conjuntivo aliado fortemente a elementos esquemáticos. Os tipos da designação também são bem ornamentados com sombras e com uma decoração interna que dialoga com os detalhes nas penas do pavão.

Apesar de o rótulo possuir vários elementos e ter um trabalho interessante na composição cromática, o pavão em si não foi tão bem detalhado, nesse sentido o avaliamos como quase expandido dentro da escala arbitrada para os rótulos nesse ingrediente. Mas cabe destacar o bom trabalho feito na combinação das cores azul, amarelo e vermelho. Conseguimos ver também o uso do preto e do azul claro em pequenos detalhes. A informação do fabricante parece ter sido impressa posteriormente, um indicativo de que se trate de um rótulo de estoque.



Figuras 6.46. Rótulo Pavão (BA) e detalhes (década de 1940) Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A borboleta, por sua vez, corresponde ao número 4 no jogo do bicho. Esse inseto pode conotar instabilidade e inconstância. Mota (1978) ainda faz referência à conotação de prostituta e a ação "borboletear", que seria exhibir-se. Por ser um inseto que surge após uma transformação total, pode ser associado metaforicamente aos efeitos transformadores de ânimos da cachaça. Outra conotação atribuída, enquanto signo da cachaça, pode ser a liberdade. A figura da borboleta é uma estrutura que permite grande variabilidade no uso das cores e no desenho, oferecendo versatilidade para a decoração das asas.

Ela foi considerada dinâmica por estar de asas abertas e flutuando no meio do rótulo (fig. 6.47), mas com enquadramento disjuntivo, dada a distância das canas. O letreiro da

designação não utiliza ornamento, sendo todo em caixa-alta na cor vermelha. A tipografia é sem serifas num estilo mais condensado e *bold*. A borboleta foi desenhada de forma naturalista e com tendência ao polo expandido. Temos uma combinação bem trabalhada de três cores utilizadas: vermelho, amarelo e azul. O marrom, ao ampliarmos a imagem, parece-nos resultante de uma sobreposição dessas três cores.

As formas da tipografia escolhida contrastam com a sinuosidade da borboleta. Um misto de delicadeza pelo bicho e da força da bebida expressa pela tipografia. Ao mesmo tempo, o termo “fina aguardente” contribui para a interpretação de que o animal foi escolhido pela sua delicadeza, desejando o fabricante atribuir a qualidade de capricho ao produto. Para um dos participantes do grupo focal: “Você bebe e sai voando” (ENTREVISTADOS, 2018).



Figura 6.47. Rótulo *Borboleta* (MG) (década de 1950) e detalhes. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

O outro bicho que também está no jogo e nos rótulos é o coelho, o qual corresponde ao número 10 no jogo do bicho. Mota (1978) aponta que coelho pode significar tímido e nervoso. Dentre algumas expressões, o autor cita: “dessa mata não sai coelho”, “de uma cajadada matar dois coelhos” e “dente de coelho” (coisa oculta misteriosamente). O coelho representado (fig. 6.48) é um animal branquinho tal qual a caninha. As formas sinuosas das letras cursivas da designação em vermelho e amarelo trazem um pouco da delicadeza do animal. O coelho é branco e a cor preta foi utilizada para sombreamento.

Consideramos com ingrediente gama quase expandido. A representação é estática e naturalista. O enquadramento foi avaliado como conjuntivo esquemático por estar inserido em uma forma curvilínea que o separa dos outros elementos do rótulo. As cores estão dentro do modelo *Pernambuco*: fundo preto e letreiro vermelho e amarelo. Provavelmente foi

influenciado por essa tendência de cores na região do Nordeste, visto que o engarrafador é do Rio Grande do Norte. No entanto, o animal foi representado como o coelho europeu branco e não em vermelho como seria esperado desse modelo gráfico.

O coelho representado se assemelha àqueles encontrados à venda em mercados públicos e casas de animais. Em alguns rótulos, o coelho é o animal utilizado por ser o sobrenome do engarrafador ou produtor, mas neste caso não observamos essa relação. Como a relação do animal é de ancoragem e como o coelho não têm tantas conotações que possam ser associadas à aguardente, acreditamos que seja uma referência ao jogo do bicho.



Figura 6.48. Rótulo Coelho (RN) (década de 1940) e detalhes. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.



Figura 6.49. Rótulo Leão (PI) (década de 1940). Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Enquanto o coelho é delicado, o leão é uma figura muito imponente. Longe de fazer parte da fauna brasileira, sua presença está sempre garantida em zoológicos, sendo um animal clássico. Leões são utilizados como figuras heráldicas, o que também pode ter influenciado em sua recorrência na coleção. No jogo do bicho, seu número é o 16. O rótulo leão é do estado do Piauí (fig. 6.49), e seu engarrafador tem o sobrenome “Leão”, o que provavelmente funcionou como incentivo para a escolha do animal como representante da marca. Enquanto signo da bebida, o leão conota força e superioridade. A própria tipificação traz a palavra “Superior”. Em termos gráficos, tem uma gama quase expandida e enquadramento conjuntivo. Como figura estática, o leão foi representado também de forma naturalista. A tipografia utilizada é um tipo de forte presença, com serifas triangulares e sombra projetada. O leão traz a associação de “rei” para a bebida.

6.2.14 Samba

Samba não é só um ritmo, também é um eufemismo para cachaça (SOUTO MAIOR, 1985). A princípio o rótulo “*Kangurú*” é de causar grande estranheza. Canguru é um bicho conhecido como símbolo australiano, o que faz em um rótulo de uma bebida tipicamente brasileira? Utilizamos a palavra “Kangurú” em uma busca na hemeroteca digital da Biblioteca Nacional. Impressionantemente tivemos várias ocorrências. No início do século XX, as menções ao canguru encontradas foram em uma fábula infantil, intitulada “Os filhos do Kangurú”, na revista *Para Todos* (RJ) (1919). Na história, fazem parte o canguru, a paca, o quati, o coelho, o tatu, o macaco e o galo (fig. 6.50). A palavra “Kangurú” também foi muito encontrada em propagandas de sapato nesse período, para se referir ao material couro de canguru (fig. 6.51). Observa-se que a grafia da palavra dessa forma era algo comum. Um dos participantes do grupo focal *Entrevistados* (2018) notou que o “K” pode ser visto como um elemento da modernidade, associado aos Estados Unidos, já que não é uma letra que não faz parte do nosso alfabeto originalmente.

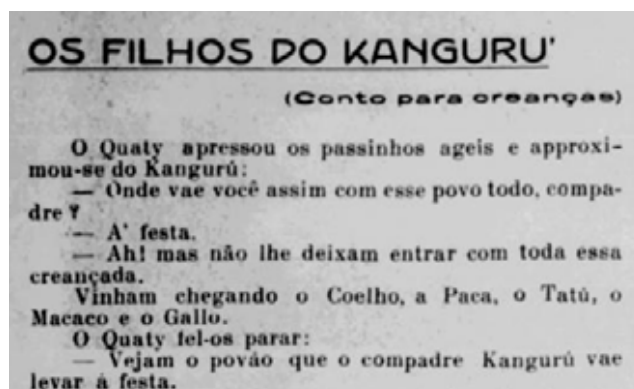


Figura 6.50. Trecho do conto "Os filhos do Kanguru", disposto na revista *Para Todos* (1919).
Fonte: *Os Filhos*, 1919. Acervo digital da Biblioteca Nacional.



Figura 6.51. Propaganda de sapatos de couro de Kanguru. Fonte: *Revista Para Todos* (1919, n. 35). Fonte: Acervo digital da Biblioteca Nacional.

As ocorrências já demonstram que esse animal não era estranho ao repertório do período. Em periódicos das décadas de 1940 e 1950, a maior parte das menções fazem referência à marcha de carnaval, lançada pela sambista Araci de Almeida em 1941, intitulada "Passo do canguru", essa marcha também ficou conhecida na voz de Carmem Miranda. A composição é de Haroldo Lobo e Milton de Oliveira. A probabilidade é que a referência tenha partido da marchinha:

*Eu nesse passo vou até Honolulu, ô ô ô
Ô ô ô, devagar
Lá no meu clube só se dança o Kanguru, ô ô ô
Das dez às três sem parar! (repete)*

*Parece valsa, batucada, Hulla Hulla
Hulla, Hulla, Rimacumba e até Maracatu
Pois no meu clube quando se entra na dança
Pega no colo criança, pensa até que é canguru!*

Tal música foi inclusive utilizada para fazer uma paródia em uma propaganda de cachaça. Em uma edição do *Brasil Açucareiro*, Estrêla (1945) contava que na região do Rio São Francisco, a cidade de Januária era famosa pela produção da melhor aguardente da região, tendo o nome da cidade se tornado sinônimo da bebida. As firmas concorriam na sua

distribuição, recorrendo a propagandas para se destacar. Dentre estas, temos a feita pelo Sr. Claudionor Carneiro, um dos distribuidores da Januária, que para destacar a sua "Claudionor", fez paródias com marchas de carnaval, dentre as quais "O Passo do canguru":

Eu nesse passo vou beber Claudionor ô ô ô...
 Ô Ô Ô Ô... devagar...
 Lá no meu clube só se bebe dessa marca
 Das dez às três sem parar...
 Parece uísque
 Coquetel
 Bom cónhaque
 Espumante
 Vinho fino
 E até fortificante
 Na minha casa
 Tôda a gente bebe dela
 Bebe o pobre e o granfino
 Bebe o moço e o menino.

Figura 6.52. Recorte da matéria com a letra da paródia com a *Aguardente Claudionor* (ESTRELA, 1945, p.77). Acervo digital da Biblioteca Nacional.

Denotativamente um animal completamente adverso à fauna, conotativamente, o canguru traz referências da cultura popular, por meio de fábulas e da música. O rótulo *Kangurú* é da Paraíba (fig. 6.53). Chamou-nos a atenção o nome da engarrafadora ser feminino, o que talvez explique o uso de um elemento elíptico com uma espécie de babados, lembrando um pouco os bordados antigos. O canguru foi desenhado com gama ambígua, estático e com enquadramento conjuntivo com o uso esquemático da moldura. As cores utilizadas seguem a tríade pernambucana, mas em uma configuração diferente. A tipografia da designação é sem serifas e traz dinamismo graças ao posicionamento em diagonal. A assinatura da gráfica traz as iniciais I.P.C.



Figura 6.53. Rótulo *Kangurú* e detalhes. Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

Também com referências ao ramo musical, temos o rótulo *Não me importo que a mula manque* (MG) (fig. 6.54). “Que me importa que a mula manque” é um verso de uma marchinha de carnaval chamada “*Eu quero é rosetar*”, gravada por Jorge Veiga em 1947, e de composição de Heraldo Lobo e Milton de Oliveira, disposta a seguir:

Por um carinho seu minha cabrocha
Eu vou a pé ao irajá (bis)
Que me importa que a mula manque

Eu quero é rosetar
Faço qualquer negócio
Com você cabrocha
Tanto faz ser lá no rocha
Ou Jacarepaguá
Pode até a mula mancar que eu vou a pé pra lá.

Que me importa que a mula manque
Eu quero é rosetar

(LOBO & OLIVEIRA, 1947).



Figura 6.54. Rótulo *Não Me importo que a mula manque* (MG) e detalhes.

Fonte: Coleção Almirante. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco.

A representação da mula no rótulo mineiro é caricata, não-naturalista, assemelha-se mais a um boneco. É um exemplar singular, visto que normalmente os elementos avaliados como não-naturalistas, recebem essa classificação por estarem personificando ações humanas como segurar uma garrafa. Mesmo assim, a maioria desses animais é representada se assemelhando às características do animal de forma mais realista e nesse sentido, também naturalista. Neste caso, porém, temos algo caricato, constituindo uma exceção nas produções. A representação se assemelha a um burrinho de madeira, um brinquedo popular em mercados e feiras até os dias de hoje. Esse brinquedo possui pernas flexíveis com

elástico nas juntas e um botão, que ao ser pressionado alivia a tensão dos elásticos, fazendo com que o burrinho, caia pelas tabelas como se estivesse bêbado.



Figura 6.55. Diferentes versões do brinquedo popular em formato de burrinho ou mula.

A designação foi dividida em duas partes. A primeira “Não me importo” vem curvilínea acima do bicho. Já a segunda parte “que a mula manque” vem disposta na horizontal de forma linear, com os tipos em diferentes inclinações, umas letras se inclinam para esquerda, outras são retas e outras voltam-se para a direita. A mula está centralizada com patas em ligeiro movimento e rabo içado ereto, sendo esse elemento pictórico avaliado como dinâmico. O animal foi desenhado em preto com fundo branco, sendo detalhado por sombras em amarelo e azul. As partes do corpo são bem geometrizadas e as patas são segmentadas assim como o referido brinquedo.

Ele é envolto por uma mancha branca, já o plano de fundo é amarelo. Esse recurso da mancha branca foi observado em alguns rótulos do período para enfatizar o elemento pictórico principal na produção. As letras em várias direções combinam com o desengonçado do animal. A representação do brinquedo popular traz uma informalidade condizente com a associação da música carnavalesca. Poderia ser um estandarte ou uma camisa de bloco de carnaval. Enquanto signo da aguardente, esta marca traz como significados humor e irreverência.

6.3 Considerações preliminares

Neste capítulo, fizemos um percurso, desde o gráfico ao significado dos animais nos rótulos de aguardente da Coleção Almirante. Tais produções se mostraram com grande riqueza visual. Em termos gráficos, o ingrediente de estilo que se mostrou mais característico nas produções foi o naturalismo das representações. A adoção da relação de ancoragem na designação do produto e o uso de cores primárias e do preto, também foram avaliados como

características recorrentes. Preto e vermelho são as cores mais usadas nas produções, tendo Pernambuco apresentado a tendência do uso da tríade preto, vermelho e amarelo de forma específica na composição gráfica e influenciado algumas das produções de outros estados, especialmente aqueles mais próximos geograficamente.

As cores eram utilizadas tentando se assemelhar aos objetos reais representados, seguindo modelos gráficos ou de forma aparentemente aleatória em termos de significado, a depender da conveniência técnica, custo de produção e gosto. Como foi observado, diferentes fatores contribuíram para a recorrência temática dos animais nos rótulos do período. Podemos dividir esses fatores em dois grandes grupos: (1) desencadeadores e (2) potencializadores.

Do primeiro grupo podemos citar o uso prévio de animais na heráldica e na rotulagem estrangeira, que repercutiu na adoção dessa temática como um espelho da iconografia europeia nos inícios da rotulagem brasileira. Além dessas referências, também temos como fator precursor a presença dos imigrantes estrangeiros que trabalhavam e comandavam casas litográficas especialmente no final do século XIX e início do século XX, influenciando igualmente no repertório dos rótulos. Ademais, décadas à frente, temos a obrigatoriedade de engarrafar e rotular aguardentes para a venda, culminando no desenvolvimento da rotulagem aguardenteira e incorporação de todas as temáticas que permeavam a litografia comercial (mulheres, fábricas, alimentos, animais e outros).

Nesse contexto, o fator “diferenciação”, a diversidade faunística brasileira, o contexto rural, a própria cachaça e a identificação com o público entram como fatores potencializadores. Como engarrafar aguardente virou negócio e muitos engarrafadores compravam a bebida até mesmo dos mesmos engenhos, o diferencial na venda seria o maior destaque do rótulo na prateleira. Recorrer aos animais era uma estratégia viável, era apenas escolher um que fosse mais exclusivo e torcer para vender bem. Animal diferente não faltava, a questão era escolher o certo. O nome do produto normalmente era o nome do animal, de forma simples e direta.

As representações eram, em sua maioria, naturalistas para que o público identificasse o bicho e o chamasse pelo nome, dessa forma a aguardente poderia ser identificada apenas pela figura. Vale salientar os detalhes nas representações: araçari não é igual a tucano, nem siri é igual a aratu. Os detalhes se perdiam mais por questões técnicas e não por falta de conhecimento das características do animal. O público se identificava com os bichos, pois a maior parte da população era rural e a cachaça é um produto também de origem rural, vindo dos grandes latifúndios e seus engenhos nordestinos ou das propriedades familiares com a conhecida cachaça mineira.

Dessarte, os bichos faziam parte do cotidiano: nas criações, na caça, nos tira-gostos, nas histórias, no folclore, nas marchinhas de carnaval, nos brinquedos, nos divertimentos, no cordel, nas expressões populares e até no próprio vocabulário aguardenteiro. Era apenas natural que os bichos da terra passassem a ser escolhidos em detrimento dos animais europeus usuais no final do século XIX. Ademais em 1940 e 1950, já tínhamos brasileiros conduzindo as gráficas e definindo o repertório das produções. O desenhista gráfico, o fabricante da bebida e o consumidor eram conhecedores de bichos. Os brasileiros eram conhecedores, fazia parte do contexto rural.

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa de doutorado proporcionou uma grande imersão no universo da rotulagem da aguardente de meados do século XX, com foco nas representações de animais. Tais produções são uma grande fonte de visualidades que espelham o momento vivido pela sociedade. Dentre os temas recorrentes vistos, a temática “animal” despertou a curiosidade por, a princípio, ser uma ocorrência aparentemente descontextualizada do universo aguardenteiro, além de parecer algo particular da rotulagem desse produto. A pesquisa, no entanto, revelou que a temática animal foi uma tendência iniciada já em terras estrangeiras em diferentes gêneros de produtos e que foi incorporada como temática nas oficinas litográficas brasileiras, seguindo, a princípio, os animais mais clássicos que já eram utilizados nos produtos importados, a exemplo de gatos e águias, e com o tempo incorporando espécies de nossa fauna.

SOBRE O OBJETIVO GERAL. Nosso objetivo principal apresentado foi investigar o uso da imagem de animais na rotulagem da aguardente, utilizando como acervo a *Coleção Almirante*, a fim de traçar um perfil das referências imagéticas e culturais utilizadas, bem como dos significados atribuídos a essas representações enquanto signos da bebida aguardente. Acreditamos que, com o que expusemos até aqui, conseguimos atingir esse fim. As referências imagéticas utilizadas nos impressionaram, pois os nomes de bichos que, no início do estudo, pareciam inventados, como *bitu*, mostraram-se nomes populares de espécies nativas existentes. Os bichos eram desenhados por conhecedores de suas características principais, há desenhos cuja semelhança realmente impressiona.

As referências partiam especialmente dos bichos do cotidiano rural, que nos parecem estranhos hoje, mas não o eram na época, especialmente a depender da região. Havia o conhecimento de diferentes roedores, como a capivara, o mocó e a cutia, animais semelhantes aos olhos de um leigo, mas que são representados graficamente seguindo suas principais características, de modo que o público conseguisse identificar. Como já dizia Ihering (1940, p.6), “o verdadeiro matuto, digno descendente de índio, conhece bem a fauna e a flora de sua região”. Na representação dos crustáceos, por exemplo, os desenhistas faziam diferença entre o siri, o aratu e o caranguejo, mudando a carapaça, tamanho e formato das patas.

Os pássaros igualmente, trazem nomes específicos de nossa fauna, provavelmente conhecidos pelo hábito mais frequente de capturá-los e criá-los, ou mesmo pela observância nas zonas rurais e cidades. Percebemos que, quanto maior a especificidade da espécie utilizada como designação da bebida, maior era a preocupação em mapear suas

características visuais como identificadoras do animal. Nomes mais genéricos, como “gato”, podiam ser retratados com formas sintetizadas graficamente, diferentemente de quando a designação trazia a espécie “angorá”, quando recebia um trabalho especial na caracterização dos pelos.

Notamos que existem designações de animais mais genéricas (águias, galos) que também adotam um gama expandido e representação naturalista com alto grau de detalhamento. Contudo, apenas quando temos o nome específico da espécie, podemos de fato comparar o referente ao existente e perceber o cuidado que os autores tinham em retratar o bicho como de fato era conhecido. Exceções a isso também são os rótulos de estoque com passarinhos populares como bem-te-vi, sabiá, representados pelo mesmo desenho. Animais exóticos como girafas, leões, elefantes também eram representados seguindo suas características principais. Todavia reiteramos que as representações mais detalhadas em características específicas do animal são aquelas que utilizam uma espécie nativa como referência.

Até mesmo o galo, que, apesar de não ser um animal nativo, é conhecido do cotidiano e das propriedades rurais, é frequentemente representado de acordo com a imagem mental e estereotipada que se tem da ave, buscando mais beleza em seu colorido do que propriamente caracterizar uma espécie; são todos simplesmente galos. As referências culturais, por sua vez, estão imbricadas com as imagéticas, visto que os bichos permeiam a cultura popular e estão muito presentes em função de uma sociedade ainda predominantemente rural.

Podemos citar as relações dos bichos nos engenhos de açúcar, nos lazeres da caça, da pesca, nos tira-gostos da mesa, no jogo do bicho, em espetáculos de circo e ciganos, nos zoológicos, em músicas populares, no cordel, em brinquedos, na cultura de bichos de estimação, nas feiras de passarinhos, nas fábulas e nas lendas. Com tantos bichos à solta, é de impressionar que não houvesse mais rótulos com figuras de animais do que temos na verdade. Fato é que essa temática se mostrou como uma ponte de identificação com o público, pelo carinho e pelo conhecimento que se tinha dos bichos presentes nas memórias, na mesa, no lazer e nas atividades do trabalho rural. Já dizia Campos (1997, p. 22), “*Não é vista com bons olhos, na zona canavieira, a pessoa que maltrata os animais. Com bicho de trabalho não se deve judiar: é animal bom*”.

Além de constituir uma temática que permitia identificação com o público, utilizar animais como símbolos da marca constituía uma estratégia de fácil memorização por parte do público consumidor da cachaça, o qual muitas vezes não era letrado e poderia identificar e chamar a cachaça pelo nome do bicho representado. A estratégia de ancoragem da

designação em relação ao animal foi a que se mostrou mais recorrente. Enquanto *signos da aguardente*, os animais puderam ser relacionados com referências culturais ou ainda com conotações advindas de suas características biológicas e de comportamento.

A raposa, por exemplo, animal conhecidamente como um predador, era a vilã das criações de galinhas e uma das vítimas da atividade da caça. A conotação “traíçoeira” pode ser levada ao animal *raposa* e às qualidades da cachaça, por ser uma bebida forte. Outros animais observados fazem associações igualmente às qualidades da bebida, tendo essas associações sido percebidas por meio de palavras como “fina” para borboleta e “superior” para leão. As marcas de aguardente, enquanto signos, permeiam o universo popular, como o saber popular que gambá gosta de beber cachaça, apesar de Campos (1997) expor que tal informação não é cientificamente comprovada; ou ainda o costume de dar cachaça ao peru antes de esfolá-lo.

A construção desses signos é feita pelos olhares do (1) proprietário da marca, (2) dos responsáveis pela confecção do rótulo na gráfica e (3) do público consumidor das marcas. O proprietário era o engarrafador que viu a oportunidade de negócio em envasar aguardentes para vender, graças a nova obrigação legal imposta pelo governo, de não poder mais vender aguardentes em ancoretas, mas apenas em vasilhames de até 1l rotulados (garrafas). A multiplicidade de marcas no período é explicada por essa nova medida legal associada à grande produção de aguardente brasileira pelos engenhos banguês.

Para o engarrafador, a preocupação era escolher algo que vendesse bem. Suas referências partiriam do repertório do seu cotidiano e dos padrões gráficos e temáticos que vinham sendo utilizados por outras marcas. A diversidade da fauna brasileira, nesse sentido, foi um caminho que propiciou muito nomes diferentes. Como as relações de sentido para as marcas de cachaça eram mais diretas, escolher bichos era uma boa alternativa para um nome único e diferente, que seria garantido pela escolha da espécie certa. As aguardentes poderiam vir até do mesmo engenho (“produzida nos engenhos de vitória de santo antão”), mas o rótulo precisava se destacar, pois seria o fator decisivo da compra.

O outro olhar na construção de significados era dos autores na casa de impressão. As casas litográficas tinham suas bibliotecas com desenhos e catálogos de referências. Repetir elementos fazia parte da prática. O desenho seria construído a partir dos pedidos e referências trazidos pelo cliente e a das referências imagéticas aliadas à experiência do desenhista e dos demais técnicos gráficos, como os cromistas, responsáveis pela composição da cor. Esses técnicos envolvidos seriam os definidores do sintagma, de como os elementos da linguagem gráfica se organizariam visualmente na construção da marca do produto. Cabe ressaltar aqui, que nos liceus de artes e ofício, os quais comentamos no

capítulo 3, possuíam matérias no campo das artes, que ensinavam o desenho de figuras de animais, além de outros elementos, como figura humana e ornamentos. Não é à toa que temos representações tão detalhadas. Além do conhecimento popular dos bichos, que era algo mais predominante na época, havia formação para isso (CUNHA, 1979).

E, por último, tínhamos o olhar do público, que interpretaria as imagens de acordo também com seu repertório e vivências e isto seria um dos fatores definitivos para marca se popularizar, visto que era importante que o público se identificasse com o bicho representado. Como aponta Bourdieu (2007), os gostos são resultantes das origens sociais e da educação, indivíduos da mesma classe social costumam ter preferências semelhantes, e isto se reflete na rotulagem do produto. A cachaça, enquanto produto “popular” desde cedo adquire a linguagem necessária para se identificar com seu público (CUNHA LIMA, 1998). Observamos que a maioria dos rótulos, dentro da temática animais, adotava o tom mais popular, mas havia exceções que buscavam por meio da escolha do animal associada à composição gráfica, enobrecer o produto.

SOBRE OS OBJETIVOS ESPECÍFICOS. Além do objetivo principal, apresentamos no início deste trabalho, uma série de objetivos específicos. O primeiro deles visava compreender os fatores que influenciaram a recorrência de estruturas compositivas semelhantes entre os rótulos da coleção e que poderiam também ter repercutido na recorrência temática de animais. Cumprimos este objetivo a partir do comparativo de rótulos semelhantes e da investigação da história de algumas aguardentes. Percebemos que marcas que se tornavam populares viravam modelos gráficos de composição, aos quais os clientes recorriam no intuito de vender mais, ou os próprios desenhistas recorriam a eles por ser mais “prático” fazer algo a partir de uma modelo gráfico que já funcionava.

A prática de transferência nas oficinas constituía um fator catalisador para as recorrências gráficas, assim como também a circulação de mercadorias e dos pedidos de rotulagens. Representantes de bebidas as levavam para outros estados, a exemplo da *Pitú*, que era vendida também no Rio de Janeiro. O fabricante ou engarrafador encomendava o rótulo onde lhe fosse mais vantajoso, a aguardente podia ser de Pernambuco, mas ter o rótulo impresso no Paraná. Além de rótulos semelhantes na composição, temos elementos mais isolados que se repetem como tipos de letras, molduras e ornamentos, elementos gráficos que faziam parte dos catálogos das gráficas. Cabe destacar o recurso de metalinguagem observado em alguns exemplares. Nestes, a marca tinha ela mesma como plano de conteúdo: “uma cachaça dentro de outra”.

Outro objetivo específico foi categorizar a Coleção Almirante de acordo com a temática, buscando a incidência dos animais por estado e em relação ao total de rótulos do

acervo. Esse objetivo também foi cumprido. As incidências temáticas se mostraram parecidas no comparativo dos gráficos individuais de cada estado. Pernambuco foi aquele que se mostrou mais diferente, com maior incidência proporcionalmente na temática de animais.

Muitas das produções desse estado recorriam aos modelos gráficos que nomeamos como *Pitú* e *Pernambuco*. A partir da visão propiciada pelos exemplares da coleção e pelos depoimentos ouvidos nas entrevistas individuais realizadas, percebemos que a incidência de animais de forma mais proeminente, bem como o uso da tríade de cores vermelho, amarelo e preto, foi potencializada por cachaças populares como a *Pitú* e a *Alvorada*. A observação da recorrência temática em alguns estados foi comprometida pela menor quantidade de exemplares. Obviamente que uma coleção constitui, independentemente, um recorte, mas consideramos que, quanto maior o número de rótulos existentes no estado, mais seguro seria se falar de características e preferências na produção gráfica destes artefatos por região.

Relacionamos também as espécies encontradas na coleção com suas respectivas ocorrências na fauna brasileira e na região do fabricante da aguardente. Percebemos que as ocorrências de animais se distribuem em: (1) **animais nativos** da fauna brasileira (onça, tatu); (2) **animais introduzidos** que habitam hoje regiões brasileiras ou estão presentes em criações rurais ou ainda no ambiente doméstico (galos, gatos); e (3) **animais exóticos clássicos** (leão, gorila), que também fazem parte de nosso repertório. Os animais com nomes mais específicos fazem parte dos animais nativos, estando de forma geral condizentes com a fauna da região do fabricante. Salvo exceções como “cavalo-marinho” no estado de Minas Gerais.

O quarto objetivo específico foi compreender as relações de significado estabelecidas entre as designações das aguardentes e os animais presentes nos exemplares. Que foi cumprido a partir do estudo da relação entre designação e animal, utilizando os parâmetros de revezamento e ancoragem. Como já foi dito, as associações diretas foram as mais recorrentes. Temos também associações de revezamento com o sobrenome do fabricante, metáforas (*Bicada*) e referências ao local da produção (*Alagoana*). A análise semiológica, por sua vez, permitiu mapear especificamente as referências culturais utilizadas como os já citados jogo do bicho, cotidiano rural, caça, pesca, fabulário, vocabulário folclórico da cachaça e assim por diante.

Investigar pontualmente a história de algumas cachaças deste período que serviram de referência compositiva, com ênfase naquelas que utilizam animais como símbolos de suas respectivas marcas também foi algo importante. Conseguimos contato com familiares

dos proprietários das cachaças Pitú, Aratanha, Alvorada e Tatuzinho. Tais depoimentos foram valiosos para entender o contexto de criação de tais marcas e do período. Agregamos ainda o relato de Seu Hélio Soares, que presenciou a confecção de rótulos de muitas das marcas de cachaça no período em que trabalhou na indústria gráfica, tendo sido também de valiosa contribuição. Tais depoimentos colaboraram para construção do olhar dos engarrafadores e dos técnicos responsáveis pela confecção desses impressos.

SOBRE A HIPÓTESE PRINCIPAL. A nossa hipótese principal foi de que a maioria dos animais nos rótulos da coleção eram representativos da fauna brasileira, constituindo uma tendência do período, independente do estado brasileiro. Tal hipótese foi comprovada como verdadeira. Vimos no capítulo 4 que a maior diversidade de espécies nos rótulos é brasileira. Ao passo que identificamos apenas 22 espécies estrangeiras diferentes, totalizando 96 espécies nativas. Mesmo quando analisamos o quantitativo de animais em vez do de espécies, a incidência de animais nativos ainda supera a de animais estrangeiros. Tal tendência temática também se revelou como algo característico do período, tendo se iniciado ainda no final do século XIX, por influência estrangeira e sido potencializada com o acréscimo dos animais de nossa fauna, como um reflexo da ruralidade ainda muito presente. Todos os estados apresentaram rótulos com figuras de animais, com exceção do Maranhão. Contudo este referido estado possui apenas quinze exemplares na coleção. Devido ao quantitativo reduzido de exemplares, não podemos confirmar uma ausência desta temática nas marcas de cachaça deste estado.

SOBRE A HIPÓTESE SECUNDÁRIA 1. A hipótese de que a recorrência de animais era reflexo de um Brasil ainda predominantemente rural, sendo os animais mais recorrentes aqueles pertencentes a esse cotidiano, mostrou-se também verdadeira. Em nossa classificação, consideramos como animais rurais aqueles de utilidade como o cavalo, o boi e o galo. A incidência desses animais citados não é majoritária na coleção. No entanto, se considerarmos o grupo de animais rurais juntamente com todos os animais nativos, que de alguma forma estavam presentes no cotidiano rural, temos um cenário diferente. Havia uma maior aproximação com os bichos nas atividades de lazer (pesca, caça), nos tira-gostos, na criação de pássaros e até parte dos insetos mencionados são pragas na agricultura. Nesse sentido, os animais que não caracterizariam um Brasil ainda rural diretamente seriam os animais selvagens exóticos (leão, girafa) e, em segunda instância, os animais domésticos, não sendo portanto, a maioria.

SOBRE A HIPÓTESE SECUNDÁRIA 2. A outra hipótese secundária era específica em relação a Pernambuco, e afirmava que a grande recorrência de animais nesse estado advém das cachaças que se tornaram populares e configuraram um modelo gráfico a ser seguido. Nesse

caso, podemos falar de uma potencialização para uma tendência pré-existente. Já havia cachaças que utilizavam animais e as marcas como a *Pitú* e a *Alvorada*, que deram certo no mercado, configuraram-se como modelos gráficos que passaram a ser repetidos, elevando o número dessa incidência temática no estado, o qual se sobressai em relação aos demais estados da coleção.

SOBRE OS RESULTADOS GERAIS DA PESQUISA. Acreditamos ter obtido resultados satisfatórios neste estudo. Como foi observado, diferentes fatores contribuíram para a recorrência temática dos animais nos rótulos do período. Dividimos estes fatores em dois grandes grupos: (1) desencadeadores e (2) potencializadores. Do primeiro grupo, podemos citar o uso prévio de animais na heráldica e na rotulagem estrangeira, o repertório dos técnicos estrangeiros que trabalhavam e comandavam casas litográficas especialmente no final do século XIX e início do século XX e a obrigatoriedade de engarrafar e rotular aguardentes para a venda, culminando no desenvolvimento da rotulagem aguardenteira. Do segundo grupo, podemos citar a preocupação dos fabricantes em se diferenciar das outras marcas, a diversidade faunística brasileira como uma solução temática, o contexto rural, a própria cachaça enquanto produto popular e a identificação com o público.

Desmistificamos também a existência de animais inventados nas produções, como ainda a concepção errônea de que todos os animais são representantes da fauna brasileira e a ideia de que essa temática só ocorria praticamente em Pernambuco. Apresentamos também como contribuição um levantamento dos estabelecimentos gráficos envolvidos na litografia comercial do período da coleção, bem como o potencial fluxo dessa produção gráfica entre os estados brasileiros.

SOBRE AS DIFICULDADES. Dentre os desafios que encontramos pelo caminho podemos citar a dificuldade em conseguir contato com pessoas ligadas às marcas de cachaça e à própria indústria gráfica do período. Marcas que ainda existem hoje e possuem rótulos na Coleção Almirante, foram vendidas para grandes empresas, que nem sempre se disponibilizam ou mesmo não sabem responder as questões. Como também há poucas pessoas da época ainda vivas, as memórias são dos descendentes e encontrar esses contatos se mostrou um caminho tortuoso. Diante desse contexto, nossas entrevistas se concentraram mais em Pernambuco, sendo representativas para este estado, mas não retratando, nesse sentido, a realidade de outras regiões.

Outra dificuldade foi em relação a algumas diferenças percebidas entre o acervo digital e o físico da coleção. Notamos pequenas ausências de rótulos nas numerações das referências. Como a coleção é muito grande, optamos por considerar como o “total” o que foi encontrado no acervo disponível na Villa Digital da Fundaj. Ao mesmo tempo, não

fossem as imagens digitalizadas, teria sido improvável conseguir vistoriar toda a coleção e mapear as recorrências compositivas. Também encontramos dificuldades ao elencar as gráficas impressas, visto que as assinaturas variavam e algumas encontravam-se ilegíveis. Parte dos casos foi resolvida olhando outros exemplares que permitiam decifrar a ocorrência, mas outros dados foram perdidos, pois não conseguimos decifrá-los. Estudar os animais também se mostrou algo complexo, visto que além de a taxonomia ser uma área adversa ao design, grande parte das denominações dos animais nos eram desconhecidas e não estavam em dicionários comuns. A publicação salvadora nesse aspecto foi o dicionário de Ihering (1940), que traz denominações vulgares do período dessa publicação.

SUGESTÕES PARA PESQUISAS FUTURAS. Como sugestões para outras pesquisas incluímos a questão do aprofundamento do intercâmbio da produção gráfica. Não imaginávamos que fosse tão forte. Poderíamos separar os rótulos das mesmas gráficas e comparar buscando recorrências nessas produções. A história das cachacas por parte das famílias também foi algo bem interessante de se colher e é algo que precisa ser investigado, pois, quanto mais tempo se passa, mais difícil se torna resgatar essas memórias para constituição dos fatos que podem trazer implicações nos artefatos de design. Outro caminho de pesquisa, sugerido no grupo focal, foi analisar essas imagens de rótulos junto ao consumidor popular, em mercados públicos, botecos, no ambiente rural, e obter uma leitura interpretativa junto a esse público, já que não temos o público original dessas marcas.

Em tempo, esperamos ter contribuído para o campo de estudo da memória gráfica ao desvelar tantos bichos estranhos que nada tinham de imaginados, mas apenas revelaram um retrato da sociedade da época, tal qual os melhores impressos efêmeros.

REFERÊNCIAS

- AGRA JR., J. E. **Memória gráfica pernambucana: indústria e comércio através dos impressos litográficos comerciais recifenses [1930-1965]**. 2011. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro de Artes & Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2011.
- ALMEIDA, S. S. T. **O sistema informacional de rótulos de cachaça brasileiros: o estudo comparativo entre os estados de Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo**. 2013. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro de Artes & Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2013.
- ALMEIDA, S.; COUTINHO, S. Considerações sobre a Coleção Almirante (Pernambuco, Rio de Janeiro e São Paulo). *In: Information Design International Conference*, 7., 2015, Brasília. **Anais do 7º Congresso Internacional de Design da Informação**. Brasília: SBDI, 2015. p. 979–992.
- ALMEIDA, S.; COUTINHO, S. O registro de marcas no Brasil e as imitações entre rótulos de cachaça de meados do século XX. *In: Information Design International Conference*, 8., 2017, Natal. **Anais do 8º Congresso Internacional de Design da Informação**. Natal: SBDI, 2017. p. 1279–1290.
- ALVES FILHO, A. **As Metamorfoses do Jeca Tatu: a questão da identidade do brasileiro em Monteiro Lobato**. Rio de Janeiro: Inverta, 2003.
- ALVES, V. Boi zebu indiano. **Portaldosanimais.com.br**, 15 nov. 2017. Disponível em: <http://www.portaldosanimais.com.br/informacoes/boi-zebu-indiano/>. Acesso em: 12 mar. 2018.
- ALVES, V. R. **Valdir Ramos Alves: Filho do fundador da Aguardente Aratanha — depoimento** [mar. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Olinda, 21 mar. 2018. 5 arquivos M4A (21 min). Transcrição no Apêndice H.
- ANDRADE, M. do C. **Jogo do bicho: Pesquisa Escolar Online**. Recife, Fundação Joaquim Nabuco, 14 set. 2009. Disponível em <http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/index.php?option=com_content&view=article&id=387%3Ajogo-do-bicho&catid=45%3Aletra-j&Itemid=1>. Acesso em: 10 jan, 2018.
- ANTONIL, A. J. **Cultura e opulência do Brasil**. 3. ed. Belo Horizonte: Itatiaia/Edusp, 1982. (Coleção Reconquista do Brasil).
- ARAGÃO, I.; BARRETO CAMPELLO, S.; RAMOS, H.; HENNES, M. 2008. Catalogação e análise dos rótulos de aguardente do Laboratório Oficina Guaianases de Gravura. *In: Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design*, 8., 2008, São Paulo. **Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design**. São Paulo, 2008, v.1 p. 318- 333.
- ARAGÃO, I. R. O plural e o singular nas composições visuais dos rótulos de bebida. *In: BARRETO CAMPELLO, S.; ARAGÃO, I.R. (org.). Imagens Comerciais de Pernambuco: Ensaios sobre os efêmeros da Guainases*. Recife: Néctar, 2011.

ARAGÃO, I. R.; BARRETO CAMPELLO, S. 2011. Referências, recorrências e cópias nos elementos verbais da Coleção Imagens Comerciais de Pernambuco (ICP). *In: Congresso Internacional de Design da Informação*, 5., 2011, Florianópolis. **Anais do 5º Congresso Internacional de Design da Informação**. Florianópolis: SBDI, 2011.

ARAÚJO, R. C. B. de. **Festa: Máscaras do Tempo**: entrudo, mascarada e frevo no carnaval do Recife. Recife: FCCR, 1996.

ASHWIN, C. The ingredients of style in contemporary illustration: a case study. **Information Design Journal**, v. 1, n. 1, p. 51-67, 1979.

AZEVEDO, C. A. O bumba-meu-boi das zonas de canaviais de Pernambuco. **Brasil açucareiro**, Rio de Janeiro, n.2, p. 82-84, ago. 1972.

BARBOZA, M. R. Cidadania trabalhista: imigrantes na era Vargas. *In: WEIYAUCH, C. S.; LIMA, G. C.; HÉRIS L. (org.). Forasteiros Construtores da Modernidade*. Rio de Janeiro: Terceiro Tempo, 2003.

BARRETO CAPELLO, S. Em busca da prática perdida. *In: BARRETO CAMPELLO, S.; ARAGÃO, I.R. (org.). Imagens Comerciais de Pernambuco: Ensaio sobre os efêmeros da Guianases*. Recife: Néctar, 2011.

BARROS, H. de; LESSA, W. D.; CUNHA LIMA, E.; CUNHA LIMA, G. Rótulos cromolitográficos brasileiros: efêmeros, memória gráfica, cultura material e identidade nacional. **Revista Brasileira de Design da Informação**, São Paulo, v. 13, n. 3, p. 199 – 213, 2016.

BARTHES, R. **Elementos de semiologia**. Tradução Izidoro Blikstein. 16. ed. São Paulo: Cultrix, 2006.

_____. **Mitologias**. Tradução Rita Buongiorno e Pedro de Souza. 11. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

BAUER, M. W.; GASKELL, G. ALLUM, N. C. Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento — Evitando confusões. *In: Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p.64-89.

BCB. **Cédulas**. Disponível em: <https://www.bcb.gov.br/htms/museuespacos/cedulas/real.asp?idpai=CEDBC#R10000>. Acesso em 10 jan. 2018.

BERNARDE, P. S. **Anfíbios e Répteis** – Introdução ao Estudo da Herpetofauna Brasileira. Curitiba: Anolis Books, 2012.

BEZERRA, G. **Memórias**. São Paulo: Boitempo, 2011. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=eHF1z5tvkBOC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 10 jun. 2018.

BIOMANIA. **Helmut Sick**. Disponível em: <https://biomania.com.br/artigo/helmut-sick>. Acesso em: 15 mai. 2018.

BOURDIEU, P. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp; Porto Alegre, RS: Zouk, 2007 [1979].

BRASIL. **Decreto-Lei nº 254, de 28 de fevereiro de 1967.** Código da Propriedade Industrial. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/1965-1988/Del0254.htm >. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 596, de 19 de julho de 1890.** Reorganiza as Juntas e Inspectorias Commerciaes e dá-lhes novo regulamento. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-596-19-julho-1890-505086-norma-pe.html> >. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 2.662, de 09 de outubro de 1875.** Autoriza o Governo a supprimir os Tribunaes e Conservatorias do Commercio e a organizar Juntas e Inspectorias commerciaes. Disponível em: < http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/decreto/historicos/dpl/DPL2662-1875.htm >. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 2.682, de 23 de outubro de 1875.** Regula o direito que têm o fabricante e o negociante, de marcar os productos de sua manufactura e de seu commercio. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-2682-23-outubro-1875-549770-publicacaooriginal-65288-pl.html> >. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto-Lei nº 2.848, de 07 de dezembro de 1940.** Código Penal, Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/declei/1940-1949/decreto-lei-2848-7-dezembro-1940-412868-publicacaooriginal-1-pe.html> >. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 3.346, de 14 de outubro de 1887.** Estabelece regras para o registro de marcas de fabrica e de commercio. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-3346-14-outubro-1887-542988-publicacaooriginal-52676-pl.html>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 6.384, de 30 de novembro de 1876.** Organiza as Juntas e Inspectorias Commerciaes e regula o exercicio das repectivas funções. Disponível em: < <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-6384-30-novembro-1876-549726-norma-pe.html> >. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 6.385, de 30 de novembro de 1876.** Regula o exercicio das attribuições administrativas conferidas aos Juizes de Direito pelo art. 1º do Decreto Legislativo nº 2662 de 9 de Outubro de 1875. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-6385-30-novembro-1876-549731-publicacaooriginal-65244-pe.html>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto-Lei nº 7.903, de 27 de agosto de 1945.** Código da Propriedade Industrial. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Decreto-Lei/1937-1946/Del7903.htm. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Lei nº 9.279, de 14 de maio de 1996.** Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L9279.htm>. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 9.828, de 31 de dezembro de 1887.** Approva o Regulamento para execução da Lei n. 3346 de 14 de Outubro de 1887 sobre marcas de fabrica e de commercio. Disponível em: <https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1824-1899/decreto-9828-31-dezembro-1887-543353-publicacaooriginal-53581-pe.html>. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 16.264, de 19 de dezembro de 1923.** Crêa a Directoria Geral da Propriedade Industrial. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1920-1929/decreto-16264-19-dezembro-1923-505763-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

_____. **Decreto nº 22.989, de 26 de julho de 1933.** Aprova o regulamento do Departamento Nacional da Propriedade Industrial e dá outras providencias. Disponível em: <<https://www2.camara.leg.br/legin/fed/decret/1930-1939/decreto-22989-26-julho-1933-498434-publicacaooriginal-1-pe.html>>. Acesso em: 04 ago. 2015.

BUENO, B. P. S. Caminhos da história da urbanização no Brasil-Colônia. *In: Anais do Museu Paulista*, São Paulo, vol. 20, n. 1, p. 11-40, jan/jun. 2012. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/anaismp/v20n1/v20n1a02.pdf>>. Acesso em: 22 fev. 2018.

CABRAL, J. Fornecedores e Usineiros. **Revista Pernambuco**, Recife, s/p., 1926.

CACHAÇA. **Cachaça Serra Grande:** Programa Samir Abou Hana. [S.l.], 2014. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Un-flFL470A&t=196s>>. Acesso em: 03. mar. 2018.

CAMARGO, M. **Gráfica: arte e indústria no Brasil.** 2. ed. São Paulo, Bandeirantes Gráfica, 2003.

CAMINHA, P.V. **A carta de Pero Vaz de Caminha.** [S.l.]: Fundação Biblioteca Nacional. Disponível em: http://objdigital.bn.br/Acervo_Digital/livros_eletronicos/carta.pdf. Acesso em: 10 nov. 2017.

CAMPBELL, J.; MOYERS, B. S. (org.). **O poder do mito.** Tradução Carlos Felipe Moisés. São Paulo: Palas Athena, 1990.

CAMPOS, C. R. O jogo de bicho nos engenhos do Nordeste. **Brasil Açucareiro**, Rio de Janeiro, n.2, p.21, ago. 1997.

CANABRAVA, A. P. A grande Lavoura. *In: HOLANDA, S. B. (org.). História Geral da Civilização Brasileira.* O Brasil monárquico: declínio e queda do império. 6. ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2004. t.2. v.6. p.103–165.

CARDOSO, R. (org.). **O design brasileiro antes do design:** aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

CASCUDO, L. da C. **História da alimentação no Brasil.** Belo Horizonte: Itatiaia, 1983.

_____. **Dicionário do Folclore Brasileiro.** 10. ed. Rio de Janeiro: Ediouro, 2001.

_____. **Prelúdio da Cachaça.** 3. ed. São Paulo: Global, 2006.

CASTRO, J. **Geografia da Fome.** 14. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

CASTRO, N. V. de. O problema das geadas. **Diário da tarde**, Curitiba, ano 58, n. 20.149, p.1, 11 ago. 1956. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=800074&pasta=ano%20194&pesq=camel>. Acesso em 10 mai. 2018.

CHEVALIER, J.; GHEERBRANT, A. **Dicionário de los símbolos.** Edição Digital: Epublibre, 2018.

Coleção Almirante: Rótulos de cachaça. [S. l.], [194-?-195-?]. Acervo da Fundação Joaquim Nabuco. 4.743 rótulos.

Coleção de Cachaça do Messias. Disponível em <<http://www.pajuari.com.br/>>. Acesso em 8 jan. 2017.

COPPETEC-UFRJ. **Catálogo Taxonômico da Fauna do Brasil.** Disponível em: <http://fauna.jbrj.gov.br/fauna/listaBrasil/PrincipalUC/PrincipalUC.do?lingua=pt>. Acesso em: 17 fev. 2018.

COSTA, L. M. **O atum em Portugal de 1896 a 2011:** Contributos para a sua história ambiental, ecológica e econômica. 2013. Dissertação (Mestrado em Ecologia e Gestão Ambiental) – Faculdade de Ciências, Universidade de Lisboa, Lisboa, 2013.

COUCEIRO, S. C. **Artes de viver a cidade: conflitos e convivências nos espaços de diversão e prazer do Recife nos anos de 1920.** 2013. Tese (Doutorado). Programa de Pós-graduação em História, Universidade Federal de Pernambuco, 2013.

COUTINHO, S. G. O sistema informacional nos rótulos comerciais de cachaça em Pernambuco (1940-1970). In: BARRETO CAMPELLO, S.; ARAGÃO, I.R. (org.). **Imagens Comerciais de Pernambuco:** Ensaios sobre os efêmeros da Guainases. Recife: Néctar, 2011.

CUNHA LIMA, E. L. **Cinco décadas de litografia comercial no Recife:** Por uma história das marcas de cigarro registradas em Pernambuco. 1998. Dissertação (Mestrado em Design) – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1998.

CUNHA, L. A. **O ensino de ofícios manufactureiros em arsenais, asilos e liceus.** v.3, n.3, 1979. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/fe/article/viewFile/60512/58764>. Acesso em 02 jun. 2018.

DANTAS SILVA, L. Açúcar: o sal da terra pernambucana. In: DANTAS SILVA, L.; GOMES DA SILVA, G.; TARASANTCHI, R. S. (Curadoria). **Açúcar – A civilização que a cana criou.** Recife: Instituto Cultural Bandepe, 2002.

DAVIDSON, J. **The art of the cigar label.** New Jersey: The Wellfleet Press, 1989.

DEBUS, M. (org.). **Manual para excelencia em la investigación mediante grupos focales.** Pennsylvania: University of Pennsylvania/ Applied Communications Technology, Needham Porter Novelli, 1988.

DEFFONTAINES, P. Como se constituiu no Brasil a rede de cidades. **Bulletin de da Societé de geographie de Lille**, Lille, ano 59, tomo 82, n. 9, 1938. Disponível em: http://www.unifal-mg.edu.br/geres/files/Deffontaines_1944%20v2%20n14.pdf. Acesso em 24 jan. 2017.

EISENBERG, P. L. **Modernização sem mudança:** a indústria açucareira em Pernambuco, 1840–1910. Tradução João Maria. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1977.

ENTREVISTADOS. **Bichos boêmios:** um olhar sobre os animais dos rótulos de cachaça da Coleção Almirante. Grupo focal realizado com especialistas em história, memória gráfica e

design [mai. 2018]. Moderadora: Swanne Almeida. Recife, 15 mai. 2018. 2 arquivos M4A (131 min). Transcrição no Apêndice J.

ESTRÊLA, R. Pequena contribuição ao folclore da cana. **Brasil açucareiro**, Rio de Janeiro, n. 26, p-76-77. nov. 1945. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=002534&pesq=claudionor>. Acesso em: 24 fev. 2018.

EX-REI belga hoje com TN em Brasília. **Última hora**, Paraná, p.6, 20 fev. 1962. Disponível em: <http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=830348&pesq=surubim>. Acesso em 10 fev. 2018.

FARR, R.M. Interviewing: The Social Psychology of the Interview. In: FRANELLA, F. **Psychology for Occupational Therapists**. London: Macmillan, 1982.

FERRER, P. **Pedro Ferrer**: Filho de um dos fundadores da Pitú e autor do livro República da Cachaça — depoimento [abr. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Vitória de Santo Antão, 20 abr. 2018. 1 arquivo M4A (31 min). Transcrição no Apêndice I.

FERRER, P. **República da cachaça** – Vitória de Santo Antão (1870-1970). Vitória de Santo Antão, 2010.

FIDALGO, A.; GRADIM, A.; **Manual de semiótica**. Portugal: UBI, 2004/2005.

FIGUEIREDO, L. VENÂNCIO, R. P. Águas ardentes: o nascimento da cachaça. In: FIGUEIREDO, L.; VENÂNCIO, R. P.; PRIORE, M. D.; NOVAES, F. V.; DRUMMOND, G. **Cachaça: alquimia brasileira**. Rio de Janeiro: 19 Editora Ltda, 2005. p. 14-55.

FIOCRUZ. **Fauna brasileira**. Disponível em: <http://www.fiocruz.br/biosseguranca/Bis/infantil/fauna.htm>. Acesso em: 17 fev. 2018.

FONSECA, B. Coluna do fã. **A cena muda**, n. 8, p.23, 21. fev. 1950.

FRANCO, J. L. de A. Representações da Panthera onça no Imaginário do Brasil. In: KURY, L. (org.). **Representações da fauna no Brasil séculos XVI – XX**. Rio de Janeiro: Andrea Jakobsson Estúdio, 2014.

FREYRE, G. **Casa grande e senzala**. Formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal. 48. ed. Recife: Global editora, 2003.

_____. **Nordeste**: aspectos da influência da cana sobre a vida e a paisagem do Nordeste do Brasil. 1 ed. Digital. São Paulo: Global Editora, 2013.

FRUTIGER, A. **Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado**. 2 ed. São Paulo: Martins Fontes, 2007.

FURTADO, C. **Formação econômica do Brasil**. 34. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

GALVÃO, M. E. C. G. **A Expedição Roncador-Xingu e a tarefa de ocupar, civilizar e urbanizar o Brasil Central**. 2014. Dissertação (Mestrado em História, Política e Bens Culturais). Escola de Ciências Sociais, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 2014.

GASKELL, G. Entrevistas individuais e grupais. In: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 2002. p.64-89.

GHERARD, B. MACIEL, R. **Guia de Aves**. Fundação Ezequiel Dias. Belo Horizonte: Imprensa Oficial, 2015. 64p.

GODOY, M. M. **No país das minas de ouro a paisagem vertia engenhos de cana e casas de negócio**. Um estudo das atividades agroaçucazeiras tradicionais mineiras, entre o Setecentos e o Novecentos, e do complexo mercantil da província de Minas Gerais. 2004. Tese (Doutorado em História Econômica) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

GOMES DA SILVA, L. Arquitetura nos antigos engenhos de açúcar de Pernambuco. In: DANTAS SILVA, L.; GOMES DA SILVA, G.; TARASANTCHI, R. S. (Curadoria). **Açúcar – A civilização que a cana criou**. Recife: Instituto Cultural Bandepe, 2002.

GUELPHÉ, J. **José Guelphé**: Filho do fundador da Aguardente Alvorada — depoimento [mar. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Vitória de Santo Antão, 10 mar. 2018. 6 arquivos M4A (75 min). Transcrição no Apêndice G.

GUIA DE RAÇAS. **Angorá**. Disponível em: <http://www.guiaderacas.com.br/gatos/racas/angora.shtml>. Acesso em 10 de abr. 2018.

HAGUETTE, T. M. F. **Metodologias qualitativas na Sociologia**. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 1997.

HELMUT, S. **Tukani**: entre os animais e os índios do Brasil Central. Rio de Janeiro: Marigo Comunicação Visual, 1997.

Hemeroteca digital da Biblioteca Nacional. Disponível em <http://bndigital.bn.gov.br/>. Acesso em 12 mai. 2018.

HEYNEMANN, C. B.; RAINHO, M. do C. T.; CARDOSO, R. **Marcas do Progresso**. Consumo e design no Brasil do século XIX. Rio de Janeiro: Mauad X, 2009.

HUMBERT, C. **Label Design**. Fribourg: Office du livre, 1972.

IAA. **Anuário Açucareiro**. Ano VIII. Rio de Janeiro: Instituto do Açúcar e do Alcool, 1942. Disponível em: <https://archive.org/details/acucar1942>. Acesso em: 20 jan. 2018.

ICMBIO. **Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade**. Disponível em: <http://www.icmbio.gov.br/portal/>. Acesso em 18 fev. 2018.

IHERING, R. V. **Dicionário dos animais do Brasil**. São Paulo, [s. n.], 1940.

Imagens Comerciais de Pernambuco: o acervo de matrizes litográficas do Laboratório Oficina Guaianases de Gravura. [FUNCULTURA, 2007]. Recife, Laboratório Oficina Guaianases de gravura – UFPE.

INPI. **Pesquisa em Propriedade Industrial** Disponível em: https://gru.inpi.gov.br/pePI/jsp/marcas/Pesquisa_num_processo.jsp. Acesso em: 12. dez. 2017.

KIND, L. Notas para o trabalho com a técnica de grupos focais. **Psicologia em Revista**, Belo Horizonte, v. 10, n.15, p. 124-136, jun. 2004.

KLINTOWITZ, J. **A arte do comércio**. São Paulo 1900–1930. São Paulo: Senac, 1988.

LESSA, C. **Quinze anos de política econômica**. São Paulo: Editora da Unicamp e Brasiliense, 1975.

LIMA, G. S. **Almirante, "A mais alta patente do rádio", e a construção da história da música popular brasileira (1938-1958)**. 2012. Dissertação (Mestrado em História Social) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

LIVROS de registros de marcas da Junta Comercial do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, anos 1843, 1888, 1889. Acervo do Arquivo Nacional.

LOBO, H.; OLIVEIRA, M. Sambas, marchas, etc. "Eu quero é rosetar". **A cena muda**, 21 jan. 1947.

LOPES, S. **Bio**: volume único. São Paulo: Saraiva, 2004.

LUPORINI, F. A polêmica da marchinha da cachaça. **Gazetadopovo.com.br**, Curitiba, 16 fev. 2011, 22:03. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/caderno-g/a-polemica-da-marchinha-da-cachaca-drpw1cvk7ked9024apg7g78lq>. Acesso em 18 mai. 2018.

MAGALHÃES, F. S. **Ganhou leva... Do vale o impresso ao vale o escrito**. Uma história social do jogo do bicho no Rio de Janeiro. Tese (Doutorado em História Social) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2005.

MANZINI, E. J. A entrevista na pesquisa social. **Didática**, São Paulo, v. 26/27, p. 149–158, 1990/1991.

MARTINEZ, E.; MODESTO, L. **Sarapiranga: um santuário científico**. Salvador, 08 mai. 2013. Disponível em: <http://www.cienciaecultura.ufba.br/agenciadenoticias/noticias/sapiranga-um-santuario-cientifico/>. Acesso em 06 de abr. 2018.

MATOS, R. Migração e urbanização no Brasil. **Revista Geografias**, Belo Horizonte, p. 7–23, 2012.

MEGGS, P. **História do design gráfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MELO, C. H. RAMOS, E. **Linha do tempo do design gráfico no Brasil**. São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MELO NETO, J. C. **Morte e vida Severina e outros poemas em voz alta**. Rio de Janeiro: José Olympio, 1966.

MENQ, W. **Jacurutu (Bubo virginianus) — Aves de Rapina Brasil**. [S.l.], 2018. Disponível em: http://www.avesderapinabrasil.com/bubo_virginianus.htm. Acesso em: 13 jun. 2018.

MOTA, M. **Os bichos na fala da gente**. 2 ed. Rio de Janeiro: Tempo brasileiro; Brasília: INL, 1978.

NOGUEIRA, O. Prefácio. 1986. *In*: QUEIROZ, R. S. **Um mito bem brasileiro: estudo antropológico do saci**. São Paulo: Polis, 1987.

NOGUEIRA, S. P. M. **Do brasão à marca**. Tradição e inovação na identidade visual dos municípios portugueses. Covilhã: Livros Labcom Books, 2014.

OS FILHOS do Kanguru. Conto para crianças. **Para Todos**, n. 20, 1919. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/docreader.aspx?bib=124451&pasta=ano%20191&pesq=kanguru>>. Acesso em: 10 mai. 2018.

PAES, A. **Almirante e o pessoal da velha guarda: memória, história e identidade**. 2012. Dissertação (Mestrado em música) – Centro de Letras e Artes, Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2012.

PARA não morrerem de fome. **Gazeta de paraopeba**, Paraopeba, ano 42, n. 2289, p. 1, 15 mar. 1953. Disponível em: <<http://memoria.bn.br/DocReader/DocReader.aspx?bib=830232&pesq=comendo%20calango>>. Acesso em: 25 mar. 2018.

PENN, G. Análise Semiótica de Imagens Paradas. *In*: BAUER, M. W.; GASKELL, G. **Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático**. Petrópolis: Vozes, 2002. p.319-342.

PERRUCCI, G. Estrutura e conjuntura da economia açucareira no Nordeste do Brasil, 1889–1930. *In*: DE PAULA, E. S. (org.). A propriedade rural. **Anais do 8º Simpósio Nacional dos Professores Universitários de História**, São Paulo, FFLCH-USP, v.1, p. 107–144, 1976.

PICKEL, B. As pragas que perseguem o agricultor. **Brasil Açucareiro**, Rio de Janeiro, p. 73, nov. 1940.

PIMENTEL, C. R. M., LIMA, R. G. **As aves no folclore fluminense**. Rio de Janeiro: Inepac, 2004.

PRIORE, M. D. Do copo ao corpo e do corpo à alma: cachaça, cultura e festa. *In*: FIGUEIREDO, L.; VENÂNCIO, R. P.; PRIORE, M. D.; NOVAES, F. V.; DRUMMOND, G. **Cachaça: Alquimia Brasileira**. Rio de Janeiro: 19 Editora LTDA, 2005. p. 60-92.

REIS, N. R.; PERACCHI, A.L.; PEDRO, W. A.; LIMA, I. P. **Mamíferos do Brasil**. Londrina: UEL, 2006.

REVISTA PERNAMBUCO. Recife: Acervo da Biblioteca Pública do Estado de Pernambuco, 1925, 1926.

REZENDE, L. L. **Do projeto gráfico ao ideológico: a impressão da nacionalidade em rótulos oitocentistas brasileiros**. 2003. Dissertação (Mestrado em Design) – Departamento de Artes & Design, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

ROGERS, T. D. **As feridas mais profundas**. 1. ed. São Paulo: Unesp, 2017.

RONTANI JR. E. O marketing perpetuado por um tatuzinho. **Jornal de Piracicaba**, Piracicaba, out. 2006. Disponível em: <<http://fotoeahistoria.blogspot.com/search?q=tatu+zinho>>. Acesso em: 05 mai. 2018.

_____. **Edson Rontani Jr.:** bisneto do fundador da Caninha Tatuzinho — questionário *online* [mai. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. [S.l.], 28 mai. 2018. Disponível no Apêndice K.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica.** 2. ed. São Paulo: Brasiliense, 2003. Disponível em: https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/258550/mod_resource/content/1/oquesemiotica-luciasantaella-130215170306-phpapp01.pdf. Acesso em: 9 ago. 2017.

_____. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Pioneira Thomsom Learning, 2005.

SANTOS, E. **Histórias, lendas e folclore dos nossos bichos.** Rio de Janeiro: Edições de ouro, 1967.

SIBBR. **Biodiversidade brasileira.** Disponível em: <http://www.sibbr.gov.br/areas/?area=biodiversidade>. Acesso em 14. Mai. 2018.

SILVA, F. L. C. M.; FARIAS, P. L. Um panorama das classificações tipográficas. **Estudos em Design**, v. 11, n. 2, p. 67-81, 2005

SILVA, V. A. da. A cachaça e sua contribuição folclórica. **Brasil Açucareiro**, n. 2, p.194, ago. 1971.

SOARES, H. **Hélio Soares:** Ex-trabalhador da Indústria Gráfica na década de 1970 — depoimento [fev. 2018]. Entrevistadora: Swanne Almeida. Recife, 26 fev. 2018. 2 arquivos M4A (54 min). Transcrição no Apêndice F.

SOUTO MAIOR, M. **Dicionário folclórico da cachaça.** 3 ed. Recife: Fundaj, Editora Massangana, 1985.

TWYMAN, M. L. A schema for the study of graphic language. *In:* Paul A. Kolers, Merald E. Wrolstad & Herman Bouma (org.). **Processing of visible language.** Nova York & Londres: Plenum Press, v. 1, p. 117–150, 1979.

UNIVILLE. **Projeto Toninhas.** Disponível em: <http://www.projetotoninhas.org.br>. Acesso em: 10 mar. 2018.

VALADARES, P. **O frevo nos discos da Rozenblit:** um olhar de designer sobre a representação da indústria cultural. 2007. Dissertação (Mestrado em Design) – Centro de Artes & Comunicação, Universidade Federal de Pernambuco, 2007.

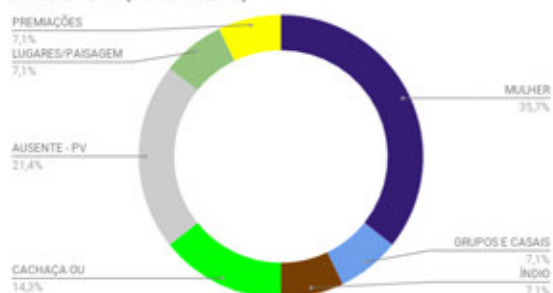
VELDEN, F. F. V. Multiplicam-se muito nestas terras. Os animais domésticos europeus na América Portuguesa séculos XVI–XVIII. *In:* KURY, L. (org.). *In: Representações da fauna no Brasil séculos XVI – XX.* Rio de Janeiro: Andrea Jakobsson Estúdio, 2014.

WEIRAUCH, C. S. Quem é estrangeiro na cidade do Rio de Janeiro. *In:* WEIRAUCH, C. S.; LIMA, G. C.; HÉRIS L. (org.). **Forasteiros Construtores da Modernidade.** Rio de Janeiro: Terceiro Tempo, 2003.

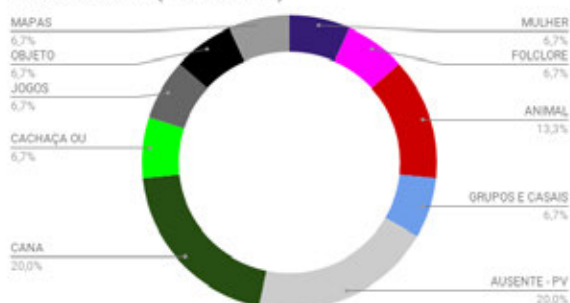
WITIKOSKI, Alan Ricardo. **Os rótulos de cachaça litográficos do Paraná:** entre transições tecnológicas e permanências visuais (1930 – 1950). 2016. 278 f. Tese (Doutorado em Tecnologia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, 2016.

APÊNDICE A – GRÁFICOS TEMÁTICAS POR ESTADOS

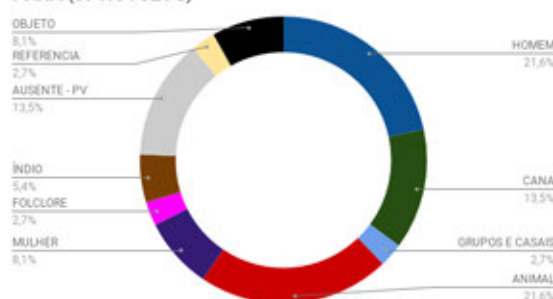
MARANHÃO (15 RÓTULOS)



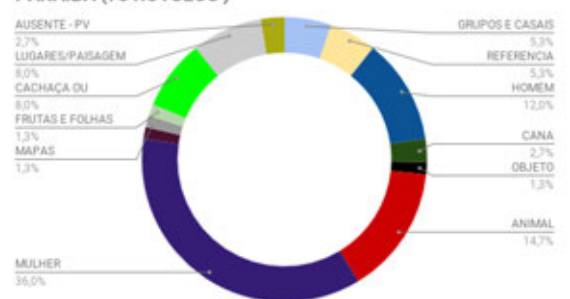
MATO GROSSO (16 RÓTULOS)



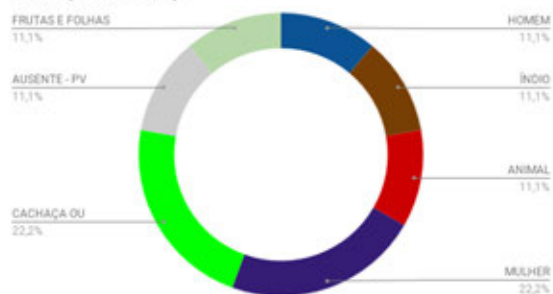
PARÁ (37 RÓTULOS)



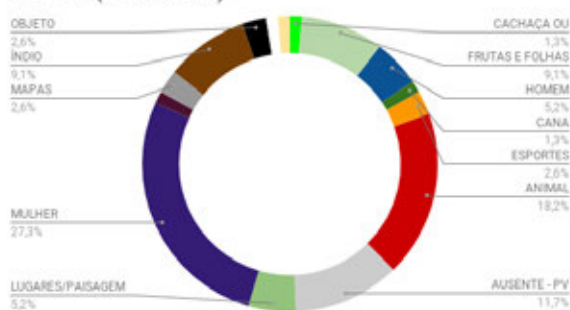
PARAÍBA (75 RÓTULOS)



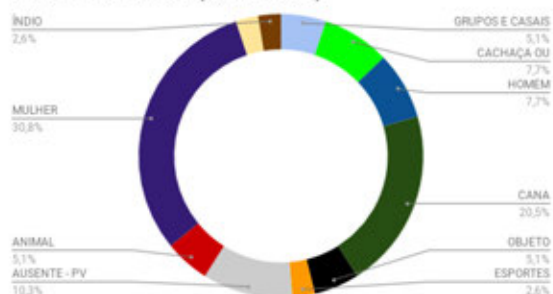
PIAUI (9 RÓTULOS)



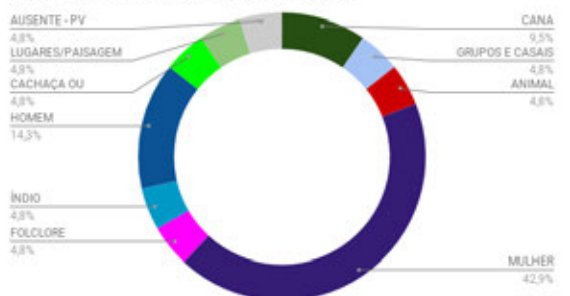
SERGIPE (78 RÓTULOS)



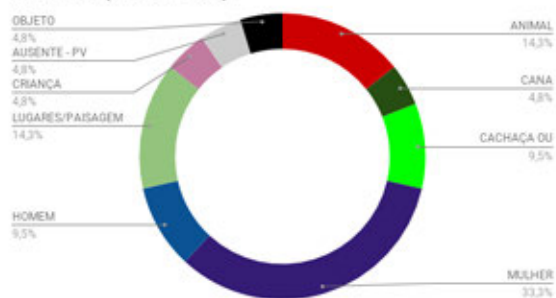
RIO GRANDE DO SUL (40 RÓTULOS)



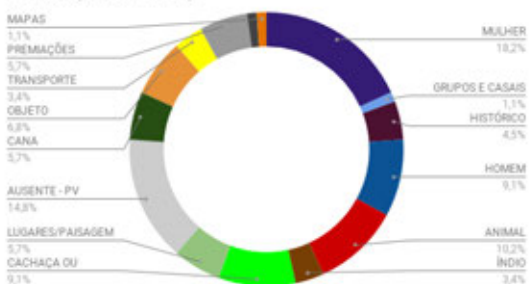
RIO GRANDE DO NORTE (22 RÓTULOS)



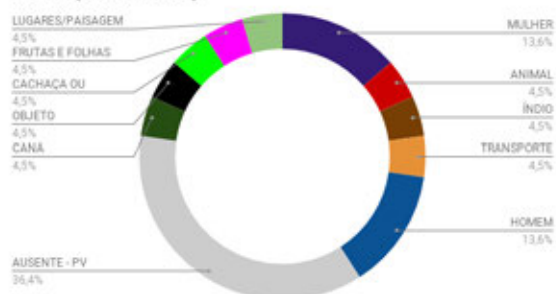
ALAGOAS (21 RÓTULOS)



CEARÁ (88 RÓTULOS)



GOIÁS (23 RÓTULOS)



APÊNDICE B – QUADROS DAS CACHAÇAS QUE TEM ANIMAIS

Quadro 1. Crustáceos.

ANIMAL	QTD	BEBIDAS
CAMARÕES	4	
ARATANHA	PE (1)	Fina Aguardente de cana Aratanha
CAMARÃO	PA (1)	Especial Cachaça Camarão
	PE (1)	Aguardente de cana Camarão
CURUCA	PE (1)	Pura Aguardente de Cana Curuca
PITU	PE (1)	Aguardente de Cana Pitú
CARANGUEJOS	5	
ARATÚ	SE (1)	Grande Aguardente de cana Aratú
CARANGUEJO	PB (1)	Aguardente de Cana Caranguejo
GUAIAMU	PE (2)	Excelente Aguardente de Cana Martelada
		Aguardente de cana Guaïamú
SIRÍ	PE (1)	Aguardente de cana Sirí
SEMELHANTES À LAGOSTA	4	
LAGOSTIN	PE (2)	Fina Aguardente de Cana Lagostin
		Fina Aguardente de Cana Guarú
TAMARU	PE (1)	Pura aguardente de cana Tamarú

Quadro 2. Mitológicos.

ANIMAL	QTD	BEBIDAS
DRAGÃO	5	
	BA (3)	Especial aguardente Dragão
		Finíssima aguardente dragão
	PB (1)	Saborosa aguardente de cana dragão
	SP (1)	Dragão - especial aguardente de cana.
FÊNIX	1	
FÊNIX	CE (1)	Aguardente Puríssima Fênix

Quadro 3. Mamíferos Domésticos.

ANIMAL	QTD	BEBIDAS
CACHORRO (6)		
Terrier Brasileiro	BA (1)	Especial Aguardente Biriba
CACHORRO	PB (1)	Especial Aguardente de Cana Dog
CACHORRO	SP (4)	Aguardente de Cana Sousouk
		Aguardente de Pura Cana Cachorrinha
		Aguardente Genuína
		Sapiranga - Especial Aguardente de Cana
GATO (28)	BA (9)	Aguardente Composta Gato Preto
		Aguardente Coquinho Bahiano
		Aguardente Gato Preto
		Especial Aguardente de Cana Angorá Finíssima
		Aguardente composta Angorá Finíssima Aguardente gato branco
		Finíssima aguardente Marisco

	Saborosa Aguardente Gato Preto
	Superior Aguardente Gato Preto
CE (2)	Cumbe - Aguardente de Cana
	Real Gato
MG (3)	Aguardente gatinha
	Aguardente Angorá
	Aguardente de Cana Gatinha
PB (1)	Superior Aguardente Composta com Zimbro
	Gato Corisco
PE (2)	Aguardente de Cana Gato Preto
RS (1)	Caninha com Agrião
SE (6)	Aguardente Composta Dular
	Aguardente Composta Gato
	Aguardente Composta Gato Fidalgo
	Aguardente de Mel de Cana Gatinha
	Especial Aguardente Gato.
	Finíssima aguardente Angorá
SP (5)	Aguardente Finíssima Gato
	Caninha Gato
	Caninha Gato Preto
	Finíssima Aguardente de Cana Gato Preto
	Pura Caninha Especial de Igarapava Gato Preto

Quadro 4. Répteis.

ANIMAL	QTD	BEBIDA
LAGARTOS	4	
CALANGO	PE (2)	Aguardente de Cana Calango
CAMALEÃO	PE (1)	Aguardente de Cana Camaleão
TEJO	PE (2)	Finíssima Aguardente de Cana Tejuzinho
		Super Aguardente Tejo
COBRAS	9	
COBRA	BA (1)	Aguardente Cobrinha
CORAL	PA (1)	Aguardente Coral
SERPENTE	SE (1)	Escorrega na Bica
JIBOIA	RJ (1)	Aguardente de Cana Giboia
	MG (3)	Aguardente Jararaca
		Jararaca - Fina Aguardente de Cana
JARARACA		Jararaca - Pura e Insuperável Aguardente
	RJ (1)	Especial Aguardente Marca Jararaca
	BA (1)	Aguardente Jararaca
CROCODILIANOS	5	
	BA (1)	Aguardente de Cana Jacaré
JACARÉ	PR (1)	Caninha Velha Jacarezinho
	SP (2)	Aguardente de Cana Jacaré
		Garôto - Aguardente de Cana Seleccionada.
	ES (1)	Aguardente de Cana Crocodilo.
QUELÔNIOS	5	
	SP (4)	Aguardente de Cana Cabreuva
TARTARUGA OU CÁGADO		Caninha Tartaruga
		Caninha Tartaruguinha
		Superior Aguardente de Cana Cabreúva
JABOTI	SP (1)	Caninha Jaboti

Quadro 5. Insetos.

ANIMAL	QTD	BEBIDA
BITU	PE (1)	Aguardente de cana Bitu
BORBOLETA	MG (1)	Fina aguardente de cana Borboleta.
	PA (1)	Especial cachaça borboleta
POTÓ	PB (1)	Aguardente de cana Potó
TATURANA	SP (1)	Caninha Taturana

Quadro 6. Roedores.

ANIMAL	QTD	BEBIDA
CAPIVARA	PE	Aguardente de cana Capivara
	SP	Superior aguardente de cana capivara
CUTIA	RJ	Aguardente de cana Cotia
MOCÓ	PE	Aguardente de cana mocó
PACA	RJ	Aguardente de cana paca
	SP	Barba de Paca
PREÁ	PE	Aguardente de cana Preá
RATO	CE	Superior aguardente de cana roi-roí.
SERELEPE	SP	Caninha Cerelepe

Quadro 7. Peixes e mamíferos aquáticos

ANIMAL	QTD (17)	BEBIDAS
ATUM	BA	Aguardente de cana Atum
		superior aguardente de pura cana cavalo
CAVALO MARINHO	MG	marinho
DOURADINHA	SP	especial caninha douradinha
DOURADO	2	
DOURADO	MG	dourado finissimo
PIRAJÚ	PE	Aguardente de cana Pirajú
GAROUPA	PE	Aguardente de cana garopa
GUAÇU	SP	Guaçu
GUAJUBA	PE	Fina aguardente de cana guajuba
MATRUÊ	PB	Especial aguardente de cana matruê
PEIXINHO	MG	superior aguardente de cana peixinho
PIABA	MG	especial aguardente de pura cana piabinha
PIRÁ	SP	Caninha pirá Pirassununga
PIRACANJUBA	SP	Especial caninha piracanjuba
SURUBIM	SE	Aguardente de cana surubim
TUBARÃO	PE	Aguardente de cana tubarão
	SC	Pura aguardente de cana tubarão
TUNINHA	PE	Especial aguardente de cana tuninha

Quadro 8. Rurais

RURAIS (94)	QTD	BEBIDA
BODE	PE (1)	Aguardente de cana bode cheiroso
BOI (2)	MG (2)	Aguardente de pura cana Força Total; Extra aguardente molobozinho
CABRITO (2)	SP (2)	Cabritinha Pirassununga; Caninha chibo.
CARNEIRO (2)	MG (1)	Carneiro - aguardente composta com alcatrão
	PR (1)	Caninha Carneirinho
CAVALO (23)	BA (2)	Finíssima aguardente Tote; Superior aguardente natural
	MG (1)	Caninha Velha Quilombo
	PE (2)	Aguardente de cana Razine; Pura aguardente de Cana Cavalinho
	PR (1)	Especial aguardente cavalo branco
	RJ (5)	Aguardente Derby; Cavalo Branco aguardente composta
		Finíssima aguardente de cana canna-ouro; Finíssima aguardente de canazul
		Velho Parati especial de cana
	SC (2)	Cachaça Especial Milu; Cachaça Superior Toni
		Aguardente de cana cavalinho; Aguardente de cana Lazão
		Aguardente de cana Pampinha; Caninha cavalo branco
	SP (10)	Caninha especial de Pirassununga cavalo branco
		Cavalinho - aguardente de cana composta com ameixa.
		Especial aguardente azalão; Especial aguardente de cana Piracicaba vila
		Rezende (2); Finíssima aguardente de cana morrão vencedor
COELHO (6)	MG (1)	Aguardente Antonio Coelho
	RJ (1)	Caninha Coelho
	RN (1)	Especial aguardente de cana coelho
	SP (3)	Caninha velha ouro; Especial caninha monte azul
		Superior aguardente de cana cervejaria Ribeiro Ltda
CORDEIRO (1)	RJ (1)	Aguardente composta catuaba.
GALINHA (4)	BA (1)	Aguardente de cana Ximbica
	ES (1)	Especial aguardente de cana ximbica.
	MG (1)	Aguardente de cana chimbica amarelinha
	PE (1)	Aguardente de cana Ximbica
GALO (33)	BA (2)	O galo cachaça; Superior aguardente de cana Boa sorte.
		Aguardente de cana alvorada.; Aguardente de cana Canto Alegre
	MG (8)	Aguardente de cana galo de ouro; aguardente natal
		Especial caninha destilaria polar; Finíssima aguardente de cana rabo de galo
		Galo preto aguardente de cana; Pura aguardente de cana alvorada
	PA (1)	Saborosa cachaça alvorada
		Aguardente de cana alvorada; Aguardente de cana Carijó
	PE (5)	Aguardente de cana pinga fogo; Superior aguardente de cana Canta Galo
		Superior aguardente de cana Galo Negro
		Aguardente de pura cana despertar; Especial aguardente de cana matinal;
	RJ (4)	Finíssima aguardente galo d' ouro; Finíssima aguardente galo de ouro
	SE (2)	Especial aguardente canta gallo; Fina aguardente de cana Tabóca
		Aguardente de cana quilombo; Caninha Galo; Caninha galo vermelho
		Especial Caninha Alvorada; Especial Caninha Aurora; Finíssima aguardente de
	SP (11)	cana galo de ouro; Rei dos Galos – Aguardente; Superior Caninha Galo;
		Composta com Catuaba; Silveira - finíssima aguardente de cana; Superior
		guarda de cana Galo Preto
MULA (1)	MG (1)	Aguardente de cana não me importo que a mula manque
PATO (3)		
PATO PRETO	SP (1)	Aguardente simples de cana pato preto
PATURÍ	PE (1)	Aguardente de Cana paturí
MARRECA (1)	SP (1)	Especial Aguardente de Cana Marrequinha
PERU (3)	PE (1)	Aguardente de cana Perú
	RJ (1)	Aguardente de cana Perú

	SP (1)	Caninha 20.
PINTO (1)	SP (1)	Pinto pura aguardente de cana
TOURO (7)	BA	Aguardente Touro Bravo
	ES	Finíssima aguardente de cana touro
	MT	Aguardente de cana Touro
	PB	Aguardente de cana manolita; Especial aguardente de cana Touro
	RJ	Touro branco aguardente velha de canas especiais
	SP	Caninha especial tourinho
VACA (3)	MG	Produto Vaquinha - aguardente de cana giripití (velha)
	PE	Pura aguardente de cana vaca
	RJ	Finíssima aguardente de cana VELHA
ZEBU (3)	PR	Finíssima aguardente de cana zebuzinho
	SP (2)	Caninha zebuzinho; Finíssima aguardente de cana zebú

Quadro 9 - Mamíferos selvagens (72).

ANIMAL	QTD	BEBIDA
ARIRANHA (2)		
ARIRANHA	SP (1)	Caninha Especial Ariranha
LONTRA	PR (1)	Aguardente Lontra
BICHO PREGUIÇA	RJ (1)	Preguicinha Pura Aguardente de Cana
CAMELO	SP (1)	Puríssima Aguardente de Cana de Santa Branca.
CANGURU	PB (1)	Aguardente de Cana Kanguru
DONINHA	MG (1)	Puríssima Aguardente de Cana Doninha
ELEFANTE	SP (2)	Caninha do Ó Caninha Marajá
GAMBÁ	RJ (1)	Gambá Especial Paraty de Cana
GIRAFA	PE (1)	Aguardente de Cana Virgem Girafa
JAVALI	SP (1)	Caninha Java
	BA (1)	Catuaba Finíssima Aguardente Composta
	CE (1)	Especial Aguardente de Cana Leão
	MG (1)	Fazenda São José – Genuína Aguardente Simples de Cana
	PA (1)	Especial Aguardente leão
	PE (1)	Especial Aguardente de cana Leão do Norte
	PI (1)	Superior Aguardente de Cana Leão
LEÃO (17)	PR (1)	Caninha Rumba
	RJ (4)	Aguardente Composta o Bicho Aguardente de Cana do Norte Aguardente Especial de Paraty Leontino Jompeba
	SC (1)	Aguardente Leão
	SP (5)	Caninha leãozinho Finíssima Aguardente de Cana Sossega Leão Finíssima Caninha Leão do Norte Ribeirão Aguardente de Cana Superior Aguardente de Cana Velha Aguardente Legítima de Pura Cana Guará
LOBO-GUARÁ	SP (1)	
MACACO (13)		
	BA (2)	Finíssima Aguardente Tarzan Especial Aguardente Dois macacos
	ES (1)	Finíssima Aguardente de Cana Três Macacos
GUARIBA	PE (1)	Finíssima Aguardente de Cana Guariba

CHIMPANZÉ	PR (1)	Finíssima Caninha Chita
GUARIBA	RJ (1)	Aguardente de Cana Guariba
GORILA	RJ (1)	Aguardente de Cana Extra-Fina Gorila
	SC (1)	Aguardente de Cana Composta Superfina
	SE (2)	Aguardente o Tombo
		Tira Teima – Aguardente Composta
	SP (3)	Aguardente de Cana Macaca
		Caninha Chico Preto
		Especial Aguardente de Cana Chita
ONÇA (9)		
SUÇUARANA	BA (1)	Especial Aguardente Sussuarana
	CE (1)	Aguardente do Ceará
	MG (3)	Aguardente de Cana Leite de Onça
		Especial Aguardente de Cana Sá Onça
		Onça Baía Especial Aguardente de Cana
	PR (1)	Aguardente de Cana Onça
	SP (3)	Aguardente de Cana Santaneia
		Finíssima Caninha Oncinha
		Superior Caninha Sucesso
RAPOSA (7)	BA (1)	Finíssima Aguardente Raposa
	GO (1)	Raposinha Aguardente de Pura Cana
	PA (1)	Raposa Velha Aguardente de Cana
	RS (1)	Aguardente Raposa
	SP (2)	Aguardente de Cana Raposinha
		Caninha Raposinha
	PR (1)	Aguardente de Cana Gambá
SARUÊ	BA (1)	Aguardente de Cana Saruê
TATU (6)	MG (1)	Finíssima Aguardente de Cana Tatu
	PE (3)	Aguardente de Cana Pebá
		Aguardente de Cana Tatu
		Aguardente de Cana Tatú
	SP (2)	Caninha Tatuzinho
TIGRE (3)	BA (1)	Finíssima Aguardente de Cana Tigre
	RJ (2)	Aguardente de Cana Tigre
		Especial Aguardente de Cana Jacareacanga
URSO (3)	MG (1)	Aguardente de Cana Alaska
	RJ (1)	Paraty Especial Urso Branco
	SP (1)	Cabine Os Blanco
GNU (1)	SP (1)	Gnu Caninha

Quadro 10. Aves

ANIMAL	QTD	BEBIDA
ÁGUIA	AL (1)	Superfina Aguardente de Genipapo Alagoana
	BA (2)	Especial Aguardente de Cana Águia
	MG (4)	Aguardente Águia de Ouro
		Aguardente Amburaninha
		Aguardente Batida de Coco
		Dourada Extra
	MT (1)	Aguardente de Cana Imburana
	PA (1)	Aguardente de Cana Igarapé Miri
	PB (1)	Aguardente de Cana Poderosa
	PE (1)	Larangita
	PR (1)	Aguardente de Cana Águia
	RJ (5)	Aguardente de Cana Especial Águia de Ouro
		Aguardente Extra de Cana
		Águia Branca Aguardente Especial de Cana
		Águia Especial Aguardente Velha
		Canelinha Aguardente Composta
	SE (1)	Águia Aguardente Composta Escencias
	SP (8)	Aguardente de Cana Pontal
		Aguardente de Cana Pontal 77
		Aguardente Especial
		Aguardente Imperial
		Caninha Santo André
		Especial Aguardente 7 Tombos São Jorge
		Fogo Carioca
		Pinga Extra Fina Fosca
ANDORINHA (6)	MG (3)	Aguardente de Cana Andorinha
		Andorinha Aguardente de Pura Cana
		Pura Aguardente de Cana Andorinha
	PR (1)	Andorinha Aguardente Especial de Cana
	RJ (1)	Aguardente Especial Andorinha
ARAÇARI	SP (1)	Finíssima Caninha Andorinha
	RJ (1)	Finíssima Aguardente de Cana Araçari
ARAPONGA (2)	MG (1)	Deliciosa Aguardente de Pura Cana Araponga
	RJ (1)	Aguardente Comporta Canelinha
ARAQUÃ	PE (1)	Aguardente de Cana Araquã
ARARA (3)	ES (1)	LIALVES – Aguardente Composta com Capilé
	MG (1)	Aguardente de Cana Rochedo Nacional
	SP (1)	Cinco Irmãos Aguardente
BAITACA	SP (1)	Puríssima Caninha Baitaca
BEIJA FLOR (4)	ES (1)	Especial Aguardente de Cana Beija-Flor
	MG (2)	Finíssima Aguardente Beija-Flor
		Flor da Mata
BEM-TE-VI (4)	RJ (1)	Parati Beija Flor
	MG (3)	Aguardente de Pura Cana Sabiá
		Aguardente de Pura Cana Bentevi
		Bem-Te-Vi Finíssima Aguardente de Cana
BEM-TE-VI (4)	RJ (1)	Bem te Vi Paraty
BICO-DE-LADRE	RJ (1)	Aguardente Bico de Ladre
CANÁRIO (2)	BA (1)	Finíssima Aguardente Canário

	RJ (1)	Paraty Canário
CANÇÃO (2)	PE (2)	Aguardente de Cana Canção
CARDEAL-DO-NORDESTE	BA (1)	Finíssima Aguardente de Cana Parati
CEGONHA	RJ (1)	Superfina Aguardente de Cana Cegonha
CHAVINHO	MG (1)	Aguardente Chavinho
CHUPIM	PE (1)	Puríssima Aguardente de Cana Chupim
CISNE (3)	CE (1)	Cysne Branco – Aguardente Composta
	MG (1)	Aguardente Vae ou Racha
	PE (1)	Superior Aguardente Cisne Negro
CORUJA	SP (1)	Meu Amigo
CURIÓ (2)	BA (1)	Pura Aguardente de Cana Curió
	CE (1)	Aguardente de Canas Seleccionadas Curió
GAIVOTA (5)	BA (1)	Aguardente Finíssima Gaivota
	MG (2)	Aguardente de Pura Cana Gaivota Finíssima Aguardente de cana Gaivota
	PB (1)	Superior Aguardente de Cana Gaivota
	PE (1)	Gaivota Superior Aguardente de Cana
GANSO (?)	BA (1)	Aguardente de Cana Caruarú
GARÇA (5)	MG (1)	Garça Aguardente de Pura Cana
	RJ (1)	Aguardente das Garças
	SP (3)	Aguardente Composta Aniz Aguardente Composta Canelinha GUARÁ – Aguardente Composta ALCATRÃO
GAVIÃO (6)	AL (1)	Aguardente de Cana Gavião
	BA (3)	Especial Aguardente Gavião Especial Aguardente Gavião Superior Aguardente de Cana Gavião
	RJ (1)	Aguardente de Cana Gavião
	SP (1)	Caninha Gavião
GUAXE	SP (1)	Aguardente Legítima de Pura Cana Guache
JANDAIA	PE (1)	Finíssima Aguardente de Cana Jandaia
JAPI	MG (1)	Aguardente de Cana Especial Japy
JURITI (3)	BA (1)	Aguardente Juriti
	PE (1)	Especial Aguardente de Cana Caiana Juriti
	MG (1)	Especial Aguardente de Cana Juriti do Nordeste
MAGUARI	CE (1)	Fina Aguardente de Cana Maguary
PAPAGAIO (4)	BA (1)	Finíssima Aguardente Papagaio
	SP (3)	Aguardente de Cana Santa Branca Caninha Essa É Boa Puríssima Caninha Papagaio
PARDAL (2)	MG (1)	Aguardente Pura de Cana Pardal
	RJ (1)	Pardal Parati
PASSARINHO (3)	SP (1)	Especial caninha Taquarussu
	RJ (2)	Ninho Velho Aguardente Composta Superfina Aguardente de Cana
	SP (1)	Especial Caninha Taquarussu
PÁSSARO (1)	RJ (1)	Catuaba Aguardente de Cana
PATATIVA	RJ (1)	Privilegiada Aguardente de Cana Patativa do Norte
PAVÃO (4)	BA (1)	Finíssima Aguardente Pavão
	SP (3)	Aguardente de Cana Pavão Cabine Pavãozinho

		Finíssima Aguardente de Cana Pavão
PERIQUITO (3)	BA (1)	Especial Aguardente Periquito
	RJ (2)	Aguardente de Cana Periquito
		Aguardente de Cana Periquito
PICA-PAU	ES (1)	Caninha Pica-Pau
PINTASSILGO	PA (1)	Aguardente Pintassilgo
POMBA	RJ (1)	Especial Aguardente de Cana Pombinha
QUERO-QUERO	BA (1)	Aguardente de Cana Quero-Quero
SABIÁ (4)	MG (2)	Especial Aguardente de Pura Fermentação da Cana Sabiá
		Especial Caninha Sabiá
	RJ (1)	Paraty de Cana Sabiá
	SP (1)	Aguardente de Pura Cana Sabiá
SARACURA	BA (1)	Superior Aguardente Saracura
SIRIRICA	RJ (1)	Aguardente de Velha Cana Siririca
SOCÓ	AL (1)	Aguardente de Cana Socó
TANGARÁ	BA (1)	Paraty Tangará
TICO-TICO (2)	RJ (2)	Aguardente de Cana Tico-Tico
		Tico-Tico Aguardente Composta
TUCANO (6)	BA (2)	Especial Aguardente Tucano
		Finíssima Aguardente de Cana Tucano
	MG (1)	Especial Aguardente de Cana Bicaria
	PE (2)	Aguardente de Cana Tucano
		Especial Aguardente de Cana Bicada
	SC (1)	Beneton Finíssima Aguardente de Cana

Quadro 11. Moluscos

ANIMAL	QTD	BEBIDAS
CARACOL (PE)	1	Aguardente de cana Caracol

APÊNDICE C – QUADRO DE TODAS AS GRÁFICAS

Rótulos de Linha	GRÁFICA OU ILUSTRADOR
"SGAL" ARARAQUARA	1
A AGENCIADORA - ITABUNA	1
AMERICANA	1
ARSGRAFICA LTDA - D. CAXIAS	1
ARTE GRÁFICA - CEL. FABRICIANO - MINAS	5
ASSINATURA CONSUL	1
BRASIL GRÁFICA	1
CARTOGRÁFICA CRUZEIRO LTDA	1
CASA ÁVILA LTDA - ARACAJU	1
CECY - S. ANTONIO DE JESUS	1
COLOMBO - CAMPANHA	1
COMERCIAL GRÁFICA SOBRAL	2
COMP. LITH. YPIRANGA - S.PAULO	1
CONSUL VARGINHA / POP	1
CONTEMPORÂNEA PARÁ	1
CONTINENTAL - SP	1
D E CIA RECIFE - MEIO ILEGÍVEL	1
DE LUCA	1
DESENHO - OCTACILIO - M. CLARO	1
DMMURDSEN RECIFE	2
DRECHSLER E CIA - RECIFE	1
E. G. TRIBUNA	1
E. GR. AMAZONIA- PARA	1
EDITORIA "O SOL" S.A.	1
EMP. GRAF. AMAZÔNIA - PARÁ	5
EMP. GRÁFICA MODERNA LTDA - MURIAÉ	4
EMP. TIPOGRÁFICA S. JOSÉ FORMIGA	3
EMPRESA GRÁFICA MODERNA MEIO ILEGIVEL	1
ES. GRÁFICA GUTENBERG - PONTE NOVA	8
EST. GRÁFICA PASQUE	12
EST. GRÁFICO D. BOSCO - ITANHANDU	1
EST. GRÁFICO IDEAL - SANTOS DUMONT	6
EST. GRAFICO SÃO LUIZ - OSVALDO CRUZ	1
FABIO	1
FALANGOLA	1
FERNANGRAFICA	1
FIORI BAHIA	17
FOTOGRAVURA IMPRIMIU - 193,RUA PARACATU	1
G.N.L	1
GAZETA DE OURO FINO	1
GAZETA LEOPOLDINA - MINAS GERAIS	2
GCB	1
GLOBO BAHIA	22
GR. MONTE ALTO	1
GRAF LUCIA - NILÓPOLIS	1
GRAF LUCIA LTDA	1
GRAF LUSITANA RECIFE	6
GRAF MONTE ALTO - GOV. VALADARES.	1
GRAF SÃO JOSÉ - B. HTE	1
GRAF. 43 BLUMENAU	45

GRAF. CAROL. BLUMENAU	1
GRAF. MUNIZ - RIO	21
GRAF. PASSOS LTDA	1
GRAF. S. JUDAS TADEU - PARÁ	1
GRÁF. SANTA LUZIA - CARANGOLA	1
GRAF. TULIO SAMORINI - VITÓRIA	1
GRÁFICA - RUA NILO PEÇANHA, 82	1
GRÁFICA APOLO	4
GRÁFICA CATARINENSE SA	49
GRÁFICA CONFIANÇA - CARANGOLA	1
GRÁFICA FREI EUGÊNIO - UBERABA	2
GRÁFICA GIANOTTI - SÃO LOURENÇO - MINAS	2
GRÁFICA IMPERIAL - BAURU	1
GRÁFICA LEOPOLDINA LTDA	2
GRÁFICA LÚCIA - NILÓPOLIS	2
GRÁFICA MARY - CAXIAS DO SUL	1
GRÁFICA MODERNA	1
GRÁFICA MONTE ALTO - GOV VALADARES	1
GRÁFICA MUNDIAL LTDA RIO	1
GRÁFICA N. S. DAS GRAÇAS	1
GRÁFICA N. SRA. DAS GRAÇAS LTDA - INHAPIM	1
GRÁFICA ÓRION - MONTES CLAROS	2
GRÁFICA OURO PRETO - RIO	1
GRÁFICA PINHEIRO	1
GRÁFICA REAL GRANDEZA - RIO	4
GRÁFICA RIBAMAR - BELO HORIZONTE	2
GRÁFICA S JUDAS TADEU - PARÁ	1
GRÁFICA SANTA LUZIA - CARANGOLA	5
GRÁFICA SÃO LOURENÇO - JORNAL	1
GRÁFICA SÃO PAULO LTDA - TEL 40670	1
GRÁFICA SÃO PEDRO	1
GRÁFICA SENHOR DO BONFIM - ACESITA	1
GRÁFICA SPEDINI - TEL 443 M. H.	1
GRÁFICA STA LUZIA - CARANGOLA	1
GRÁFICA UNIÃO - BOA ESPERANÇA - MINAS	1
GRÁFICA UNIÃO - CARATINGA	1
GRÁFICA UNIVERSAL LTDA - RIO BONITO	3
GRÁFICA UNIVERSO - CAXIAS	2
GRÁFICAS - SÃO JOÃO DEL REI	26
GRÁFICOS BLOCH - RIO	1
GRÁFICOS KING - FRIBURGO	1
I. B. 416	3
I.B.582	1
I.G.B RECIFE	4
I.P.C	3
IB - 621	1
IB 505	1
IB 613	1
ILEGÍVEL	75
ILUST. CRISTINA/GRÁFICA RIBAMAR BELO HORIZONTE	1
ILUST: DANILO	1
IMP. DETAN - S. FELIX - 408	1
IMP. PAR. CURITIBA	35
IMP. PONTAGROSSENSE	1

IMPrensa VITÓRIA - BAHIA	3
IMR UNIVERSO - S PAULO	1
IND. GRAF. ATLAS LTDA - CAMPOS	2
IND. METALGRAFICA LTDA - RECIFE	1
INDÚSTRIA GRÁFICA CARVALHO	3
IP. BELA VISTA- BAURU	1
IRMÃOS HASTENREITER IMPRIMIRAM	1
ITA GRÁFICA - ITAPERUNA	1
JUNDIAÍ - LITO CART. CRUZEIRO	2
JÚPITER - RIO	2
KLABIN IRMÃOS E CIA S. PAULO - RIO	1
LI. ARTE SERRANA	3
LICARIOCA. - PARÁ	1
LINOTIPO JACAREI LTDA	1
LIT. ALMEIDA MARQUES - RIO	13
LIT. CRUZ DE MALTA - SÃO PAULO	41
LIT. FABRICA CAXIAS RECIFE	1
LIT. LIV. GLOBO PORTO ALEGRE	1
LIT. PROGRESSO CURITIBA	9
LIT. SERRANA - IJUÍ	1
LITH BOEHM, JOINVILLE	1
LITH. MINERVA - SANTA CRUZ DO SUL	16
LITO ALMEIDA - RIO	1
LITO ARAGUAIA LTDA - JUNDIAI	11
LITO AURORA	1
LITO CARTOGRÁFICA CRUZEIRO LTDA	1
LITO CARTOGRAFICA CRUZEIRO LTDA - JUNDIAI	1
LITO CIA DE FUMOS SANTA CRUZ	5
LITO COLUMBIA LTDA - S PAULO	1
LITO CONTINENTAL - BLUMENAU	2
LITO FABRICA CAXIAS RECIFE	1
LITO JUNDIAIENSE	51
LITO LAFAYETTE RECIFE	7
LITO MODERNA - JUNDIAÍ	12
LITO MODERNA RECIFE	38
LITO RECORD LTDA - SÃO PAULO	5
LITO SABOR BAHIA	1
LITO UNIVERSO - SP	3
LITOARTE LTDA	1
LITOASCOLOR	1
LITOTIPO JACAREI LTDA	1
LITOTIPOGRAFICA JACARRI LTDA	2
LIV. ALVES PEREIRA - P. GROSSA	1
LIVRARIA CRUZEIRO - CAMPINA GRANDE	1
LIVRARIA E PAPELARIA RECORDE LTDA	1
M. PRADI	1
MARCONDES SOUZA - VITÓRIA	1
MEIRA S. A. - SETOR GRÁFICO	2
MINAS EDITORA LTDA - BH	1
BORJALO (assinatura)	1
NOCLA - BAHIA	23
OCTACÍLIO - DESENHOS - M. CLAROS	1
OFFSET GRÁFICA SEIKEL S.A. - RIO	1
OTTONI - CALDAS	1

PÃO IMPÉRIO	1
PAP. ESTEVES - PETROPOLIS	13
PAP. RIBEIRO LTDA - BH	3
PAP. SAMORINI - MOACYR - VITÓRIA	11
PAP. SILVA E IRMÃO	2
PAPELARIA VIEIRA - GUARATINGUETÁ	1
PAPELARIA VIEIRA APARECIDA	1
PAUL	6
PAVA	1
PEDROSA (ILUST.)	1
PRADI	5
PRADO CURITIBA	1
REDENTOR ARTES GRÁFICAS - E. SANTO	3
REGINA - ARACAJU	1
RENDA PRIORI E CIA	2
RIBEIRO - CATAGUASES	2
RIBEIRO LTDA	1
RICCHETTI	1
S. CONTINENTAL - ILEGÍVEL	1
SANTA LUZIA - CARANGOLA	1
SCHMIDT - JUIZ DE FORA	69
SERRANA - IJUI	1
STA LUZIA	1
TENENTE	5
THE PROPAGANDIST	1
TIO. SANTA RITA	1
TIP BARONI TOMBOS - MINAS	1
TIP. A COLEGIAL - CARANGOLA	2
TIP. ALIANÇA - BELO HORIZONTE	2
TIP. ALIANÇA - R.ESP. SANTO, 354	1
TIP. ARAGÃO - SANTOS	1
TIP. ARISTEU - RIO PRETO	1
TIP. ARTÍSTICA - S. J. DO RIO PRETO	1
TIP. BARILLARI	1
TIP. BERONI - TOMBOS - MINAS - 5000	1
TIP. BRAZÃO SOROCABA	1
TIP. CARMARGO S/A	1
TIP. CIDADE - SOROCABA	1
TIP. DA CASA BESCHIZZA - RIB. PRETO	1
TIP. DIOCESANA "SÃO JOSÉ"	1
TIP. E LIVRARIA BRASIL - BAURU	1
TIP. FORTALEZA	1
TIP. GALLELI - UBERABA	1
TIP. GENTIL - VITÓRIA	1
TIP. GLÓRIA	1
TIP. HASTENREITER - MURIAÉ	1
TIP. IRMÃOS BANETE	1
TIP. MARLY - GOV. VALADARES	1
TIP. MONTALVAO - VITÓRIA	4
TIP. NASCIMENTO - AIMORÉS	3
TIP. NEIDA - GOV. VALADARES - MINAS	1
TIP. PRIORE - R. MARCOS ARRUDA, 277	5
TIP. RIBEIRO LTDA, CATAGUAZES - MINAS	1
TIP. ROCHA - MINAS	5

TIP. S. SEBASTIÃO - CAMPANHA	1
TIP. SANTA RITA - SANTA RITA DO SAPUCAI	1
TIP. SANTO ELISIO	1
TIP. SILVA -- MACHADO	1
TIP. TINOCO - CAMPOS	3
TIP. TRIAVINA DO VALE - GOV VALADARES	1
TIP. YARA - FRIBURGO	1
TIPO ORION	1
TIPO. COLEGIAL	1
TIPO. RADIANTE. GOV VALADARES	7
TIPO. S. MIGUEL	1
TIPO. SÃO JOSÉ ARRUDA - MINAS	1
TIPO. TANECO - VITÓRIA	4
TIPO. TUPI	2
TIPO. VERA CRUZ - CARATINGA	1
TIPO. VIEIRA	1
TIPOGRAFIA BRASIL - BRAGANÇA	1
TIPOGRAFIA CASTRO	1
UNIÃO INDUSTRIAL - JUIZ DE FORA - MINAS	76
UNIVERSAL	1
VELLOSO & CIA LTDA BH	2
VITORIA ESTOQUE	1
Total Geral	1032

APÊNDICE D – MODELO QUESTIONÁRIO

Este questionário faz parte de uma pesquisa para o desenvolvimento da Tese de Doutorado em Design intitulada "**Os animais nos rótulos de cachaça brasileiros de meados do século XX**", de autoria de Swanne Almeida e orientação de Solange Coutinho. O questionário é anônimo, contudo, precisamos de alguns dados para caracterizar o perfil do público. Desde já agradecemos a colaboração!

Você é: ☐ profissional ☐ estudante

Suas principais áreas de conhecimento são: ☐ Antropologia ☐ Cultura Popular ☐ Design Digital ☐ Design Gráfico ☐ Design da Informação ☐ Design de Moda ☐ Design de Produto ☐ Embalagens ☐ História do Design ☐ Identidade Visual ☐ Ilustração ☐ Impressos efêmeros ☐ Memória Gráfica ☐ Produção Gráfica ☐ Semiótica ☐ Tipografia ☐ outras: _____

Animais são uma temática recorrente nos rótulos de cachaça das décadas de 1940 e 1950. Ao analisar seus significados enquanto marcas da bebida *cachaça*, podemos encontrar referências à cultura popular, jogos de palavras, costumes da época, sinônimos da aguardente, músicas, dentre outras.

Por exemplo, a utilização do animal **onça** em rótulos de cachaça pode estar relacionada à expressão "bafo de onça" ou à bebida "leite de onça". Além disso, no folclore brasileiro, a onça personaliza a força bruta e estupidez enérgica, qualidades essas que podem ser adquiridas após algumas doses de caninha. Trazemos a seguir exemplares da Coleção Almirante de rótulos de cachaça (1940-1959) com o intuito de ampliar o repertório para análise destes animais boêmios.

1. Que associações você consegue fazer entre o conjunto **animal + designação*** e a cachaça?
2. Que outras referências (cultura popular, músicas, fatos da época, etc.) relacionadas à cachaça ou não você consegue apontar no rótulo?
3. Quais atributos esta marca de cachaça passa para você? (exemplo: enérgica, revigorante, feminina, divertida, entre outros).



1

2

3



1

2

3

*Nome da aguardente.

APÊNDICE E – RESPOSTAS QUESTIONÁRIO

Total: 32

Total profissionais: 15 Total estudantes: 15 Indeterminados: 2

Áreas de conhecimento: (27) Design Gráfico (12) Design da Informação

(5) Design de Moda (1) Design de Produto (2) Embalagens (14) História do Design (15)

Identidade Visual (8) Ilustração (7) Impressos efêmeros (13) Memória Gráfica (6)

Produção Gráfica (9) Semiótica (12) Tipografia (3) Antropologia (9) Cultura Popular (5)

Design Digital

Outras: (1) Sociologia (1) Desenho (1) Caligrafia (1) Design Editorial (1) Gestão (1)

Produções Manuais

1. Que associações você consegue fazer entre o conjunto **animal + designação*** e a cachaça?
2. Que outras referências (cultura popular, músicas, fatos da época, etc) relacionadas à cachaça ou não você consegue apontar no rótulo?
3. Quais atributos esta marca de cachaça passa para você? (exemplo: energética, revigorante, feminina, divertida, entre outros).

Respostas em cores diferentes indicam pessoas diferentes.



Designação: Aguardente de Cana Canção – **Animal:** Canção.

1

O pássaro “canta”.

Relação do nome com o canto do passarinho.

O passarinho olhando para o copo me passa a sensação de leveza, além da designação exemplificar o uso do animal.

2

Referências ao dizer “água que passarinho não bebe”.

Uso da medalha indicativa de preço.

Me traz na lembrança o ambiente rural.

3

Rústica, pesada, calorosa.

Tradicional, clássico.

Revigorante.

Designação: Aguardente de Cana Guarã – **Animal:** Lobo Guarã.

1

O “lobo” brasileiro.

Relação direta do nome com o animal representado.

A designação é exatamente o animal usado.

2

As pessoas de zona rural encontram esses animais nos canaviais, como também, o gato maracajá.

A utilização de margens e bordas e a escolha da tipografia.

O animal com interação no ambiente.

3

Sinuosidade, *art deco*, dureza.

Divertido, descontraído.

Ardência.

Designação: Aguardente Morrão Vencedor – **Animal:** Cavalo.

1

Cavalo, animal imponente.

Há um contraste entre tipografia, que é mais clássica e delicada, com o cavalo, que passa a ideia de força.

2

Mula sem cabeça.

Só lembro do cavalinho do whisky.

3

Revigorante.

Forte, imponente.

Designação: Aguardente de cana Paca – **Animal:** Paca.

1

As cores são bem características dos rótulos recifenses. A designação é o nome do animal representado.

2

Igualzinho ao rótulo da Pitú.

3

Casualidade.



Designação: Finíssima Aguardente de Cana Zebú. – **Animal:** Zebú.

1

Zebú, é provável que era usado nos canaviais para o transporte da cana de Açúcar.

O nome com o desenho estão relacionados.

2

Zebú, forte como a aguardente de cana.

Comércio de animais.

3

Clássico.

Forte, bruta.



Designação: Especial Aguardente de cana Pombinha.

Animal: Pombinha.

1

Aguardente tão cristalina e pura quanto a pomba.

O nome com o desenho estão relacionados.

2

Talvez como o homem chama a mulherada. Toma cachaça.

Cultural.

A expressão "água que passarinho não bebe".

3

A música "uma pombinha branca, vai voando no céu...".

Suave.

Leve, casual.



Designação: Aguardente de Cana Kangurú. – **Animal:** kanguru.

1

Animal erótico, bebida erótica. Nenhuma.

2

Nenhuma.Nenhuma

3

Divertida, forte. Energia

Designação: Especial Aguardente de Cana Matruê. – **Animal:** peixe.



1
Pescado = mar -> pescador
Degustação.

2
Praia, litoral, pescador
Nenhuma..

3
Valor diferenciado, liberdade.
Saúde.

Designação: Superior aguardente de cana Leão. – **Animal:** leão.

1
Ditado italiano "De noite leão, pela manhã um caco" (*casere Leoni, lo matino coglione*).

Cachaça forte, para "curar" a tristeza da vida. O nome "leão" remete a força, já a palavra "viúva" e a feição do leão remete a tristeza.

2
Referência à heráldica – leão como sinônimo de autoridade, poder.
Não consegui pegar outras referências.

3
Forte, masculina, para pessoas experientes.
Uma cachaça para "afogar as mágoas".

Designação: Finíssima aguardente de cana Araçari. **Animal:** araçari.

1
Muitos rótulos de cachaça fazem referência a animais/pássaro ou cana de açúcar. Este associa os dois.

Não sei o que significa "araçari", mas parece ser o nome do passarinho. Transmite: leveza, positividade.

2
Referência à cana de açúcar e ao lirismo.
Existem várias cachaças com figuras de passarinhos, esses rótulos transmitem leveza para uma bebida forte.

3
Leve, sofisticada, autêntica, heráldica.
"Fácil de engolir", leve, divertida, festiva.



Designação: Aguardente de cana Surubim. **Animal:** peixe surubim.

1
Associo ao nome do peixe, mas não entendi se era essa a pergunta.
Rapidez, agilidade.

2
Me lembra um pouco o rótulo da Pitú, acho que pelas cores.
Não consigo relacionar.

3
Agressiva, masculina, dinâmica.
Energética.

Designação: Meu Amigo. **Animal:** coruja

1
O nome "meu amigo" casa bem com a imagem fofa e confiável da coruja
Conselho bom da coruja/aconselhamento.

2
Nesse caso não consegui fazer associações. Não consigo relacionar

3 Divertida, fofa, amigável, masculina, mas não de uma forma agressiva como a de cima. A coruja é meio sonsa com esses olhos, talvez não seja tão boa assim.





Designação: Caninha Pica-pau. **Animal:** pica-pau.

1

A designação é literalmente ilustrada com o pássaro.

Quem consome fica enérgico e veloz como o pica pau.

Referência ao animal "trabalhador", cana para relaxar após o expediente.

2

O desenho animado do "pica pau" + campo, pela paisagem.

A animação do pica pau.

Exaltação da fauna, desenho animado.

3

Leve e divertida.

Engraçada e divertida.

Enérgica, bem humorada.

Designação: Aguardente de cana Touro. **Animal:** touro branco.

1

A designação também é ilustrada literalmente com o animal.

Quem toma "fica forte" como o touro.

Que passa uma imagem de força, bebida " máscula".

2

Fazendas, campo, interior, gado.

Raiva, imponência, a figura do "corno" na cultura popular.

3

Forte e mais séria.

Forte e de qualidade.

Forte, imponente.

Designação: Aguardente de Cana Alaska. **Animal:** urso polar.

1

Frio em oposição ao calor (por conta da "explosão" no fundo).

Associação dos animais típicos da região "Alaska" que é usado na

Designação.

2

O uso do splash atrás do urso muito usado no comércio popular para chamar atenção.

3

Refrescante, marcante, pura feito o gelo.

Designação: Aguardente Angorá. **Animal:** gato angorá.

1

Enérgica, divertida.

Não vejo associação, talvez pela natureza do gato que é sorrateira.

2

Sutileza

A tipografia traz um requinte que remete muito a títulos de filme de época

3

Feminina.. Não vejo ligação .

Designação: Superior Aguardente de cana Cavalo Marinho.

Animal: cavalo marinho.

1

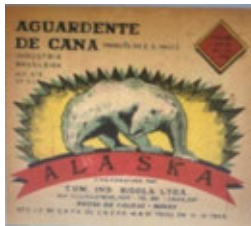
Aqui a cauda parece influenciar alterando a designação, quando o tamanho da letra fica menor.

2

Não sei.

3

Masculina.





Designação: Fina Aguardente de cana Borboleta. **Animal:** borboleta.

1

A borboleta está sobrevoando o texto.

2

Borboleta é feminino e delicado, segundo o senso comum.

3

Beleza, liberdade, prazer.

Designação: Aguardente de cana Atum. **Animal:** peixe atum.

1

Refere-se ao animal retratado. **Fora a Pitú, não faço conexão.**
Talvez uma forma de acompanhamento a região de origem
(para mim é uma relação nova).

2

Estrutura formal, hierarquia, moldura.

Esse atum parece marca de produtos de Surf.

Só relaciono à atividade da Pesca.

3

Revigorante, popular.

De forma geral, a diferenciação de outras embalagens remete a uma tentativa de se destacar ou de marcar de alguma forma (divertida).

Designação: Aguardente de Cana Caruaru. **Animal:** pato.

1

Não consigo encontrar uma ligação.

A caninha caruaru retoma o sol triunfante já nos rótulos de A.P. da Cunha (fundador da gráfica Apollo).

Não compreendi a ligação do nome Caruaru a um pato. Se remete a fabricante, como logo ou mascote?

2

Elementos gráficos, hierarquia, tipografias.

As cores tradicionais, a organização e o calor que ela transmite.

3

Vigor, força, energia.

Divertida, enérgica.

Dá a sensação de estação quente, vibrante, alegre e chamativa.

Designação: Aguardente finíssima Gaivota. **Animal:** gaivota.

1

Talvez o pássaro seja típico da região de produção da cachaça. O cavalo parece esta associado ao fabricante.

O nome da cachaça é o nome do animal ilustrado. A relação é direta.

2

Nenhuma. **Não consigo apontar nenhuma.**

3

Leveza, frescor, natureza (natural).

Cavalo: robustez, força, bravura.

Liberdade, força.

Designação: Aguardente de cana Socó. **Animal:** socó.

1

Pássaro ribeirinho que pode estar associado ao morador da região, ao Pescador. **O nome da cachaça tem relação direta com a figura.**

2

Pássaro associado a anedotas populares. **Não tem nenhuma pra mim.**

3

Divertida, regional. **Essa foi difícil.**





Designação: Aguardente de cana Cumbé. **Animal:** gato preto.

1

O gato é um animal noturno, mas o nome não me diz nada.

Nenhuma. Cumbé? Nenhuma.

2

A vida noturna, as festas e os clubes. Gato como petisco com cachaça.

Nenhuma.

3

Boêmia, infiel, malandra. Noite, susto, azar. Nenhuma.

Designação: Fina aguardente de cana Maguary. **Animal:** ave maguary.

1

Não consigo identificar se é um pelicano ou um flamingo. Entendo uma associação com bico e o beber, mas nada além disso.

Nenhuma, maguary e uma ave não me fazem nenhum sentido.

O nome associa a sucos e sorvetes.

Nenhuma.

2

Me parece que há uma alusão à elegância e à vida social de frequentar bares e espaços considerados finos. Nenhuma.

O animal típico (para quem possa conhecer a ave).

3

Fina, elegante, comportada e educada. Natureza, liberdade.

Relativo ao Nordeste (mangue/rio – pesca) e manguari (a ave).

Designação: Aguardente de cana Girafa. **Animal:** girafa.

1

A pessoa fica “alta” ao beber cachaça.

O animal está representado com um traço bem realista, parecendo quase uma fotografia da girafa apresentando total ligação com o nome (designação) da cachaça.

2

Girafa é um bicho africano... única relação que consigo fazer.

Cores características da principal empresa de aguardente – Pitú – preto, vermelho e amarelo, usadas no rótulo girafa. A tipografia também características dos rótulos do período.

3

Passa também a ideia de vigor pelo porte da girafa e os raios atrás.

Gigantismo, grande, animal africano, não vejo muita relação do animal com a bebida.

Designação: Aguardente de cana Gato preto. **Animal:** gato preto.

1

Gato é um animal noturno, é “boêmio”. Gato preto como animal de rua mesmo, desvalorizado. A cachaça não parece ser nessa época uma bebida refinada. O animal representa o nome da cachaça com um traço mais figurativo com a simplificação da forma e cores que ilustram o gato.

2

Me lembra o cartaz de Art Nouveau da Chat Noir. Lembra também filmes policiais antigos, em que o holofote se fecha no ladrão.

Novamente cores que representam e caracterizam a Pitú. Tipografia característica dos rótulos do período.

3

Feminino, misterioso, lascivo.

Elegância, misticismo, mistério, agilidade.





Designação: Aguardente Coral. **Animal:** cobra coral.

1

Cobra coral astuta e perigosa.

A cobra coral é muito venenosa e perigosa, o que pode remeter aos possíveis efeitos após o uso da cachaça.

2

A cana de açúcar, não sei se o time de futebol, visto que o Santa Cruz foi fundado na década de 20.

A cobra coral é o símbolo do time de futebol: Santa Cruz.

3

Enfeitiça, seduz, perigosa.

Alto teor alcoólico, selvagem, masculina.

Designação: Velha aguardente de cana Raposa. **Animal:** raposa.

1

Esperta, astuta, perigosa, inteligente.

A raposa é um animal ardiloso, muitas vezes perigoso e esperto.

Isso remete à possível sensação de destemido que o usuário pode sentir.

2

A designação remete a uma expressão popular.

Retrato da raposa como vilã, que acontece em muitos contos.

3

Masculinidade, sabedoria, esperteza.

Selvagem e perigoso.



APÊNCICE F – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA HÉLIO SOARES

Hélio Soares: Ex-trabalhador da Indústria Gráfica na década de 1970 – depoimento [26 fev. 2018].

Hélio: Pode gravar! Eu comecei minha carreira profissional na indústria. Eu vim para Litografia com arte por consequência da falência da indústria. O offset, quando ele chegou no Brasil, a indústria começou a ter perdas. Então, o dono da gráfica onde eu trabalhava — eu trabalhava na Gráfica Apollo — então seu Chiquinho, que era de Francisco Souza Barros, ele fez uma reunião com o pessoal e explicou a situação: que estava tendo queda no mercado por conta da entrada do Offset. Quem fazia Litografia com rótulos em Litografia estava correndo para o Offset por questão de economia e rapidez.

Enquanto a máquina de Litografia produzia 1.000 cópias por hora, o Offset na época produzia 4.500 cópias por hora. Quer dizer, ele tinha controle de enfrentar o mercado, de vender mais barato (...). Então as pessoas estavam indo para o mais barato. O Offset não tinha a qualidade da Litografia, mas era mais em conta. Era muito mais barata. Então a indústria estava correndo tudo para o Offset. A Litografia industrial começou falindo e o dono — foi muito louvável essa atitude dele, fez uma reunião com o grupo, com o pessoal da gráfica e ofereceu um horário para cada um fazer uma especialização em outra área para que não ficassem desempregados quando a gráfica falisse; eles teriam condições de se encaixar em outro emprego. Eu fui convidado a fazer um trabalho para um artista muito famoso, João Câmara, e eu fiz esse trabalho dele. Ele ia fazer uma exposição no Rio de Janeiro e coincidiu dele me oferecer um curso de Litografia de Arte.

Ele falou: — *Olha, você é muito bom na área de Litografia Industrial, por que você não experimenta alguma coisa na Litografia de arte?*

Eu disse: — *Olha querer fazer um curso de Litografia de Arte eu bem que quero, eu só não tenho tempo. Primeiro que eu não tenho tempo, segundo que eu não tenho como pagar. Porque um curso de Litografia é caro.*

Ele disse: — *Realmente, é caro. E tem o tempo também... O nosso horário será de 15h às 18h da noite, 15h da tarde você está entrando no movimento da turma.*

— *Mas pelo tempo eu arranjo um jeito, eu falo com o dono da gráfica.* Então ele falou com o dono da gráfica e o dono da gráfica liberou. Nos dias das aulas, antes das 15h, eu largava para ir ao curso. O problema agora era o pagamento. Aí ele falou:

— *Não, não tem pagamento. Você vai entrar como bolsista. Você é meu convidado e eu sou o dono do curso.*

Bom, eu fui fazer um curso de Litografia de Arte. Cada curso de Litografia divide-se em três períodos: a iniciação à Litografia, que é tudo (como você trabalhar com Litografia; como usar uma pedra; como preparar uma pedra). Essa é a primeira etapa. Depois vem a segunda etapa: como trabalhar uma gravura colorida; como fazer uma policromia na Litografia. E tem a terceira etapa de como você juntar tudo em um globo só: fazer a litografia preta e branca, as coloridas, os negativos, como descobrir as broncas...

Bom, quando eu fiz a primeira como bolsista eles ficaram, tanto o dono do ateliê quanto os outros que estavam fazendo o curso, ficaram impressionados com o meu desempenho. Claro! Só podia ter um bom desempenho, eu vivia dentro da gráfica. Eu mesmo não estranhei, mas eles estranharam e ficaram impressionados. Aí teve a segunda etapa e ele disse que eu não seria mais bolsista, que eles me dariam uma ajuda de custo para compensar o meu desempenho dentro do curso porque eu tinha sido muito importante. Aí fiz a segunda etapa. Na terceira etapa ele disse que eu continuaria a ganhar a ajuda de custo e que eles dariam uma melhoria ainda... Quer dizer, no fim da terceira etapa do curso eu já ganhava mais do que na gráfica e daí descobri que já valia a pena. Eu não saí mais da Litografia, você acredita?

Quando terminou o curso, o dono chegou pra mim e perguntou:

— *O que é que você faz nos sábados?*

Eu disse: — *Eu gasto o que ganho durante a semana. Que eu recebo meu salário toda sexta-feira e no sábado eu gasto.*

Ele disse: — *E se você tivesse a chance de ganhar mais um dinheirinho no sábado, você não usaria esse sábado ganhando esse dinheirinho ao invés de gastar?*

Eu disse: — *Claro! Pra mim seria ótimo.*

“Era um biscatezinho”.

— *Então eu estou te propondo isso, você não quer ficar no meu ateliê todo sábado? A gente só vai trabalhar de 8h às 14h da tarde, você não quer ficar, não? Como meu assistente, meu impressor e tal?*

Eu falei: — *Quero. Claro que eu quero.*

Aí eu topei, nem perguntei quanto que ele ia me pagar, entendeu? Topei! Fiquei trabalhando de segunda a sexta-feira na gráfica e no sábado eu ia para o ateliê. Quando ele chegava de 8h, eu já estava lá. Quando eu larguei às 14h, antes das 14h ele chegou para mim e disse:

— *Olha aqui, esse é o dinheiro da sua diária. Poupe porque hoje em dia, se a gente gastar muito, a gente fica sem nada e não sei o quê...*

Com aquela brincadeira dele. Quando eu olhei, era mais do que minha semana na gráfica, você acredita? Um dia que eu trabalhei... Rapaz, esse cara começou a gostar de mim e tudo que ele queria dentro da litografia era comigo, você acredita? Tudo. Ele tinha um impressor lá que era mais antigo que eu, o *Alberto*, mas o cara só sabia mesmo ficar na prensa imprimindo, mais nada. Nem lavar pedra ele queria mais, ele disse que era um serviço pesado... Acho que era porque ele ganhava bem, não é? E não queria não é? (*Pegar no pesado*) É... Estava na moleza. E comigo não tinha esse negócio não, eu topava tudo, está entendendo?

— *Hélio eu estou precisando de tantas pedras.*

— *Não tem importância, quanto tempo eu tenho para essas pedras?*

— *Não eu vou vir, vai vir fulano, vai vir cicrano, vai vir...*

— *Se preocupe não, quando chegar aqui. Eu terei essas pedras todas prontas.*

Eu aprontava tudinho e botava nas pranchinhas, tudo limpinho. Quando a turma ia chegando era tudo (...) que maravilha, hoje tem um monte de pedra, não sei o quê, tudo feliz, não é? Foi tudo dando certo. Você acredita que eu passei 15 anos trabalhando com esse cara?

Swanne: Acredito.

Hélio: 15 anos. E sempre ganhei muito bem. Cheguei a ganhar melhor do que esse primeiro impressor que ele tinha. Você acredita?

Swanne: Era um ateliê? De Litografia?

Hélio: Era.

Swanne: Qual era o nome do ateliê?

Hélio: Olha, no início era *O Ateliê de João Câmara*. Depois, o grupo foi crescendo e nós fundamos a Oficina Guaianases de Gravura, entendeu? A oficina Guaianases de Gravura cresceu tanto que depois foi engolida por ela mesma.

Swanne: E quais eram os trabalhos que eram feitos nesse ateliê?

Hélio: Só arte.

Swanne: Só arte?

Hélio: Só arte. A gente fez um mapa de Olinda, alguma coisa também... tipo uma obra de arte. Era sempre obra de arte. A Guaianases cresceu ao ponto de abranger litografia, serigrafia, xilogravura, gravura em metal e tipografia. Ela tinha isso tudo dentro do ateliê. O que sobrou para a universidade foi isso (...). O Ateliê da Guaianases. Agora, ele é chamado de Laboratório Oficina da Guaianases (...). Eu tenho 55 anos de Litografia de Arte. 56 completos agora.

Swanne: Qual é a grande diferença entre a Litografia de Arte e a Litografia Industrial?

Hélio: É uma boa pergunta. Veja bem. A Litografia de arte trabalha com qualidade. Ela não faz questão de edição, faz questão da qualidade. Se você tem que fazer uma gravura com qualidade, você não pode fazer uma tiragem grande, você não pode trabalhar com o pensamento de 5.000 gravuras. Quanto menor a tiragem, mais valor tem a gravura. É o contrário da Litografia Industrial. Na Litografia Industrial você trabalha com produção e a máquina é rotativa. A Litografia de arte é toda artesanal e a Litografia Industrial é industrializada, ela trabalha com produção. Quanto maior for a encomenda, mais barato é o preço. Na Litografia de arte, quanto maior a encomenda, menor a tiragem e mais caro é o preço. Entende?

Swanne: Então tem muito a ver com qualidade?

Hélio: Muito a ver com qualidade e que não trabalha com linha de produção. O que importa para a litografia industrial é a produção, não interessa para ela você querer 5.000 rótulos, porque ela sabe que 5.000 rótulos ela tira em meia hora, porque cada folha da indústria... Eu vou te mostrar as folhas de rótulos impressos. Não sei se você já viu essas folhas, ou se apenas viu rótulos já cortados...

Swanne: Vi só os rótulos.

Hélio: Eu tenho a folha, como ela entra na máquina e como sai da máquina. A litografia industrial tem pouca diferença. A única diferença da Litografia Industrial para a Litografia de Arte, a diferença maior é a produção. Porque numa folha você imprime uma gravura, numa folha que entra na máquina da indústria tem 22 rótulos, 20, 15... Normalmente é assim, numa folha só. A Litografia Industrial só recebe pedras desse tamanho aqui, as pequenas são todas matrizes que ficam guardadas, que são pagas pelo dono na hora que faz a encomenda, ele compra a matriz e deixa guardada na gráfica.

Swanne: Veja só, eu olhando uma coleção, que tem muitos rótulos mesmo, já notei que aparecem algumas estruturas semelhantes, como se fossem cópias. Isso acontecia muito?

Hélio: Muito. Às vezes diferenciava só o nome, as cores eram repetidas. Sempre aguardente era amarelo, vermelho e preto. A aguardente era sempre essa cor padrão.

Swanne: Por que esse padrão?

Hélio: Por conta da aguardente Pitú.

Swanne: É por conta da Pitú mesmo?

Hélio: É.

Swanne: Eu achava que era por conta da Pitú, mas não tinha certeza.

Hélio: Eles tentam aproximar o máximo da Pitú. Só que a Pitú tem aquele camarão vermelho.

Swanne: Sim.

Hélio: Aí na prateleira, ao longe a turma via o vermelho, o amarelo e o preto, aquele chapadão preto... de aguardente. Aí o cara pede uma garrafa *daquela ali*. Antigamente no interior os matutos não sabiam ler, eles normalmente pediam uma garrafa daquela ali "*me dê aquela lá ó*".

Swanne: Aquela preta, vermelho e amarelo?

Hélio: É. Porque era parecida com a Pitú.

Swanne: E eu achei até um rótulo que tinha o nome *Bitú*.

Hélio: Bitú... Está vendo? É Muito assim. Se você vir as folhas de rótulos, você vai descobrir que tem muitos parecidos, que eles tentavam quase copiar. Tem a *Aratanha* que ao invés do camarão é um tipo de camarão.

Swanne: Sim, feito um crustáceo, eu vi esse também. A Aratanha foi da Gráfica Apollo?

Hélio: Olha, eles faziam... Normalmente os donos de engarrafamento, eles faziam onde encontravam a melhor condição. Mais barato. Essa Aratanha foi muito produzida na Gráfica Apollo. Aliás, eu não trabalhei só na Gráfica Apollo, eu trabalhei na Gráfica Apollo, na Gráfica Imperial, na Recife Gráfica Editora, trabalhei na Lusitana, trabalhei em várias.

Swanne: O senhor começou em qual?

Hélio: Na Gráfica Apollo. Eu comecei varrendo casa, eu não sabia nada de gráfica. Minha mãe era que achava bonito esse nome "*gráfico*", ela era analfabeta. E começou perguntando o que era que um "*Gráfico*" fazia. E "*Tipógrafo*"? Ela queria ver as diferenças. Disse:

— Ah não, vou arranjar um emprego pra um de vocês dois na gráfica.

Então colocou meu irmão na Gráfica Apollo, depois me colocou na Gráfica Apollo também. Ela tinha prestígio com a esposa do dono. Aí depois me colocou lá (*risos*). É engraçado! Tem umas coisas engraçadas na minha vida, mas diga mais.

Swanne: O senhor iniciou o trabalho com a Litografia na Gráfica Apollo?

Hélio: Foi.

Swanne: Certo. O ofício foi aprendido lá mesmo?

Hélio: Tudo lá.

Swanne: Tudo lá e depois teve esse curso feito no Ateliê?

Hélio: É. Foi quanto teve a mudança.

Swanne: A mudança pra o Offset.

Hélio: É. Eu saí da litografia industrial por conta do avanço do Offset e fiz um curso de litografia de arte, então não voltei mais. Até um tempo, conciliei os dois. Porque eu só trabalhava no ateliê no sábado e quando terminei o curso só trabalhava no sábado, então tinha a semana todinha na indústria.

Depois a indústria foi falindo cada vez mais e o meu empenho, meu trabalho no ateliê foi aumentando. Eu passei a trabalhar nas terças, depois nas quintas, ficava terça, quinta e sábado, já eram três dias. Depois o dono pediu que eu tomasse conta do ateliê, se eu não queria fazer um acordo pra ganhar uma taxa para tomar conta o ateliê, falei:

— Claro que eu quero.

Eu comecei também a vender livros, era muita coisa pra conciliar. Para cobrir o tempo. Então chegou o momento que a gráfica, a indústria não dava mais, entendeu?

Swanne: Entendi. Quais gráficas o senhor já trabalhou? Foi a Apollo, Lusitana...

Hélio: Trabalhei na Apollo, Lusitana, na Recife Gráfica Editora, trabalhei na Severino Silva, trabalhei na Gráfica do Sargento, também. A que eu demorei menos tempo foi a Gráfica do Sargento, demorei muito pouco tempo, um negócio de 2 ou 3 meses no máximo.

Swanne: O senhor trabalhava em mais de uma ao mesmo tempo ou era sempre uma por vez?

Hélio: Não. Eu só trabalhava na indústria e no ateliê porque o ateliê tinha tempo. O tempo era combinado com o dono. Na indústria você não tem como combinar com o dono. É aquele horário rígido e pronto. Se você chegasse atrasado, voltava e era aquela confusão, não podia sair mais cedo. Era jogo duro.

Swanne: Acredito.

Hélio: (...) Eu já tinha rodado todos os setores da gráfica, não tinha mais setor para rodar. Eu era mecânico de manutenção aprendi à mecânica porque tinha um mecânico lá que bebia muito e eu comecei a desconfiar que as máquinas quebravam porque ele ia bêbado. Ele ia concertar uma área e desmantelava outra. O alemão é muito correto com a mecânica, faz tudo sob medida. Então tinha peças que ele serrava porque a peça não queria encaixar.

Swanne: Fazia do jeitinho brasileiro.

Hélio: Como é que pode? Aquilo me deixava indignado entendeu?

Swanne: O senhor rodou todas as funções, mas ficava mais em qual?

Hélio: Cheguei ao ponto de não ter mais função. Eu ficava andando dentro da gráfica só para ir em algum setor quando precisasse. Enquanto eu andava dentro da gráfica, comecei a descobrir que a máquina iria quebrar pelo som, pelo som da máquina eu sabia que ela ia quebrar. Então minha função era essa, ficava andando e ouvindo a zoadas das máquinas. Quando uma estava para quebrar, eu ia lá e falava com o chefe:

— Olhe, dê uma paradinha nessa máquina que ela vai estourar.

(...)

Quando foi na segunda-feira eu me apresentei, entreguei a carteira a ele, ele olhou, chamou a moça do escritório e entregou a ela.

— *Depois passe lá no escritório para conversar com a moça.*

Fiquei trabalhando nessa gráfica, na Gráfica Imperial. Você acredita que a gráfica era no quintal da casa o dono?

ÁUDIO 2

Hélio: Quando estava tudo normal, a gráfica estava rindo à toa, o dono estava rindo à toa e eu conseguia sem brigar com ninguém.

Swanne: Com um jogo de cintura, não é?

Hélio: É. Passei mais de um ano nessa gráfica depois pedi minhas contas. Quando eu vi que ela estava toda saneada, pedi minhas contas. Ele disse:

— *Você vai embora por quê? Você está ganhando pouco? Eu dou um empurrão no salário.*

Eu disse: — *Não, não. Eu vou embora porque eu quero terminar um projeto meu.*

Ele disse: — *Qual é esse trabalho de projeto?*

Eu disse: — *Não é indústria não, é da litografia de arte. Eu vou me empenhar mais no ateliê de João Câmara, agora estão fundando a oficina Guaianases de Gravura e eu vou ter que sair, cair em campo para comprar o equipamento (...) e o senhor não vai me liberar na hora que eu tiver que procurar uma prensa. O senhor vai me vender uma prensa? O senhor vai me liberar para procurar em outras gráficas? Eu tenho que ter tempo.*

Ele disse: — *Ah, por isso que o senhor vai sair é?*

— *Agora eu quero tratar do projeto da litografia de arte (...) eu tenho que ter outro ramo, outro projeto, outro sustento.*

Mas foi assim minha vida, entendeu?

Swanne: No caso, na litografia comercial o que mais se imprimia eram rótulos?

Hélio: Só rótulos, era o tempo todo, era todo tipo de rótulo: cachaça, macarrão, doce, calçado. Todos esses produtos. Até cheque de banco eu imprimir muito. Naquela época existia o banco do povo, do Banorte. Eu trabalhei muito imprimindo cheques. Vou te mostrar quando a gente terminar a conversa. Eu vou te mostrar uma coisa.

Swanne: E quem eram os clientes principais? Tinha uma frequência ou não?

Hélio: Tinha, tinha uns clientes que eram quase o carro chefe da empresa. A aguardente não tinha nenhuma daqui de Recife, só tinha do interior. Tinha muito rótulo de cajuína, macarrão, cirol royal, café dominó, doce goiabada, goiabada jaraguá, goiabada pomar, goiabada praieira, goiabada iracema, houve várias, muitas goiabadas. Tinha goiabada de Natal, Minas Gerais...

Swanne: Minas veio fazer aqui? É mesmo?

Hélio: Sim, rótulo de cachaça de Minas Gerais, rótulo de cigarro de Minas Gerais, de Arapiraca.

Swanne: Como eles ficavam sabendo do trabalho da gráfica aqui?

Hélio: Eu acho que eles faziam pesquisas de preços, de qualidade, eles olhavam os rótulos. Toda gráfica tinha a propaganda dela, todo rótulo impresso em baixo tinha: Gráfica Apollo, Gráfica Imperial, Recife Gráfica, entendeu? Lusitana... Sempre tinha esses nomezinhos. Então as pessoas quando viam na prateleira, às vezes compravam aquele produto só por causa do nomezinho para poder fazer um levantamento da qualidade do rótulo e depois tentar entrar em contato. Porque não existia celular, era telefone fixo, então eles ligavam. Tentavam descobrir os números na central. Na central eles procuravam o número de telefone da Gráfica Apollo.

Swanne: Algumas já imprimiam o telefone, não é?

Hélio: Colocavam também o telefone para facilitar a vida. O homem é muito ganancioso, tem aquele faro de progredir.

Swanne: No caso dos rótulos de cachaça que imprimiu, o senhor lembra de algum específico?

Hélio: Olha, o que imprimia muito lá era esse Aratanha. Tinha muito de vinho, muitos de cachaças, pinga pernambucana. Assim, eu já não me arrisco a falar tanto, minha filha, veja bem, eu tenho mais de vinte anos fora da indústria.

Swanne: Mas o senhor sabe de quem é o desenho do rótulo da pitú, *o original*?

Hélio: Não, não.

Swanne: Por que o rótulo de uma aguardente, poderia ser impresso em várias gráficas diferentes, não é?

Hélio: É, todo rótulo, não. A Pitú não. A Pitú tinha um contrato com a Lusitana, não é? A Lusitana não, era a *Dreschler*, que era dos alemães na Rio Branco. Essa eu não trabalhei. O contrato da Pitú era com ela e com a União Gráfica que era em Santo Amaro, era exclusividade, aí vazou, entendeu?

Swanne: Entendi.

Swanne: As ideias dos desenhos dos rótulos vinham de quem? Era o cliente que trazia mais?

Hélio: Olha, tinha um desenhista. Toda gráfica tinha um desenhista, especializado nisso. Ele desenhava direto na pedra. Fazia a matriz, dali ele fazia as cores. Normalmente, o dono do produto levava alguma coisa, como é que queria mais ou menos. O da Pitú não precisava levar nada. Para falsificar uma pedra da Pitú... Naquele tempo não tinha xerox, não tinha recurso de transferência, as transferências eram feitas pelo *papel transporte*, um tipo de papel que você botava na mesa de luz. Hoje em dia a gente utiliza a mesa de luz na serigrafia. Ele colocava na mesa de luz, prendia o papel transparente, papel manteiga, colocava o rótulo de papel da Pitú embaixo, desenhava em cima, acendia a luz. Fazia igualzinho. O camarão igualzinho ao camarão da Pitú. Chapado do mesmo jeito e com as letras.

Swanne: E as vezes só mudava o bicho não era?

Hélio: Era. Quando era o Aratanha, ao invés de colocar o camarão da Pitú ele colocava o outro tipo de camarão. *Guaïamu*, tipo de aguardente de cana *Guaïamú*.

Swanne: Esse aqui o senhor conhece, alguma dessas duas?

Hélio: Conheço. Caranguejo. Eu tenho eles aí. Todos os dois e esses dois que você tem fui eu que imprimi.

Swanne: Foi mesmo?

Hélio: Eu fiz essas duas pedras recuperadas. Eu tenho essas duas pedras recuperadas.

Swanne: Isso aqui também era imitando sempre o camarão da Pitú?

Hélio: É. Pode olhar que é sempre amarelo, preto e vermelho.

Swanne: Eu vi alguns rótulos. Às vezes eram de outros temas, como mulheres, também nas cores vermelho, preto e amarelo.

Hélio: Mulher, cintura fina é um, é uma mulher. Essa pedra tem aqui, todas as duas estão ali.

Swanne: E o fato de ter bicho, será era devido a Pitú também?

Hélio: Não, não. Isso é porque eles tinham que colocar alguma coisa para que se decolasse no mercado, não precisassem pensar na aguardente. Pedia-se pela aratanha, pedia-se pelo bicho. Caranguejo, porque caranguejo é um bom *tira-gosto*. Eles usavam muito o caranguejo como tira-gosto. Hoje em dia é comida de luxo.

Swanne: Porque realmente a parte dos bichos é muito curiosa. Esta era uma das minhas dúvidas. Se era por conta da Pitú. Porque tem essa questão do padrão, não é? E tem alguns bichos que não consigo fazer essa relação. Já encontrei aguardente "borboleta". Eu tenho aqui: raposa, borboleta, esses daqui.

Hélio: Essas eu não conheço.

Swanne: São de fora. Lontra, coral...

Hélio: Não. Pode olhar que não são de Recife, não são de Pernambuco.

Swanne: Não. E daqui, acho que eu tenho uma.

Hélio: Essa eu tenho.

Swanne: A Serra Grande, pronto. A Serra Grande, também achei uns padrões semelhantes.

Hélio: Mas veja bem, a Serra Grande fazia questão de ser diferente. Ela não queria ter esse chapado preto. Ela nunca quis esse negócio de bicho. Pode olhar. Ela sempre foi totalmente diferente dos outros rótulos.

Swanne: Então pensei se essas aqui estavam imitando a Serra Grande. Como esta "Serra Longa".

Hélio: Pois é, essas daí estão imitando.

Swanne: Olha esses aqui.

Hélio: Esses todos fui eu que imprimi. Eu tenho esses rótulos todos, ele levou para a editora para fazer o livro, ele faz o fotolito do rótulo, tudo isso eu recuperei. Todos. Eu tenho essas pedras todas recuperadas aqui na estante, porque o projeto do Silvio era inaugurar uma estante de pesquisa de litografia industrial, para que quando alguém chegasse... Pronto! No seu caso agora, você está me procurando, quando eu morrer vai procurar quem? Então a turma iria nessa estante, tiraria a pedra, olharia, e teria o número do catálogo, do livro que está com isso tudo. Um livro grosso que a pessoa folheia todo o histórico. Eu mesmo dei muita coisa para isso, então vai ficar muita coisa para essa biblioteca.

Swanne: Mas é um tesouro.

Hélio: A gente tem pedra. A meta era restaurar em torno de 400 a 600 pedras. A gente conseguiu restaurar até agora 140. Quem me pagou a restauração dessas foi o Funcultura, foi um projeto que ele fez para o funcultura (...).

Swanne: Precisaria de outro, não é?

Hélio: É. Tinha que ter muitos. Porque dentro de seis meses para você recuperar a pedra, é pouca pedra que consegue recuperar. O projeto do Funcultura foi de seis meses. Agora eu já nem faço mais pelo preço que fiz. Não faço mais não. Eles me pagavam, acho que era um salário mínimo, eu trabalhava terças e quintas nesse projeto.

Swanne: O senhor lembra da história de uma dessas? Por que foram escolhidos esses bichos? *Tatu, besouro?*

Hélio: Não, não. É porque veja só, o tatu é vermelho, o camarão é vermelho, todos os outros são vermelhos. É para fazer justamente como a Pitú. O fundo é preto, o bicho é vermelho e os

detalhes amarelos. A Pitú é assim. É por isso. Não tem história não. A história é justamente essa: para se assemelhar com o rótulo da Pitú. Porque lá na prateleira, o matuto não sabe falar "*me dê aquele ali, que parece com a Pitú, aquele amarelo, preto e vermelho*". Entendeu? Porque no interior eles não bebem uma lapada de cana, eles bebem um copo cheio de cana, eu já vi isso.

Swanne: É mesmo?

Hélio: Já, já vi. Porque...

Swanne: É feito guaraná.

Hélio: É. Meu, meu pai era miudeiro. E eu ia nas sextas-feiras quando eu era garoto ainda, entre 14 e 15 anos, eu ia fazer as entregas dali da Rua da Guia (...), para aqueles bares onde vendia feijoadas, dobradinhas, essas coisas. Eu ia com com o carregador. Tinha dois trabalhadores com o meu pai. Cada semana ia um. Eu ia com eles porque eu ia explicar, anotar o dinheiro, receber as encomendas e tal. A gente aproveitava e comia lá na Rua da Guia mesmo. Aqueles prédios de escada mesmo. Tinha dois, cada semana tinha um, era um acordo que tínhamos *nós três*. Eu pedia um refrigerante *Fratelli Vita* e ele pedia um copo de Pitú. A pessoa almoçar... aquilo ali era como se fosse o suco dele. Ele almoçando, aí pegava a Pitú.

— *Mas Sebastião rapaz...*

Aí ele dizia: — *O que é patrãozinho?*

Ele me chamava de patrãozinho.

— *Rapaz, um copo de Pitú faz mal...*

E ele dizia: — *Não! Aí limpa o sangue patrãozinho!*

Swanne: Aí sai limpando tudo.

Hélio: Não limpa só o sangue não?

Swanne: Limpa tudo.

APÊNDICE G – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA JOSÉ GUELPHÉ

José Guelphé: Filho do fundador da Aguardente Alvorada: depoimento [10 mar. 2018].

ÁUDIO 2

José: Em termo de venda. Apesar da gente hoje atuar em áreas novas, ela era uma marca muito concentrada em termo de área de venda, ela vendia numa área muito restrita, vendia bem, mas, em uma área muito pequena. E isso é do mercado vai perdendo, ficou a zero, muitos e muitos anos sem vender nada nessa região do Agreste de Pernambuco: após Caruaru, de São Caetano até Arcoverde, indo para Garanhuns, Sertão de Alagoas, um trecho da Paraíba.

Mas ali, naquele nicho, muito restrito. Quer dizer... Recife nunca vendeu, Caruaru nunca vendeu... Aí a gente vende pouco para algumas cidades e vende um pouco aqui para a Mata Norte, essa região de Nazaré e algumas cidades.

ÁUDIO 3

José: Vai imitar o que não vende? Não existe.

Swanne: Então, as imitações eram porque vendia muito?

José: Vendia muito. Bom, aí é aquele negócio, essa marca a gente não sabe exatamente quando começou (...).

Swanne: O livro que tem falando da Pitú que mainha me deu, fala da época que a Alvorada começou.

(...)

José: Aí, ele fala, Pedro... Não sei se exatamente Pedro, isso aí também mostrei a Pedro, o seguinte: a Pitú foi de 38. (...) Meu pai participava da fundação e saía da empresa em... Não sei se 40 e alguma coisa. Quem contava essa história era Zé Augusto, que também já morreu e que poderia lhe dar alguma informação e ligar para você. E os outros todos já morreram.

Swanne: Ai meu Deus.

(Alguém sussurra o nome **Pedro Ferrer**)

José: Tem, mas Pedro ainda era muito menino. Eu quando nasci meu pai já tinha morrido e são coisas que a gente não sabe. Minha mãe é uma pessoa muito fechada, Cláudia as vezes sabe

mais coisa do que eu porque ela não conversa nada. Nada, não sei. O Zé Augusto contava algumas coisas também. Zé Augusto era de 27 então em 38 ele era menino de 11 anos de idade. Era criança. Quando ele foi para Alvorada em 50, ele saiu da Pitú e entrou na Alvorada. Que foi uma coisa assim, por decisão do pai dele, que era meu tio, de como manter a sucessão dos negócios, sabe? Que era uma empresa, aí depois eles saíram, meu pai saiu da Pitú, não sei que ano, aí Zé Augusto (? 02: 04 – 02:07) Elmo devia saber, que ano saiu.

Swanne: Eu acho que isso tem no livro...

José: Que ele saiu, porque a primeira mulher dele adoecia, tinha um problema de saúde grave...

Swanne: Tinha ido pra Gravatá?

José: Foi. Foi pra Gravatá e foi pra Carpina. A cidade tinha um clima melhor e a solução para que ele saísse foi vender a empresa. E não era a Pitú, era outra cachaça. Quer dizer, esse nome Pitú em 38 eu acho que é uma grande conversa.

Swanne: É porque antes, segundo o livro... Fala da Tupi, fala da Aliada e fala que antes da Pitú era Camarão.

José: Não, veja, mamãe contava essa história, esse nome assim ela não sabia, que eu ouvi isso, que saiu. Bom Gilson, Gilson não (...) mas, Geraldo que é o mais velho deve saber, né? Mas aí saiu e foi morar em duas cidades. Acho que primeiro foi para Carpina e depois foi para Gravatá, explorar outras coisas. A solução foi vender a empresa. Vendeu-se a empresa e dividiu-se o dinheiro, na época eu não sei se seu Joel já participava ou não. Não sei, se ele já tinha entrado ou não tinha entrado, ou era só ele e o um tio meu.

E vendeu a um comerciante de Vitória. Agora eu tenho o recibo dessa venda. E deve tá lá no museu da Pitú. A venda da empresa. Em contexto eu não sei né? (...). A venda da empresa a seu fulano de tal. Que também já não existe. Isso é 40 e não sei o que. Eu tenho esse recibo, esses documentos eu dei a Pedro (...). O negócio é o seguinte, em 38 não tinha aguardente, ali era um engarrafamento de vinagre e chamava vinho de... que não era vinho, era bebida mista da região. Era onde se fazia vinho de jenipapo, de maracujá, de Jurubeba...branco, que não é branco é um chá de ervas e tal.

E que era de um cunhado de tio (? 04:31) do marido de tia Áurea, o marido de tia Áurea que tinha esse negócio e vendeu. Já existia. De quando? Ele não sabe. Era de um tio ele, quer dizer, o marido de tia Áurea que era mãe de Zé

Augusto. Então ele vendeu esses dois irmãos compraram, e depois, aí ele acha que em 40, aí é fácil de ver se uma determinação do Governo Federal de que a aguardente era vendida a granel, saía dos engenhos. Granel é sem rótulo, em ancoreta e etc. E se vendia, se colocava os rótulos, os rótulos não, os selos na ancoreta e se vendia na bodega, no bar e etc. Existia aguardente engarrafada? Existia, já existia em 1800 e não sei em que ano, mas é anterior a 1900. Mas era uma coisa pequena a venda de aguardente com rótulo era muito pequena.

Essa era a história que Zé Augusto contava. Que nessa época – acho que foi no governo de Getúlio Vargas, que por determinação legal, que a aguardente não poderia mais ser vendida a granel. Teria que ser vendida engarrafada. Aí ele disse assim, a ideia foi do teu pai:

— *A gente agora vai ganhar dinheiro.*

Rapaz, se o mercado, por determinação legal só vender engarrafada, e ele já tinha o engarrafamento, mas que não engarrafavam cachaça.

— *Vamos engarrafar aguardente, agora temos que inventar um nome.*

Pronto, começaram a por nome. E não era Pitú. Isso era a história que ele contava. Que foram diversos nomes.

Swanne: Isso aí é a história da Pitú?

José: É. A história da Pitú. Ele disse que o nome não foi Pitú. Colocaram o nome de “Vencedora”, que era um navio que tinha na guerra e não sei o quê... Não pegou mercado. Aí disse assim:

— *Vou colocar nome de mulher.*

Se não me engano foi Jupyra. Não deu resultado. Aí colocaram Tupi. Quando colocou Tupi deu certo. E essa marca vendeu muito. Deu certo, botou Tupi e pronto. Vendeu muito e pegou o mercado de Recife muito rápido. Vendeu em grande quantidade. Se capitalizou, o pessoal ganhou dinheiro aí. Aí veio a venda que eu tinha dito, não era da Pitú, era da Tupi.

Swanne: Certo.

José: Aí vendeu essa Tupi e assinou-se um documento para passar 5 anos sem aquele pessoal mexer com cachaça porque já tinham conhecido o mercado. Nesse intervalo, começou com a Pitú. Aí foi o nome de quem criou o rótulo. Não sei o quê Holanda teve esse documento que criva o rótulo da Pitú. Aí Seu Ferrer disse: “olha, toma esse rótulo, isso aí vai vender.” Isso não custou nada, ele deu esse rótulo e os primeiros rótulos foram feitos na tipografia de João de Deus aqui, da Pitú.

Cláudia (esposa de José): E a Alvorada?

José: Bom, aí saiu o nome Pitú. Nesse tempo aí minha família volta para morar em Vitória, mamãe contava essa história. Vou voltar e entrar na Pitú. Ah não, já tem dois. Foi aquela confusão: entra, não entra, volta, não volta para o negócio. Ele criou uma outra empresa, que foi a Alvorada.

Swanne: Sabe dizer mais ou menos qual foi a...

José: Bom, eu botei no rótulo 43 porque 43 é a compra da Alvorada. Eu vou até... Esse documento a gente tem aqui. Eu não estou com ele aqui, mas posso achar. Que é a compra de um engarrafamento que também já existia. Naquele mesmo canto que está hoje, no mesmo endereço.

Swanne: Foi à compra do engarrafamento para ser a Alvorada?

José: Com outro nome. Clarim. O nome do engarrafamento era Clarim. Agora que produto fazia... tem: “compra o engarrafamento Clarim que produzia vinagre e essas coisas e tal”. Acho que não tinha cachaça. Então, por isso que a gente colocou no rótulo *desde* 43. Porque em 43 ele comprava essa Clarim com outro sócio, que era seu Lauro, que trabalhou lá na Pitú. Conheceu seu Lauro? Que era o pai de um menino que trabalhou no Bandepe... de Paulino que era o padrinho de Elmo.

Seu Lauro era dono de um engenho chamado Bateria, tinha uma cachaça Bateria, essa é antiga. Tenho o rótulo antigo dela aqui. Bom, outra coisa nesse documento que eu acho que não tá correto, é que em 43 ele cria a firma JA Ferrer e CIA e não é. Porque esse JA Ferrer é Zé Augusto Ferrer e CIA. Zé Augusto botou esse nome em 54, entendeu?

Swanne: Isso aí ela já pegou de alguma fonte.

José: Mas a história que ela conta é mais ou menos essa. Está correta. Agora, o nome não era esse porque Zé Augusto entrou na Alvorada no tempo que meu pai morreu no fim de 50 e mamãe dizia assim: “no outro dia quando reabriu, já abriu com Zé Augusto”. Seu Lauro era o sócio, meio a meio. Na Pitú era seu Joel e tio Novo e lá era seu Lauro e Zé Ferrer, aí ele morre.

Swanne: Eu acho que vou precisar desenhar uma árvore genealógica.

José: Aí Lauro Cabral, seu Lauro, Lauro não, seu Lauro era sócio dele, desde o início do negócio e lá em casa eram todos menores de idade. A solução que, no caso, o irmão dele, o mais velho que era tio Novo (*Novo Ferrer*), foi botar o filho dele para administrar o negócio. Então foi Zé Augusto. Zé Augusto foi para lá com, sei lá, 23-24 anos de idade, já era sócio da Pitú, como Elmo, ele tinha entrado junto com Elmo. Entrou parece

que em 48, depois entrou Aluísio com o irmão de Elmo. Com o caso dessa morte, ele vende a parte dele, entra Paluca, entrou no lugar de Zé Augusto, e com o dinheiro que ele vendeu da Pitú, ele entrou na Alvorada.

Aí você vê que as coisas eram completamente diferentes em relação ao tamanho das empresas. Porque mamãe disse assim: "o dinheiro que ele trouxe da Pitú não deu para pagar a parte de seu Lauro. Deu para metade. A outra metade foi ela quem financiou e ele entrou meio a meio, pagou ao longo do tempo. Ficou 40 e tantos anos lá, até 90 e não sei quanto, foi ele que administrou o negócio. Quer dizer, ele era sócio da Pitú.

Com 20 e poucos anos. Foi ele que decidiu! Ele não decidira era nada, quem mandava era o pai dele. "*Você vai para lá*". Que lá em casa mamãe nunca foi. Ela nunca se meteu em nada, tá entendendo? Também ela conhecia bem Zé Augusto, sabia quem era né? Era sócio(a?), mas sócio(a?) da calçada para fora, aqui nunca entrou, nunca deu um "pitaco", nunca se meteu em nada de nada.

Bom, então ele dizia que vendeu, por isso que eu digo assim que tinha muita imitação. Ele quando saiu de lá, não sei que ano, mainha ainda estava viva, ela morreu em 94, acho que em 95. Não sei em que ano Elmo saiu, 92, 93, 91, por aí. Não estava vendendo mais nada, a cachaça estava zero. Então ele foi lá, entregou a chave e disse:

"— *Olhe, eu vim entregar a chave a você porque se não vou fechar o negócio e eu não quero fechar e não sei o quê.* "

Nessa ocasião, eu era menino, de 10-12 anos de idade, comecei a frequentar lá. Ele sabe que vendia muito mais do que eu e eu fiquei... Estava lá todo dia, a Pitú era vizinha, era no outro quarteirão onde hoje é a Igreja Universal, ali era a Pitú. Pronto.

Silvio trabalhou vizinho que era na fábrica de garrafa. Depois... eu não me lembro em que ano a Pitú foi para 232, para a fábrica nova. Acho que no início de 70, não sei que ano. Porque o espaço tinha ficado pequeno. Nessa ocasião, Zé Augusto disse:

"— *Não, vocês não vão vender nada.* "

Aquele negócio bem pequeno chegava a vender mais de 6.000 grades/mês de Alvorada, nessa ocasião havia muita imitação. **Um das a gente lembrava do nome, tinha uma época que a gente tinha lá uma coleção de rótulos...**

Swanne: Os que imitavam?

José: Os que imitavam. **Porque vinham de retorno, as garrafas vazias. Muitas, uma quantidade enorme. Eu, uma vez, fui com as**

meninas no Museu de Lagoa do Carro. Lá tem umas 20 marcas ainda. De rótulo com imitação. A gente não tem mais. E a gente voltou a vender, já faz bem uns 20 anos e nunca mais apareceu uma se quer.

Swanne: Se aparecesse ficava feliz, não é? Porque ia ver que estava vendendo, não é?

José: Então, é isso aí. Você já matou a charada. Você não imita o que não vende.

Swanne: É verdade.

José: Então naquela ocasião, se lá saía 6.000, acho que saía muito mais do que o dobro de marcas de imitação. Se você pegar uma grade de 24 garrafas aí você via... **Não tinha uma grade que não viesse 3-4 garrafas com os rótulos iguais. Parecidos não, iguais. Semelhantes, extremamente semelhantes...**

Swanne: Mudava o quê? O nome?

José: **Mudava o nome, quer dizer, de Alvorada, a imitação mais – vamos dizer assim... Foi "Aivorada", trocaram o 'L' pelo 'I', Aivorada.** Eles fugiam do nome da Alvorada, (...) era **Aurora, Alvissareira, Alvoradinha, Alvorar...** Aí lá vai. E do galo, né? Um galo, dois galos, três galos, quatro galos, galo da noite, galo do dia, galo de banda... O que você imaginar, tinha. Tinha pato, aí botava que não era o galo, era o pato, mas o rótulo, era o mesmo.

Essas marcas eram todas dessas cidades onde ela vendia, eram com o endereço de Garanhuns, endereço de Arcoverde, endereço de Pesqueira, de Belo Jardim, de Arapiraca, Palmeira dos Índios, do interior de Minas. Zé Augusto nunca brigou assim, vou fechar com a empresa. Porque algumas chegaram a vender tanto quanto. **Uma de Garanhuns, chamada Alvorar.** Essa acho que vendia a mesma coisa, porque a quantidade de rótulo que vinha dela! Acho que essa hoje é a chamada Pinga Nordestina.

Swanne: Alvorar?

José: Não. Era o camarada que hoje tem a Pinga Nordestina em Garanhuns, era essa pessoa que tinha essa marca, que elas eram concentradas naquelas cidades. E você na prateleira você não distinguia. E isso também derruba a tua marca por conta da qualidade. Você trabalhava com a cachaça boa e o cara lá não sabia qual era a cachaça que eles engarrafavam, entendeu?

Swanne: E aí não teve nenhum tipo de atitude, em relação as que fizeram plágio?

José: Que eu saiba briga... **Pitú teve, muita imitação e muita briga no mercado, muita. Quer dizer, muitas marcas.**

Swanne: Porque na legislação já tinha, não é? Já condenava quem imitava marca.

José: Certamente. Mas não houve que eu saiba não. Então do jeito que você disse, pode ser até bom porque mostra que está vendendo, mas ao mesmo tempo você desgrça a marca pela qualidade do produto. Quer dizer, bom, zerou. Então foi uma marca que vendeu numa região concentrada, nem para Recife foi. Eu me lembro bem que o distribuidor de Pitú no Rio (...), queria levar Alvorada e Zé Augusto não quis porque não tinha produção.

Então, era uma coisa local. Sim, **ao mesmo tempo é fácil de explicar. Ele participava da Pitú, ele não era mais diretor, tinha vendido a participação, mas era do irmão e do pai.** Então, fica quieto. Cada um ficava numa região, o outro ficava na outra região.

Swanne: Eram concorrentes, não é?

José: Eram concorrentes, mas eu acho que a Pitú também respeitava as praças deles.

Swanne: Dividia o mercado, não é?

José: Não forçava nas praças deles, tá entendendo? Tu ficas nessa região, eu fico nessa e se equilibrava.

Swanne: A Alvorada tendia mais interior assim?

José: Interior. Interior... **Como eu disse muito concentrado no Agreste de Pernambuco. As principais cidades foram Garanhuns, Belo Jardim, Pesqueira e através dali, aquele pessoal dali já levava para outros cantos. Levaram alguma coisa para Alagoas, mas diretamente não tinha vendedor, nunca teve. Os vendedores eram pessoas que vendiam diversas marcas, feito aqui de Vitória, que basicamente nessa época havia muito mais cachaças.**

Aquela rua, a gente ainda está lá no mesmo canto, hoje é a única que existe. As outras todas fecharam, mas na época que a Pitú ainda funcionava ali, tinha umas cinco marcas de cachaça todas vizinhas. Numa esquina, bem pertinho onde foi a delegacia regional, ali era a Aliada, que era de uma família que ainda tem uns parentes dele aqui ou já morreram. Essa Aliada eu não sei se funcionou ou não e na Aliada, seu Joel era sócio, e tio Nô/Novo(?) também era sócio, seu Otávio que administrava. Depois vinha a Pitú, após a Pitú tinha a Sarinho.

Swanne: Nativa Sarinho?

José: É. Eu acho que é. Que era um aviador da guerra e não sei o quê. Que era do pai de Zé Aglailson, avô do atual prefeito, em frente à Sarinho ficava a Mocotolina, outra marca de outra família daqui. Essa era do pessoal do engenho

Arandu. Ele morava ali, vizinho de Zé Augusto, tinha um engenho, "pronto". Tinha uma menor que chama Tantão, que era quase em frente à Alvorada, e tem outras espécies aqui, pela cidade. Essa não existe nenhum, quer dizer, pode ter alguma marca dessa em outro canto, mas aqui em Vitória não.

Swanne: Aqui as que têm são Serra Grande...

José: Só tinha o depósito de Serra Grande, que era onde é hoje o Bradesco. Por trás do Bradesco tinha umas garagens ali que era o depósito da Serra Grande.

Swanne: Serra Grande é anterior a Pitú?

José: Muito anterior. Serra Grande ela tá funcionando, aqui também na rua, bem pertinho do Bradesco com o neto. Bom, não é do fundador não! O avô desse rapaz, seu Zair. (...) Era o seu Zair. É o neto dele (...). Mas passou uns 30 anos fora do mercado, ou mais.

Swanne: Quantos anos?

José: Uns 30, ou mais sem vender.

José: Pois é. Ela passou muitos anos, faz uns 8 anos 10 anos que, faz não... Faz não... Nessa época, a Serra Grande engarrafava no engenho. Aqui na cidade eles tinham um depósito, mas toda a parte de engarrafamento era lá no engenho de Serra Grande, na zona rural e o escritório de venda era em Recife, era meio complicado o negócio.

E ela vendia muito, era concorrente da Pitú no mercado de Recife, de Caruaru, era uma marca muito conhecida no Nordeste todo. Mas hoje ela tá vendendo, mas muito longe do que já vendeu. Agora essas outras marcas antigas... Bom, você já viu uma coleção de cachaça dos Simões, de Minas?

Swanne: Não.

José: É interessante você entrar. Entra no site coleção de aguardente de Simões, acho que o nome é esse, de Minas. Esse cara tem, sei lá, mais de 4.000 rótulos de cachaça. Então, ele coleciona por estado. "Cachaças de Pernambuco". Aí você vai encontrar todas essas marcas velhas de Vitória.

Alguém: E essa Bateria era cachaça de vocês também não?

José: Era de seu Lauro, seu Lauro Cabral. Quando ele se juntou ele trouxe essa marca. Mas essa marca não pegou e vendia só em vitória, vendia muito pouco. Bom, nessa coleção do Simões, você vai encontrar Alvorada.

Swanne: Ele disponibiliza online, é?

José: É. De graça. E tem pra venda.

Swanne: Ah...

José: Então, ele tem Alvorada, em garrafa que a gente nunca engarrafou. Com rótulo igualzinho, CNPJ, endereço daqui. Agora a garrafinha que ele usa nunca botou uma (?). Como é que esse cara tem isso lá em Minas? Tá entendendo? Quer dizer, ele tem por estado, da Bahia... Tudinho, do Brasil inteiro, né? Aí você vai lá e tem Aliada, Mocotolina, Siri, que era uma marca que vendia muito.

Swanne: Tem Caranguejo né? Também?

José: Caranguejo é da Bahia, mas a Siri é daqui, ela é da Aliada. Tem tudinho lá. Como é que esse cara tem? Ele copia. Pegou o rótulo de alguém e copiou. A gente sabe que ele copia porque a gente tem a Alvorada antiga, com rótulo antigo, rótulo atual e tem todas as garrafas que a gente nunca engarrafou. Umas garrafas de 500ml, garrafa branca. Mas o rótulo é nosso. Então tem muita marca de Pernambuco, não só de Vitória, do estado todo, de Caruaru, algumas que falam nesse documento. Chica Boa, Chora na Rampa. Essas antigas, todas você vai encontrar na coleção desse camarada. Quer dizer, como ele tem?

Swanne: De onde veio à ideia de usar o nome Alvorada e usar um galo também?

José: Não sei, não sei. Eu induzo, é indução minha, eu não sei. Porque Pitú tinha dado certo, e não era um bicho? Então eu vou pegar um bicho para concorrer, botar galo. O nome galo não podia botar porque teve mil coisas com o nome galo. O azeite galo, galo, galo, galo, então você não podia botar o galo. Então bota alguma coisa que botasse a figura do galo.

Swanne: Mas porque foi o galo, não sabe né?

José: Não, porque é um nome fácil, não sei. Tá entendendo? A gente tinha outra marca chamada Pinga Fogo, que a gente vende muito pouco. A Alvorada tá em um ponto de vista legal, autorizada no Ministério da Agricultura, Fazenda. Já a Pinga Fogo não, mas existe. A gente vende o quê? Só aqui na periferia de Vitória, de algumas cidades, em Pombos.

Swanne: Também é um galo, né? Pinga Fogo?

José: Também tem um galo, quer dizer, tem a mesma figura do galo, que não tem nada a ver com Pinga Fogo e tem um galo. Então, tinha que estourar o galo, cachaça do galo, então até as propagandas que se fazia era o nome galo, galo, galo. Mais fácil.

Mulher: E assim, é muito mais forte o galo do que o nome. Porque quando você fala em Alvorada

para um desconhecido: "é aquela que tem um galo no rótulo?" "é a do galo?"

José: [...] Apesar de que tinha uma aguardente que vendia muito em Recife chamada Canta Galo. De uma empresa que não existe mais que era a União de bebidas, que fazia muito refrigerante, laranjada (...) vendia muito e era de uns portugueses, tinha uma cachaça que era Canta Galo, essa era de Recife. O nome aí eu não sei. Isso é por acaso. Às vezes as coisas surgem por acaso. Agora bom o que eu acho, que o rótulo quem fez foi, foi o mesmo que fez o da Pitú.

Swanne: Henrique de Holanda?

José: Possivelmente. Porque é só você ver... usa as mesmas cores, usa o mesmo tipo de letra, mesmos cortes. Era o cara que desenhava os rótulos pra todo mundo aqui.

Swanne: Henrique de Holanda desenhava os rótulos pra todo mundo aqui, era?

José: Possivelmente.

Swanne: Possivelmente? Porque assim, na gráfica...

José: Possivelmente, porque veja. Os rótulos guardam muitas semelhanças. Se você pegar um rótulo da Aliada, ela tem vermelho, amarelo e preto, as mesmas cores que Pitú; Tem umas que fogem, podem ser um pouco diferente. Mas a maioria delas usa a mesma cor, mesmo tamanho de letra, graficamente guardam semelhanças.

Alguém: Esse Henrique de Holanda era o quê?

José: Eu não conheci a pessoa. Sei que é da família de Mano Holanda, de Diva não sei se era a mãe ele, o tio. Parente dessa família Holanda, agora a figura assim eu não sei. Zé Augusto sabia quem era.

Swanne: No livro tem falando brevemente dele.

José: Mas assim eu acredito que foi o cara que criou esses rótulos dessa maioria das cachaças de Vitória. Agora se essa Pinga Fogo era mais velha...

Swanne: Era o desenhista oficial provavelmente, né? Mas sabe dizer onde que fazia? Onde era impresso na gráfica?

José: Bom, essas gráficas eram em Recife.

Swanne: Em Recife?

José: Em Recife. A Alvorada fazia em Recife, qual a gráfica? Assim, não lembro. Hoje a gente faz aqui. Tem uma gráfica aqui, a Top Gráfica, a gente faz lá. Mas depois que Zé Augusto saiu à gente não tinha gráfica aqui e fazia lá em Recife. Fiz uma vez, faz tempo, ali (...) que é a pracinha de São José, tem a Igreja de São José, perto da MTU,

sabe onde é, que sobe o viaduto para Boa Viagem? Tinha uma gráfica ali de um irmão de um cara que eu conheci, que era deputado estadual. Uma casa, casarão antigo que era uma gráfica do irmão de Pedro Eurico.

Zé Augusto fazia lá porque o Pedro Eurico, esse camarada era primo da mulher dele. E o cara tinha muita raiva de fazer porque a gente usava um gargalo que tinha uma faca de corte diferenciada. "Essa cachaça com essa porcária desse gargalo". Em Peixinhos, numa gráfica ali, não lembro o nome do rapaz, sei que tem Avenida Kenedy, ali em Olinda, tinha uma gráfica por ali em Olinda, em Peixinhos.

Swanne: Isso tudo mais atual, né?

José: Mais atual, de 20 anos para cá. Outra ali na Estrada de Belém. Quando se vendia muito, se fazia fora, ele disse que mandou até fazer no Paraná. Porque ele fazia uma quantidade de rótulos muito maior e os custos eram muito mais baixos. Hoje a gente trabalha com papel Couché, um papel de melhor qualidade e tal. Só que o papel que se usava era papel jornal acho. Papel antigo... Quando fazia um milhão de rótulos, dois milhões de rótulos, mandava fazer no Paraná. Onde? Não sei.

Swanne: Não sabe. Mas esse aí do Paraná era quantos anos atrás?

José: Ah, era uns 40 anos atrás. Porque fazia uma quantidade muito grande e rótulos você sabe que quanto maior a quantidade, mais barato se torna o rótulo.

Swanne: Eu já descobri que já foi impresso na Gráfica Apollo, que era de Recife, nessa época.

José: Nessa época. Não sei assim. Era Zé Augusto que fazia. Mas em Vitória, não. A gente tá fazendo aqui em Vitória. Aí descobriu que fazia aqui, fazer aqui é muito mais fácil, é na mesma rua, é mais fácil ir lá e a relação é mais direta. A gente nem vai à busca de outro preço porque a quantidade é pequena e fazer aqui, fazer em outro, vai buscar, é uma confusão danada.

A tampinha era litografada, desenhada e tal, que há muitos e muitos anos que não usam. É uma questão de custo. Que dizer, essa tampinha era na renda, Renda Priore. Última vez que a mandou fazer, a quantidade mínima seria 50 caixas, 500.000 tampas e as que estavam lá.

O cara se admirou porque estavam enferrujadas de tanto tempo que tinha as tampas e as tampas ainda estavam funcionando, mas ele ainda tinha lá o Offset, uma folha lá estampada e tal. E são as três cores. E não, vou comprar as mesmas cores... da Pitú por uma questão industrial, ele ainda tinha aquele material e de lá pra cá a gente não fez mais, tá usando tampa lisa, que se compra

uma caixa, duas caixas. Não empata dinheiro, você não vai ficar com o dinheiro, comprar 500.000 tampas e passar quanto tempo pra vender isso?

Então, é um dinheiro que você vai botar dinheiro lá no canto e vai ficar lá parado porque as vendas são pequenas, não vai mofar, mas pode até enferrujar. Então não existem mais pequenas indústrias, porque existia em Recife fábrica de tampa, tinha um alemão que fazia em quantidade menores, mas isso acabou. Aqui em Vitória tinha fábrica de tampas, não existe mais.

Então você só tem que eu saiba, em Pernambuco só tem uma unidade, que é ali na Rua da Aurora, no centro do Recife, a indústria renda Priore, que separou essa indústria renda, que tá em Paulista. A gente tem ligado o cara "o pedido mínimo dele é 500.000 tampas, se não aumentaram, tá entendendo"? Pedia 250.000, 50.000... 1.000.000 de tampas. 1.000.000 de tampas são 100 caixas, uma caixa de tampa deve custar, comprando direto da fábrica, uns 350-400 reais, na época tava 40.000 reais em tampinha pra passar não sei quantos anos.

Então é melhor você comprar mais caro, intermediário, mas ela é lisa, vermelha. Se não tiver vermelha, vai qualquer coisa. Tem pessoas que vendem em Recife, tem em Gravatá, tem em Abreu e Lima, a gente vai descobrindo, mas não tá mais usando. Não e que não queiram usar, pode até voltar se as vendas melhorarem, mas com as vendas que a gente tem hoje você vai gastar um dinheiro danado.

Swanne: Verdade.

José: A gente tem guardadas as tampinhas, se quiser voltar, tampa tem guardado. Agora não sei se na fábrica ele ainda tem o molde. Não sei, acho difícil, faz muitos anos que a gente não faz.

ÁUDIO 4

Swanne: Uma coisa engraçada que tenho observado nos rótulos é que às vezes a produção é de um lugar e o engarrafador é de outro. Às vezes até de estado diferente.

José: E é? Tem?

Swanne: Tem.

José: A gente não produz, a gente engarrafa. (...) A gente não faz a cachaça, a cachaça a gente importa.

Swanne: A cachaça de vocês vem pronta de onde?

José: Normalmente da JB, como Pitú. Pitú engarrafa, a Pitú não fabrica mais a aguardente. Há muitos anos que vendeu a destilaria.

Mulher: Agora lá, faz o padrão.

José: É, tem a padronização. Pronto, essa questão exatamente. Então, o que a gente faz se chegar um cara oferecendo cachaça na porta à gente? Não compra. A gente só compra os que são credenciados. Estás entendendo? Porque você não tem controle. A gente não tem o laboratório, então você tem o credenciamento. Tem quatro ou cinco destilarias aqui que são credenciados que vendem à Pitú. Se não compra da JB, compra da Sibéria que é aqui no Cabo, que é outra que fornece a Pitú.

Porque se você compra um grande não é? Aí traz aguardente de Minas, São Paulo, mistura tudo, aí você compra um caminhão de cachaça e se essa cachaça não prestar? Você tá ferrado, vai jogar fora, entendeu? O engarrafador grande não. Ele pode comprar. Se vem um que não presta, ou ele devolve ou dilui dentro de uma quantidade muito grande e que vai embora. Mas um pequeno não, não pode se arriscar.

Primeiro que esses engenhos não existem mais, esses pequenos produtores de aguardente não existem, pelo menos não nessa região nossa, entendeu? Existem pequenos produtores na Paraíba, aí eles têm, fazem aguardente de alambique etc. Mas esses aqui na região de Pernambuco, fecharam todos. Os que têm são grandes unidades industriais, aí eles compram e a gente vai. E é uma novela para comprar porque não tem escritório em Vitória.

A JB está com o escritório em Recife, sabe onde é? Em Boa Viagem, do lado do shopping, no Cícero Dias. Então você tem que ir lá, comprar e é uma novela. O pessoal da Sibéria não. Eles vinham aqui, eles vêm muito à Pitú. Aí ligava e passava lá, negociava diretamente com os donos. Na JB a gente sabe quem são os donos, são uns caras daqui mesmo. Mas o negócio é tão grande que nunca vi nenhum deles lá. Sempre se negocia com o uma equipe de venda, entendeu? Mas os pequenos engenhos daqui da região não produzem mais.

Swanne: Mas, no caso, a Alvorada sempre foi só engarrafadora?

José: Nunca destilou.

Swanne: Nunca destilou a Pitú também?

José: Não, a Pitú teve destilaria.

Swanne: Teve destilaria.

José: Não sei se em nome da empresa (...) ou dos proprietários.

Swanne: Mas assim, isso de só engarrafar era uma coisa comum, não é?

José: Comum, começou com engarrafamento. A Pitú começou comprando cachaças de terceiros e engarrafando.

Swanne: Não, porque isso já esclarece uma dúvida que eu tinha. De quem era o rótulo? Porque às vezes tinha assim "produto de Vitória de Santo Antão" (...).

José: Aquele engenho Cacimba, você sabe onde é o engenho Cacimbas? Na estrada de Glória, onde tem hoje a Sadia, 1km, 2km em direção a Glória, ao lado direito deve ter um bueiro que era o Engenho Cacimba. Era um pequeno engenho que foi comprado em fins de 50, 60, na época ficou grande o engenho, era um dos que mais destilava para a Pitú.

Mas ele era proprietário da cachaça

Como o engenho Pitú era do seu Joel, então a aguardente de lá era boa porque toda a aguardente da Alvorada vinha da Cacimba e quem administrava a cacimba era Paluca, que administrava o engenho. Então, a Alvorada depois que Cacimba fechou, toda cachaça vinha do engenho Pitú, tudo era do engenho Pitú. Quando o engenho Pitú fechou, começou-se a comprar em outros engenhos daqui. Aí os engenhos foram fechando. Hoje você não tem alternativa, você só tem a JB que é o grande destilador da região e o Sibéria.

José: Mas, quando eu era criança, há sessenta anos nos anos 60, por aí, cinquenta anos atrás. Aí não... ela vinha de diversos engenhos, daqui dessas redondezas de Vitória.

Swanne: E como é que fazia para dar uniformidade ao produto?

José: (risos) Misturado, tudo misturado. Porque veja, tinha a prática do pessoal que trabalhava ali no manuseio, na dosagem de açúcar. Nessa época vinha aguardente muito fraca, você adicionava álcool para fazer levantar o grau que às vezes vinham tão fracas do engenho (...).

Mas hoje não, hoje é o inverso. A aguardente vem dessa destilaria com álcool, na faixa de 49°/50°, aí tem que reduzir para 40°. Hoje aqui na região é 40°, que é o grau da Pitú. Mas legalmente você pode beber até 38°. A gente trabalha com 40°, aí vem um laudo, um negócio muito organizado.

Hoje vem o laudo técnico, o grau, todos eles com as notas fiscais e até a nota do laudo técnico. Esses engenhos não tinham laudo de nada. Porque não tinha um engenho desse tamanho, não tinha estrutura para isso, tá entendendo? Porque a gente faz lá. A gente recebe a cachaça,

bota nos barris de madeira, adiciona o açúcar. Houve uma melhora.

O Ministério da Agricultura que é o órgão fiscalizador e controlador. É uma visita que a gente não gosta de receber porque já lacrou, por seis meses. Mas ao mesmo tempo, a gente sabe se não fossem eles nós não teríamos melhorado. Ele forçou a barra, aí você tem que mudar tudo, mudar os equipamentos com os quais se trabalhava.

Hoje, misturador é tudinho de inox, os equipamentos etc. etc. Esse lavava quente, esse lavava frio, isso foi tudo exigência do ministério. Exigência na parte de iluminação elétrica, tudo embutido, tudo protegido. Funcionários fardados. Entra nessa parte de funcionário, entra tudo. Eles chegam, olham se são mulheres, crianças, já vão olhando, xeretando. Pegam e multam para valer. Com a higiene, você tem que ter muito cuidado. São muitos exigentes na limpeza, no asseio. Então as exigências deles, te forçaram a mudança.

ÁUDIO 5

José: Possivelmente, esse rótulo a gente não tem em garrafa velha. Quer dizer, a Pitú também tem a coleção que não tem, vai mudando e muda e esquece de dizer “essa foi de tanto a tanto”. Não tem essa cronologia, não teve essa preocupação.

Swanne: Mas aí eu acho que foi porque o Galo tinha quatro letras também feito Pitu.

José: Pode ser, e quem sabe? Foi por acaso. Agora, se você for ver, é isso que eu digo, as cores foram usadas, tamanho de letra, pega um rótulo antigo de Pitú que é muito semelhante a esses letreiros aqui e tal. Esse aqui por exigência do ministério foi retirado isso “Produto de Classe” era propaganda. Nesse do Messias é capaz de ter como rótulo antigo. Tem diversos rótulos, nos mais velhos aparece isso.

Swanne: Esse foi da Gráfica Apollo.

José: Pronto. Esses tipos de rótulo a gente ainda fez. A gente procurou dar uma atualizada. Pronto. Esse aqui, já não tá com isso aqui, já botou aqui “aguardente de cana adoçada”. Não tem nada a ver isso com a dele. Essa tarja, ficou com as letras aqui um pouco mais gordas, deu uma limpada mais aqui nesse campo, como ele disse: “Olhe esse seu campo aqui tá muito sujo.” Aí para manter isso aqui mais limpo, foi tirando e acrescentando aqui.

(...)

O que a gente tá usando hoje é esse. Aí já tem o código de barras, esse aqui não tinha não é? Os

nomes aqui ficaram definidos (...) essa área de publicidade, ele disse: “Qual é a tua marca? Porque você tá destacando aqui esse nome J Ferrer e CIA bem grande.

Swanne: É que era o estilo a época, né?

José: A época, né? Ou é isso aqui, isso aqui e não sei o quê... Então, começou a destacar mais o nome da marca.

Swanne: É que a marca, antigamente era o rótulo todo que registrava.

José: É. Houve uma redução de tamanho né? Que era para baixar o custo. O rótulo diminuiu. Então ele passou a fazer desse tamanho... “*não, mas isso aqui tem que aproveitar mais o papel, se torna mais econômico e não sei o quê (...).*” O rótulo era grande.

Swanne: E ainda tinha as outras partezinhas?

José: Bom, veja a gente ainda trabalha com isso aqui, que é um gargalo e a fitazinha por cima. Por cima vem a tampa e ainda tem o selo. Então para a gente botar tudo isso à mão, é de lascar. Tem que ter a mão de obra. É tudo manual. Isso aqui o cara chiava. Porque tinha que ter a faca de corte, né? E essa fitinha. Essa fita teve uma modernização, a gente botou uns galinhos por aqui, por aqui... Veja que nesse gargalo atual (...). Botou dois galinhos aqui.

Swanne: Esse aí tá sendo utilizado? Porque eu ia tirar uma foto o que tá sendo utilizado.

José: – Não, você pode levar.

José: Então o que é que a gente mudou aqui? A gente tinha tirado isso, isso é... Vamos dizer, é um saco para ser colocado e é manual, garrafa por garrafa. O rótulo é relativamente rápido, o operário ele se torna prático e rapidamente coloca... É grude. Grude de Goma. (...) Aí o cara bate isso aqui e é relativamente rápido. Mas botar essa coisinha aqui em cima não é brinquedo e esse aqui também. Aí chega o Ministério da Agricultura. Uns dois anos atrás numa visita dessas, viu que a gente trabalhava muito com garrafa de cerveja, que tem aqui o nome “cerveja” escrito no vidro, impresso no vidro.

Aí ela disse:

— *Você está com a garrafa não conforme”.*

Eu disse:

— *Que negócio é esse?*

— *Não, essa garrafa você não pode usar”.*

Aí eu disse:

— *Como que não pode usar? Todo mundo usa, né? Todo mundo tem. Pitú tem, todo mundo usa.*

Aí ela arretou-se e disse:

— *Mas não pode, se eu pegar de novo vai ser multa.*

Aí eu:

— *Não. Eu tive uma ideia. E se eu pegar essa pecinha e colar em cima do nome?*

Ela disse:

— *Eu aceito.*

Quer dizer, eles não querem que apareça o nome cerveja porque diz que é propaganda enganosa que você tá botando cachaça numa garrafa que tem o nome cerveja. Foi a ideia que a gente teve na hora. Aí peguei a garrafa e comecei a cobrir com isso.

Swanne: Isso foi em que época?

José: Dois anos atrás, mais ou menos. Aí o que a Pitú fez? Comprou um monte de garrafa nova, botou no mercado para poder atender à exigência né? E quem vai comprar a Pitú, pede a ele garrafa lisa. Se não for garrafa lisa, sem o nome cerveja, a Pitú não recebe. Agora, você que não vende nada, ou quase nada, tu vai botar uma exigência dessas? Tá entendendo? Que é uma questão comercial? (...).

Swanne: Aqui tem da Bateria também é?

José: Se você não vende, você tem que tentar se adaptar. Então...

Swanne: Quebra o pequeno produtor, né? Um negócio desses.

José: Quebra. Aí a gente passou a botar isso em cima. Pronto. Olha a estratégia. A gente pegou essa fitinha e botava aqui. Não é só uma que a gente tava fazendo, cobria aqui e cobria o outro lado, na hora eu tive a ideia, ela disse: "Tá bom, tá bom...". Ficou assim. Aí uns meses atrás, ele veio dizer a mim: "Tio isso tá horroroso, uma porcaria, dessa, cobrindo aqui.

Swanne: O amarelo não combina (...).

José: Não, mas cobriu o nome. Aí eu: "Pega isso aqui." Aí essa pecinha a gente não suava aqui não, eu deixava. Aí ele disse: "Olha, essa peça a gente usava aqui." Como tem em cerveja, né? E essa outra aqui em cima. Pronto. Isso aqui foi o rótulo antigo. Aí disse assim: "Isso era só a Alvorada?" Não. Todas. Se você pegar uma Pitú muito antiga, dos anos 50-60, ela tem isso aqui, entendeu? A Pitú tinha esse gargalo, tinha esse aqui. Aí primeiro a Pitú cortou esse, depois tirou

esse, aqui só ficava o selo da fazenda. Esse aqui é uma garrafa antiga que tinha essa composição.

Aí a gente pegou essa peça e botou pra aqui. Isso aqui é agora de um mês atrás, passou porque tava botando isso aqui esse quadrado tava horroroso. Então é o seguinte, se a gente pegar uma garrafa sem esse nome "cerveja", aí ela vai só com o rótulo, que é muito mais prático.

Swanne: Vocês estão em fase de adaptação, né?

José: É. Por enquanto a gente não tem exigência. Você vai entregar, o camarada já compra. Você vai com uma exigência dessas, você não vende. O grande vende, mas o pequeno não vende. Essa é outra. Pinga Fogo. Ela tá com o rótulo, basicamente igual ao antigo. Só o rótulo novo, recém-feito, a impressão tá muito melhor.

Omitido (...).

José: Não, mas ela tá na coleção do cara lá em Minas. Ela tá lá, inclusive com garrafa que a gente nunca nem viu, que são umas garrafinhas brancas de 500ml (...).

Swanne: Posso descrever como produto de família, não comercializado.

José: Não comercializado. Bom, então é esse aqui. Esse aqui é o litro, ele manteve o rótulo, a mesma entrada de rótulo e a exigência passou para mercado. Agora isso tudo ela dizendo. Tudo se paga, não é? É anual. Você paga uma taxa para ter. Bom, então foi feito esse rótulo aí tem que ter aqui lote e não sei o quê... Pronto, aqui a gente não pode trabalhar com rótulo com o nome Pitú, se tivesse "51" também não. A gente compra muito a garrafa vazia, na porta, litro vazio.

Aí vem com Pitú, a gente compra? Compra. Aí separa e leva pra Pitú. Para comprar Pitú ou pagar a conta, que ele recebe em litro vazio a pouco dinheiro. Então a gente manda para lá e não tem problema. Agora, a gente não pode engarrafar em litros de terceiros, né? Aí a gente engarrafa. É o caso desse. Esse aqui tem muito no mercado, mas garrafa personalizada não tão valendo nada, virou lixo. Isso aqui hoje não tem valor nenhum, ninguém quer. Ninguém quer. Chega o dia todinho gente oferecendo na porta:

— *Quer comprar?*

— *Não.*

— *Quer comprar?*

— *Não.*

Você vai comprar para quê? Se não tem uso, né? Tá entendendo? Então sai na rua, como lixo. Hoje mesmo, um sobrinho meu, Arthur, levou quase

duas grades de garrafa, encontrou na calçada, novinhas, novinhas. Dessas cervejas caras. Sei lá... Estela e não sei o quê. Bom, garrafas novas, novas, novas, novas, sem um arranhão. Novinha.

O cara compra em caixa, bebe e joga na rua porque nem os catadores tão pegando porque eles não conseguem vender. Os ferros-velhos não estão comprando, não é? Não tão comprando. Quando não tinha essa exigência, compravam. Aí você não vai comprar uma coisa que você não pode engarrafar.

Agora chega, você recebe. Mas para a gente comprar não. Compra lisa. Muito barato, mas compra. Mas essa aqui acabou o mercado de garrafa porque Pitú não tá engarrafando. Então quem diabos vai querer mais garrafa de cerveja? Criou-se uma restrição tremenda no mercado. Pronto, esse aqui é o rótulo que a gente tá. Agora veja como ela tá limpa. Para chegar nesse padrão de cachaça foi muito difícil, muito, muito difícil. Agora você para vender é uma estratégia danada.

Você vende um produto que a gente sabe que é basicamente o mesmo do outro, compra-se na mesma destilaria, compra-se mais caro porque você compra muito menos em uma quantidade muito pequena em relação ao grande engarrafador, mas você só vende. Vende ele na metade do preço.

Pronto, esse aqui é um rótulo de uns 60 anos. Eu não me lembro desse rótulo, vou dizer que eu era um menino de 10-12 anos. Isso aqui, quando alguém pedia, era uma coisa tão... até hoje não existe. Olha o tipo de papel da época, o corte.

Swanne: Também preto vermelho e amarelo. O preto, vermelho e amarelo era por conta...

José: Não sei. Muitas marcas tinham isso aqui. Isso era o engenho, né? O bueiro, as rodas d'água e não sei o quê. Muitas cachaças daqui tinham desenhos do engenho. A Aliada, basicamente, é o mapa de vitória com o nome de alguns engenhos e o nome Aliada. Você sabe? Talvez?

Swanne: É por conta da união e...

José: Não, não. É por conta da guerra. Porque eram os aliados. Tinha os Estados Unidos e os aliados contra os alemães e os nazistas. Por isso o nome Aliada. Bom, isso aqui é outro produto muito antigo, que a gente não engarrafa há anos. Encontrei lá ainda e Jurubeba. Sei nem como era o nome antigo.

Só uma curiosidade para você. Isso aqui era uma gráfica, não sei se é a Apollo, lá no Cais do porto. Vendia isso aqui a granel, qualquer rótulo de Jurubeba, rótulo de Jenipapo. Não tem nome, não tem endereço, não tem nada. Você chegava aqui e botava um carimbo.

Swanne: É rótulo de estoque que chama.

José: Chama de?

Swanne: Rótulo de estoque.

José: Rótulo de estoque é? Pronto. Você comprava um rótulo desses, não sei se tem de cachaça.

Swanne: Tem.

José: Tem? Nunca vi. Aí compra e chegava aqui e botava o carimbo. Aí no carimbo tinha o nome da empresa, o endereço e tal.

Swanne: E às vezes vinha diferente desse ou era sempre esse modelinho aí?

José: Eu acho que era sempre esse, não sei. Isso aqui é, não sei. Tem demais disso aqui, tem muito mais de 20 anos que isso aqui não se produz mais.

Swanne: Mas, a intenção de pegar um prontinho assim era o quê? A facilidade? Era mais barato?

José: Mais barato porque isso era uma coisa que vendia muito pouco. Para você mandar fazer o rótulo, desenhar o rótulo, criar o rótulo se paga, não é? E mandar fazer um corte? Aí o cara vendia avulso. A granel manda comprar.

Não sei aonde ia comprar esses rótulos, chegava até não carimbado aqui e pronto. Agora cachaça não, a gente nunca usou, não é? Essa aqui, a Bateria, é uma marca muito antiga que não é comercial.

Swanne: Esse tipo de letra também se usava muito.

José: Não é? Não se engarrafa mais dessa aqui. Nem na coleção do cara de Minas tem.

Swanne: Essa é preciosa eu vou tirar uma foto dessas.

José: Não, se quiser levar.

Swanne: Não, o rótulo antigo eu vou levar?

José: Mas tem, tem. Tem uns já comidos pelas traças. Eventualmente, sabe quem leva isso? O cara do museu da cachaça, como é o nome? Na rua do ouro, Lagoa do Carro. Ele quer diferença. Quer cobrar dizendo que tem 50 anos e não tem.

Swanne: Essa aqui tem quantos anos? Mais de 60?

José: Mais de 60, muito antiga.

Swanne: Vou pegar um.

José: Essa é muito antiga, mas essa não é comercial, não vende nada. Essa Pinga Fogo já vende uma besteira, uma besteira.

Swanne: Essas aqui vocês estão usando? Esse tipo de rótulo? Não, né? Só o da Pinga Fogo, não é?

José: Sim, muito pouco. Uns três clientes lá em Pombos que compram, não é? – Quer levar um desses?

Swanne: Quero! Tá aparecendo, eu vou pegando.

José: Isso não é, eu tive uma ideia. Isso não é engarrafado.

Swanne: Isso aqui foi de antigamente também né?

AUDIO 6

José: Mas continua o mesmo nome, essa aqui é Zé Augusto Ferrer e CIA, companhia era mamãe. Hoje tá Zé Luís e eu, mas mantivemos a mesma firma. Essa empresa era desde 54, ela é sucessora dessa aqui, Zé Ferrer e CIA.

Swanne: Zé Ferrer e CIA ela é sucessora da José Ferrer e CIA. E no texto de Solange tem dizendo o quê?

José: Que o galo surgia com a empresa J. Ferrer.

Swanne: Em 40 foi qual?

José: Era essa, José Ferrer.

Swanne: Ah, certo. Era J, mas é José.

José: Não, era José porque ele era conhecido por Zé Ferrer.

Swanne: E ela botou só J?

José: Ela botou J.A. JA só surgiu em 54 – depois que o pai dele morreu, entendesse?

Swanne: Entendi. Que era com Augusto.

José: Com Zé Augusto. Zé Augusto passou a administrar essa empresa em 51, mas não alterou a razão social. Só em 54, ele queria mudar a razão social porque aqui tem o contrato, até hoje é o que tá vigorando.

Tem... Sei lá... Como é que chama? Tem um nomezinho, mudança de contrato social é? Ele está no 6º não é? Já não tem mais mamãe. Mamãe saiu, se aposentou.

Zé Augusto também saiu da empresa e se aposentou. Então tem o nome de Zé Luís e o meu. Porém a empresa é a mesma. Uma emenda, sei lá. Como é que chama? O contrato social quando muda... Não é versão, tem um nome legal. Bom, então é isso que eu digo, nesse documento.

Swanne: Ela deve ter visto pelo rótulo, não é?

José: Pelo rótulo. Aí você leva um desses até para provar. Isso é tudo rótulo antigo, a empresa não era essa, essa empresa só surgiu em 54 porque o "A" é de Zé Augusto. JA. Ele tirou José Ferrer e botou JA Ferrer, só em 54.

Swanne: Só pra eu entender, a estrutura familiar começou com José Ferrer.

José: José Ferrer e Severino Ferrer, que era o irmão dele mais velho. E eles ainda têm isso lá, né? No estoque, né? Da Alvorada ele nunca participou não. Na Alvorada quem participou foi José Ferrer e Lauro Cabral.

Swanne: Mas Lauro Cabral era o quê?

José: Sócio, era o dono do engenho Bateria. Então aqui você tem razão do nome dessa marca, esse aqui é o nome de um engenho. Bateria é o nome de um engenho. Esse engenho, existe o local, mas ele está debaixo da barragem do Tapacurá. Nas margens do Tapacurá, com a criação da barragem, caiu debaixo do lago da barragem Tapacurá, o engenho Bateria. (...)

Swanne: Certo.

José: Que era aposentado ficou muitos anos na Alvorada, trabalhou. Ele vendeu a empresa acho que em 51, ele saiu e vendeu a Zé Augusto a participação dele, mas continuou gerenciando até eu acho que os anos 60 ou mais. Eu era menino e quem trabalhava lá era ele.

Swanne: Lauro?

José: Seu Lauro, que Zé Augusto foi prefeito e tinha outras atividades e etc. E seu Lauro era quem gerenciava, mas não como proprietário, ele era gerente. Depois ele saiu e foi trabalhar na Pitú. Já aposentado. Ele trabalhou muitos anos na Pitú. Não era Nazaré? Está lembrada de seu Lauro na Pitú?

Ele era quem recebia a cachaça, não é? Era o controlador da qualidade da cachaça. O trabalho dele era esse, controlar a qualidade. Ele era dono de engenho. Pronto. Esse era produtor de cachaça, não é? Era dono de engenho.

Alguém: Então a Alvorada começou com seu pai e seu Lauro, não é isso?

Swanne: Certo. Aí depois entrou Zé Augusto.

Alguém: Com a morte de José Ferrer, foi Zé Augusto.

Swanne: Seu filho, não é?

José: Não, meu sobrinho. Meu sobrinho mais velho.

Swanne: José Augusto é filho de quem?

José: De Severino Ferrer, que era um dos fundadores.

Swanne: Vê que nozinho danado.

José: Severino era de 1900 e meu pai de 1908.

Alguém: Seu pai participou da Pitú, não é isso?

José: Eles se separaram e cada um ficou com uma empresa. Ele morreu muito jovem, com 42 anos e com 10 filhos. Aí o sócio não quis ficar, pegar... Enfrentar uma bronca dessas, não é? Aí ele saiu. Então a solução que se encontrou na família, na época, foi essa.

Foi Zé Augusto que foi pra lá, ele já era sócio da Pitú e aí foi quando ele propagou. Ele saiu e entrou Paulo no lugar dele e ficou lá administrando esse negócio por aqui e vendeu muito. Depois, quando ele saiu, não vendia não.

Swanne: Ele levou as vendas também, foi?

José: Não, as vendas já tinham se acabado.

Swanne: Tinha acabado o pipoco, não é?

José: Tinha, tinha, fazia muitos anos. Chegou a zero. Essas coisas são assim, comércio e é um negócio danado, você vende e de repente (...?). Só faltou à fitinha aqui também, mas essa fita a gente não vai mais usar, tá entendendo, a gente já botou aqui numa garrafa de cerveja, que não pode. Essa aqui tá coberta e lá a gente (...?).

Swanne: Eu posso passar Photoshop nela também, qualquer coisa.

José: Pois, é. Bom, esses aqui são rótulos de agora. Esse a gente faz numa quantidade pequena, já esses aqui a gente faz mais. Esse aqui a gente fez 200.000 peças dessas, né? Porque a gente sabe que vai vender.

(...)

Então são essas coisas que eu digo, você tem que jogar com as estratégias, mas esse do ministério, não sei se você já tá sabendo, tem rótulos plásticos agora, já viu? Tem duas empresas que eu já vi com rótulos plásticos e é uma forma de resolver esse problema. Um é um produto popular que vende muito, que não é vinho. É um alcóolico, mas que vende e é barato.

Então eles fizeram um *encamisamento* disso aqui, plástico, que vai daqui até aqui, tem o rótulo, não é? E cobre. Mas é uma brincadeira dessa, ele vai custar uns 3-4 reais por grade daquela pecinha plástica, então é custo. Pronto, aí o ministério é assim, entendeu? E possivelmente, aquilo quando retorna para fábrica, ele lava e aquilo não se estraga ele deve reutilizar, não é? Reutiliza.

Agora para gente é um trambolho porque as companhias de cerveja não querem aquela garrafa, ela só recebe se você arrancar o danado do plástico, que ele não é colado não, ele ajusta acho que à quente e fica fixo.

Swanne: Moldado, não é?

José: Moldado. E tem uma aguardente, que é uma aguardente de Bezerros, que essa é uma aguardente que vende dessas pequenas marcas, talvez seja uma das que mais está vendendo no mercado. É a caninha do interior, não é? Não tem bicho não, o desenho dela é o engenho.

Swanne: Mas essa é de agora, não é?

José: Essa deve ter uns 20 anos no mercado, ou mais.

Swanne: É recente, não é?

José: Então, essa também já tá com esse rótulo plástico. Essa é a cachaça que está prejudicando a gente, porque vende mais barato que a nossa. Não é brincadeira. A gente vende uma Alvorada dessa a 34-35 reais a grade, que é de graça, muito barato. E Pitú, uma grade de Pitú está na faixa de 70 reais. Aí o cara vende a 28. Atrapalha tá entendendo?

Nem ele ganha, nem você consegue competir. Ele bota pra baixo. A própria Serra Grande também está com preço baixo, vende mais barato que a nossa. Mas aí, esse daí a gente já viu ele trabalhando com esse rótulo plástico, é a saída. Porque se o ministério pegar está coberto.

(...)

E marca aqui em Pernambuco, acho que tem alguns vendendo, quer dizer, às vezes vende mais do que Pitú e 51. Essa 51 vendem muito pouco aqui nessa região. A nível de Brasil vende muito, mas aqui em Pernambuco não. É essa de Bezerros, Cantinho do Interior, tem a Serra Grande que roda por aqui, tem essa nossa.

(...)

Aí tinha Ranchera, essa Ranchera é uma cachaça muito antiga de Limoeiro, mas não tem bicho, tem engenho. Agora tá dizendo que é em Moreno. Eu fico olhando quais são as que vêm. Essa tava sumida no mercado e agora tá aparecendo, Ranchera. Tem uma de Primavera chamada de Caiana, que também não tem bicho. E Do Ouro.

Essa Do Ouro vende muito porque essa Do Ouro, ela tinha até saída no mercado que ela é ligada aquela cerveja Schincariol, quem vende são os caminhões da Schin. Então, não é da Schin, mas os distribuidores da região acham que aqui engarrafa. É uma máquina de venda muito grande, aí vende pela força da distribuição, né? Essas três marcas. Mas aqui nessa região...

Swanne: E aquela Sanhaçu, também né daqui, né?

José: Sanhaçu é uma cachaça muito nova, e daqui pertinho de Gravatá, em Chã Grande. Agora, Sanhaçu é outro tipo de aguardente, Sanhaçu é uma aguardente muito cara, feita de alambique, com produção muito pequena e o preço muito

alto. Deve ser uns 30-40 reais uma garrafa, o preço de uma grade, né? Agora você tem aguardente de Pernambuco assim cara no sertão, né? Na Região de Santa Cruz da Baixa Verde.

APÊNDICE H – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA VALDIR RAMOS ALVES

Valdir Ramos Alves: Filho do fundador da Aguardente Aratanha: depoimento [21 mar. 2018].

Swanne: Vamos começar, me diga seu nome.

Valdir: Valdir Ramos Alves.

Swanne: Qual a sua relação com a Aratanha?

Valdir: Minha relação com a Aratanha. Eu assumi a empresa depois que o meu pai tinha falecido, se não me engano foi em 1986, não, foi depois que eu me aposentei, eu me aposentei em 96. Foi em 96.

Swanne: Então no caso, o seu pai era o fundador da Aratanha?

Valdir: Fundador da Aratanha, meu pai. Eu assumi a empresa em 96 passei até 92 lá na empresa e depois me afastei. 1997 a 2002. Depois me afastei da empresa porque eu sou funcionário público. Me aposentei, tomei conta da empresa, mas não deu certo por questões de família, isso é uma história longa. (...) Foi uma sucessão familiar onde eu tinha dez irmãos, ninguém quis assumir, eu assumi, me aposentei e assumi. Eu sou de formação engenheiro agrônomo, tenho licenciatura em ciências agrárias e atualmente sou instrutor do SENAR. Atualmente também sou consultor técnico da aguardente Serra Grande, da aguardente Alvorada, essas duas em Vitória de Santo Antão. Sou consultor da aguardente de São Pedro em Passira e estou para assinar um contrato de consultoria com a Vodka Sloff em Vitória também. Serra Grande, Passira e, é isso aí. Então não me afastei do ramo de aguardentes, a instrutoria no Senar se dá com cana-de-açúcar e derivados de cana. Aguardente, rapadura, fora as outras áreas que eu também sou instrutor, administração rural, cooperativismo, associativismo, negócio certo rural, empreendedor rural. Sou consultor de tudo dessa área, então minha formação é essa (...).

Swanne: Onde o senhor nasceu?

Valdir: Eu nasci em Primavera, me criei em Primavera, tenho raízes em Primavera, família em Primavera e tenho casa em Primavera. Moro atualmente em Paulista. A família da minha esposa, moramos todos juntos e sempre que posso vou a Primavera.

Swanne: Então, no caso, sua família é toda de Primavera?

Valdir: Toda de Primavera.

Swanne: Qual a história da empresa? Quando foi que foi fundada? Como foi que começou?

Valdir: A história da empresa foi fundada, se não me engano, em torno de 1940, paralelamente ou na mesma época que a Pitú.

Swanne: Sabe dizer qual foi a que veio primeiro?

Valdir: Não, eu não sei, eu sei que quando papai fundou a empresa colocou o nome de Aratanha. Aratanha é um crustáceo que vive no rio. A mesma coisa que era o pitu, botou o pitu e botou aratanha. Então a Pitú achou por bem, querer, não era processar, reclamou de papai porque ele colocou aratanha e era semelhante à Pitú. Papai argumentou. Realmente, a aratanha é um crustáceo menor e no rótulo ela está agarrada a uma garrafa. E pitu é um nome bem diferente, é um crustáceo maior e ele está deitado. Então não tem semelhança nenhuma. Então eles desistiram e ficou por isso mesmo, certo? Aí veio toda sucessão familiar, papai criou os filhos, era comerciante, fabricava aguardente, vinagre, vinho de jurubeba, vinho de jenipapo, isso tudo papai fazia e criou a família assim.

Swanne: Era um negócio da família?

Valdir: Era um negócio familiar. Hoje, acho que você vai perguntar por hoje, como ela vai hoje não é? Hoje a aratanha só existe em nome. Quando me afastei da empresa houve um processo trabalhista por causa disso, de papai com os empregados e eu assumi a empresa, criei a empresa para mim, mas a justiça do trabalho disse que eu era sucessor, então mandou eu pagar a despesa. O patrimônio da empresa correspondia a metade da dívida trabalhista. Então entreguei para os empregados toda a fábrica e toda a marca. Eles não tinham um líder, não tinham quem tomasse conta e até hoje ficou vagando. Alguém de Vitória pegou a marca e não está explorando ela, mas foi no INPI e registrou a marca.

Swanne: Ela está registrada no INPI.

Valdir: É, no nome dessa pessoa que eu não me lembro quem é, nem procurei saber para não ficar com muitas raízes também.

Swanne: Certo. O senhor sabe dizer de onde veio a ideia de usar esse crustáceo?

Valdir: Porque Primavera fica banhada pelo Rio Ipojuca e se pescava muito no rio. A gente pegava muito crustáceos. Inclusive comi muita aratanha. Comi e bebi. E a ideia foi essa. Ele pegou o crustáceo e botou. Tinha outros crustáceos lá que poderiam ter sido colocados. Ele escolheu

aratanha, que é um nome mais fácil do povo gravar. Tinha curuca que é outro tipo de crustáceo. Tinha esses três mais conhecidos: pitu, aratanha e essa curuca.

Swanne: A Pitú já estava sendo usada?

Valdir: Já, já estava sendo usada. É mais fácil ainda de gravar. É um nomezinho menor e é mais fácil. A Aratanha teve o mercado forte foi na Zona da mata sul, em Pernambuco. Compreendia a região de Barreiros, Catende, Rio Formoso, Tamandaré. Pegava toda a mata sul, descia para Catende, Palmares, Camaragibe. Esse era o mercado da Aratanha, bem forte. Também Alagoas e para a Paraíba. Acabou o negócio, hoje não existe mais.

Swanne: O senhor sabe dizer quem desenhou o rótulo?

Valdir: Não.

Swanne: Não tem ideia?

Valdir: Deve ter sido algum curioso lá em Primavera. Porque nessa época você não mandava rótulo para o designer desenhar. Não tinha quem fizesse isso, essa profissão não é recente, mas é mais conhecida mais recentemente. "Swanne é formada em design". Antigamente não tinha isso. Ou era engenheiro ou era arquiteta. Design ficou conhecido depois, não é? Segundo Ariano Suassuna, antigamente só tinha três profissões: médico, engenheiro ou advogado. Quem sabia abrir uma lagartixa era médico, quem sabia fazer conta de somar ia fazer engenharia e quem não dava para nada era advogado. Isso ele disse em uma conferência na OAB do Rio.

Swanne: Então, o senhor não sabe quem fez o desenho, mas sabe dizer onde se imprimia os rótulos?

Valdir: Os rótulos? Gráficas normais. Às vezes em gráfica legalizada e às vezes clandestina. Antigamente não existia. Ninguém olhava muito para isso. Naquele município pequeno tinha uma graficazinha. Tinha uma coisa para fazer um calendário, imprimir um negócio... À medida que foi aumentando a produção, eles foram imprimindo em gráfica legalizada. A própria gráfica fazia o design do rótulo.

Swanne: É que tem alguns rótulos que tem a marca da gráfica embaixo, mas no caso da aratanha eles não colocaram.

Valdir: Não. Isso nem recente. Eu não tenho o rótulo recente da Aratanha. Inclusive eu tenho o rótulo dela, um com o meu nome e tem um da outra firma que escolheu agora, só procurando lá na região tem alguém que tem. Eu não guardei e nem quis guardar, questão útil.

Swanne: O senhor sabe dizer se esse é o primeiro ou um dos primeiros?

Valdir: É o primeiro modelo, uns dos primeiros.

Swanne: Vicente Alves é o seu pai?

Valdir: É o meu pai. Aqui tem aqueles dizeres todos: mercado, ministério da agricultura, tal, tal e tal. Se você pegar o rótulo... é nessa parte aqui, esse é um dos primeiros mesmo.

Swanne: Esse aqui que achei, tem até esse registro de 48.

Valdir: É, registro de 48, está vendo? Eu só tinha cinco anos de idade.

ÁUDIO 3

Swanne: O senhor sabe dizer ou já ouviu a história do porquê de tantos bichos serem usados nessa época? Porque tem muito rótulo de bicho. A Alvorada mesmo é um galo, a Pitú é um camarão, tinha a Mocó também, Paca e várias outras da região. Todas usavam bichos.

Valdir: Tudo bicho. Às vezes é porque na própria região tem muito daquele bicho sabe? E às vezes também bebiam muita aguardente sem marca, sem nada. Aí "*bota o nome mocó*", o camarada diz: "*bota o nome tal*". Aí o camarada sentava e colocava. Tradição assim mesmo. Porque são todos bichos nativos. Não têm nenhum de fora, você não vê um com anta, talvez tenha...

Swanne: Tem uma anta, eu já vi.

Valdir: Eu tenho um livro em casa, que é bem antigo mesmo. Ele tem mais de 200 marcas de aguardente. Eu vou fotografar a página que tem e vou mandar para você.

Swanne: Mande mesmo.

Valdir: É um livro bem velho. (...) De fabricação de aguardente antiga.

Swanne: Pernambuco é um dos estados que mais tem bichos em rótulos de cachaça. Eu estudo uma coleção que tem rótulos de todo o Brasil dessa época. Tem bichos também em outros estados. Em São Paulo tem a Tatuzinho, conhece a Tatuzinho?

Valdir: Conheço.

Swanne: Também é da mesma época.

Valdir: É, zebra, não sei se tem zebra.

Swanne: Tem um gatinho não é?

Valdir: É, zebra. Tem uma Genebra gato, é um tipo de aguardente com essência. Já ouviu falar?

Swanne: Sim. E tem também aquela de zimbro não é? Que tem um gato em cima de um barril.

Valdir: Essa genebra geralmente é identificada por um gato. E tem a genebra gato que papai também fazia. Genebra Gato, é outra espécie de aguardente. Uma aguardente pode ser de alambique ou de coluna, sistema de destilação. A Pitú é uma aguardente com um sistema de destilação de coluna para alta produção. Você passa pela usina, você vê aquelas colunas que parece uns (...). Aquilo são destiladores para álcool e para aguardente. Para álcool ele utiliza uma determinada temperatura e para aguardente ele baixa mais no sistema de evaporação do caldo. Ele reduz a sacarose para poder extrair o álcool, o açúcar da aguardente entra em processo de permutação, o açúcar entra no (...) e vai transformando em álcool, e aí você transforma ele. Dependendo da temperatura que sai do destilador, ele sai aguardente ou álcool, você tem que adaptar.

Swanne: No caso da Aratanha, a família engarrafava, o negócio era engarrafar ou também tinha produção da aguardente?

Valdir: Tinha produção não, a gente comprava a aguardente e engarrafava, era engarrafamento e participava a família quase toda. Meu irmão que trabalhava na fábrica, ainda tinha um (...) que estava aposentado, os outros irmãos vendiam aguardente pelo interior. O processo de fabricação mesmo a gente não fabricava, a gente fazia outro tipo de bebida utilizando a aguardente como matéria-prima, mas esta já vinha do engenho.

Swanne: Até a Pitú mesmo fabricava no início, depois não fabricava mais.

Valdir: Porque eles viram que não era vantagem, aí entrou uma nova administração naquele tempo, foi quando recuperaram a Pitú, porque a Pitú também estava no processo de falência, estava bem ruim das pernas feito a gente diz, aí colocaram outra administração. Hoje a administração dela é pela família Lima, ela segue a norma de administração dela mesma, não é mais familiar, tradicional, a Pitú. Elas estão tendendo todas para isso.

Swanne: Verdade, o senhor sabe dizer se tiveram imitações de rótulos da Aratanha?

Valdir: Não, a Pitú teve, imitação de rótulo não, Pitú teve imitação do produto, os caras mandavam fazer. Porque é a maior marca, não adiantava imitar Aratanha porque o mercado era bem restrito, mas Pitú os caras compravam aguardente clandestina. Faziam um processo dentro de casa e conseguiam falsificar o rótulo ou em gráfica ou tirando o rótulo mesmo da

garrafa. Eles colocavam o rótulo e iam reutilizando.

Swanne: Eu já encontrei um rótulo que o nome era Bitú.

Valdir: Bitú era o apelido de um camarada que vivia lá em Primavera.

Swanne: E era um inseto vermelho também no desenho, aí na mesma posição o letreirinho.

Valdir: Eu não sei se tem aguardente andorinha, viu alguma?

Swanne: Andorinha não tenho certeza. Tem figura de andorinha, mas não sei se com o nome "andorinha".

Valdir: Aí tem que ver isso. Aqueles pássaros mais conhecidos antigamente eram andorinha, bem-te-vi, canário.

Swanne: Sim, tem muito bem-te-vi, beija-flor também, o curió.

Valdir: Tinha o engenho Beija-flor que fabricava aguardente para papai, mas ele não vendia aguardente engarrafada, mandava a matéria-prima para a fábrica Aratanha, a fábrica fazia o processo e colocava no mercado. A aguardente quando sai do engenho, ela vem forte, aí você tem que desdobrar ela, adicionar uma certa quantidade de água para ela chegar à graduação. Porque tomar uma aguardente pura você não aguenta, ela vai até a 54°, você tem que baixar para 40°.

Swanne: Se eu fosse tentar descobrir qual foi o ano da aratanha, o senhor tem alguma dica? de como faria, registro?

Valdir: Foi na década de 40.

Swanne: Década de 40 não é? É porque eu até olhei no INPI, mas realmente, o registro é recente, o que tem lá.

Valdir: Desde 48, o que tem ali. É porque naquela época ninguém registrava no INPI.

Swanne: Era não, tinha junta comercial, outras coisas.

Valdir: Porque muitas vezes até determinada época vendia sem selo, depois que começaram a colocar o selo, entendeu?

Swanne: Deu oportunidade ao negócio não é?

Valdir: Foi, aí começou a legalizar, a ser mais rígido, como hoje a legislação de aguardente é bem rígida, porque é bebida alcoólica.

Swanne: Veja só, para finalizar, o senhor teria alguma indicação de alguém dessa época que

também tem relação com alguma cachaça, algum descendente que usavam bichos?

Valdir: Tenho não, se eu me lembro já morreu. Tem eu, tem a Alvorada. Eu sou responsável técnico pela Alvorada, sou eu que assino a documentação de lá perante o Ministério da agricultura.

Swanne: Da Alvorada eu achei os rótulos semelhantes ainda, imitando assim o letreiro, com um galinho também.

Valdir: É, o galinho. Mas eu não tenho não, porque eu já estou mais para lá do que para cá.

ÁUDIO 4

Swanne: O senhor sabe dizer porque as cores eram vermelho, preto e amarelo?

Valdir: Não sei.

Swanne: O senhor não sabe dizer porque as cores eram o preto, vermelho e amarelo, mas...

Valdir: Mas porque grande parte da família era do santa cruz. Se papai colocasse o rótulo preto, vermelho e branco muita gente ia criticar, aí o que foi que ele fez, ele colocou preto e vermelho que satisfazia a turma do sport e colocou o amarelo que satisfazia mais o menos a turma do santa cruz e náutico, também ele não colocou vermelho e branco porque ia ser náutico

Swanne: O sport usa o amarelinho também não é? o leão né?

Valdir: Só para juntar. Mas a cor oficial do clube é preto e vermelho, o Santa Cruz também. Quero crer que foi por causa disso. Porque eu tenho um irmão que fazia uns desenhinhos, tinha uma letra muito bonita, ele era Santa Cruz doente. Foi ele que conseguiu colocar essas cores, saiu colocando.

Swanne: Porque tem muitos também que são preto e vermelho.

Valdir: Tem, mas nós não colocamos não.

Swanne: Não, mas eu estou dizendo assim, muitos rótulos de cachaça utilizavam preto, vermelho e amarelo também. O preto e o vermelho especialmente. Esse fundo preto, o bichinho em vermelho...

Valdir: Não tem aquele programa da Globo, o Globo Esporte? Que toda terça-feira ele vai a um bairro? Já viu?

Swanne: Já.

Valdir: Pronto. Ontem eles estavam em Primavera. Agora não falaram em cachaça.

Swanne: Eu nunca fui a Primavera. Vale a pena a visita?

Valdir: Vale. E como. Você vai ver a Cachoeira do Urubu.

Swanne: Não sabia que tinha cachoeira lá.

Valdir: Tem. A coisa mais linda do mundo. Se você conhecer vai comer crustáceo lá no pé da cachoeira.

APÊNDICE I – TRANSCRIÇÃO ENTREVISTA PEDRO FERRER

Pedro Ferrer: Filho de um dos fundadores da Pitú e autor do livro *República da Cachaça: depoimento* [20 abr. 2018].

Swanne: Eu tenho um roteirinho de perguntas aqui para fazer em relação a minha pesquisa, mas já que o entrevistado é o autor do livro, eu queria saber um pouquinho sobre o livro, eu dei uma lida, mas queria saber como foi feito o levantamento dos documentos? Vi que tinha coisas de periódicos, onde foi dado esse acesso?

Pedro: Em vários locais, mas dois se destacam. O primeiro, o acervo Jordão Emerenciano do Estado que fica em Recife na Rua Imperador Pedro Segundo. Eu pesquisei todos os jornais de Vitória do Santo Antão. Em um capítulo do livro eu digo “Na imprensa vitorienne” porque eu não quis correr o risco de ter uma cachaça citada no jornal de Cabrobó, de Garanhuns, aí haveria um furo na pesquisa, ou então eu deveria limitar o meu projeto e não ter essa pretensão de querer abranger todo o estado de Pernambuco.

Eu me restringi à imprensa de Vitória de Santo Antão e existem mais de cem jornais diferentes. Não estou falando de exemplares, digo de títulos, no Jordão Emerenciano, jornal daqui da Vitória, e todos eles eu fotografei. Tem todos eles hoje aqui no arquivo do instituto e aqui no arquivo também tenho cópias desses arquivos, posso lhe dar cópias, mas na maioria deles não tem nada sobre cachaça.

O segundo foi o próprio Instituto Histórico que tem jornais que remontam ao século 19, 1800 e alguma coisa, 1870. E eu cito já, alguns sem marca registrada, sem marca comercial. Eu já cito venda de cachaça em Vitória, era através dessa figura que você tem aqui na contracapa, que era a “canada”, parece-me que era o nome dela. Isso era a medida com que vendia a cachaça. O cara dizia: “eu quero tantas “canadas”, tenho a impressão que é “canada” mesmo. Mas isso tem um nome próprio, isso foi de um cliente da Pitú que já tem alguns e fotografou e colocou aqui como a capa.

Swanne: Isso era utilizado para medir as cachaças?

Pedro: Sim, para medidas, e se não me engano tem seis litros, cinco litros e alguma fração, isso remonta ao tempo colonial, esse tipo daí. Parece que é canada o nome disso, mas no livro tem. Então veja, as duas fontes principais foram essas.

Além delas, eu fiz algumas buscas no Jornal do Comércio e no Diário de Pernambuco, mas foram também no Joaquim Nabuco, mas foram duas buscas mais superficiais. Hoje você se dá ao luxo de colocar o nome Pitú, por exemplo, aí o jornal, você coloca um período de 1940–1950 e coloca o nome Pitú, tudo que tiver Pitú, seja o que for, até o apelido de alguém vai aparecer.

Swanne: Aí isso foi na fundação Joaquim Nabuco?

Pedro: Sim, mas isso aí na época não existia ainda, senão eu teria aprofundado um pouco mais, eu teria o trabalho de revisão para ser feito, mas eu acho que em termo de Pitú, eu atingi o máximo que eu poderia. Poderia ter uma redundância, porque a Pitú, uma coisa interessante, era como outras aguardentes daqui. Como a Serra grande, a Mocotolina, eles faziam as propagandas deles nos jornais aqui da nossa cidade. O que é um gesto bom, pois valorizava a nossa imprensa. Tem pessoas que esnobam e não querem fazer, valorizar a imprensa da terra.

Swanne: Essas propagandas foram de que arquivo, as propagandas que tem no livro?

Pedro: As propagandas foram tiradas dos jornais vitorienne. A maioria foi tirada do acervo daqui e do acervo do Jordão Emerenciano, esse acervo fica na Rua do Imperador.

Swanne: Tá digitalizado isso?

Pedro: Tá digitalizado. Todos esses jornais foram digitalizados, alguns como não podia digitalizar, eu fotografei e as imagens ficaram excelentes. Tem todos eles aqui e posso lhe fornecer, mas talvez vá lhe atrapalhar, porque a maioria deles não faz referência. Você terá que ler um por um, como eu li. Eu folheei todos os jornais de Vitória de 1872 até o tempo atual, foi muito trabalhoso. Folha por folha, procurando alguma notícia da Pitú, além das propagandas, notícias sobre a Pitú. Foi aí que eu descobri coisas que (...) diziam uma história que era totalmente diferente.

Swanne: Da realidade como aconteceu? Uma história mais comercial?

Pedro: É, contam uma história muito imaginativa (...), mas Zé Augusto e minha mãe contavam uma história certa que comprovei através das pesquisas que fiz. Elmo falava que o nome Pitú é porque apareceu uns camarões no córrego lá do engenho e como eram pitus, colocaram o nome de Pitú. Ao contrário. A Pitú já existia quando compraram o engenho, o nome do engenho era Arandu do Coito, o Arandu de baixo. Depois que eles compraram o engenho é que colocaram o

nome Pitú no engenho porque já havia, o nome Pitú já tinha adquirido um bom índice comercial.

Swanne: É interessante isso mesmo, porque no site da Pitú realmente tem essa história dos camarões porque tinham no engenho, ou ainda porque era por conta da cana pitu, o tipo de cana.

Pedro: (...) A verdadeira história eu conto no livro, um rótulo que foi feito por um senhor chamado Henrique de Holanda, que também era um apreciador de bebida, bebia até demais, morreu alcoólatra por causa da bebida. Ele era irmão do seu Manuel de Holanda Cavalcante, ele era tio de Divo Holanda, que era uma pessoa muito conhecida aqui em Vitória, que sua mãe deve ter conhecido muito bem, melhor do que eu. Ele então, tem aqui, deixe eu lhe mostrar esse detalhe, que pode servir para sua tese no caso. Ele desenhou um rótulo no papelão, esse rótulo, infelizmente, sumiu da Pitú.

Swanne: Não é o original, não é? Tipo, esse aqui, essa foto é do original? Não é uma réplica?

Pedro: É o original. Não, não é a réplica. Depois disso, ele sumiu do cofre da Pitú. Quem levou, ninguém sabe. Eu não fui, porque quem tirou a foto foi Joaquim Augusto.

Swanne: Guardaram esse tempo todinho esse rótulo lá foi?

Pedro: Guardaram esse tempo todinho e você vai ver aqui o que que está escrito, você vai ver o nome.

Swanne: Fabricante exclusivo de não sei o quê. Embaixo tem um S.

Pedro: Fabricante exclusivo de Henrique Cavalcante, que era justamente o Henrique Cavalcante e aqui vem o endereço dele, então, Jiquiá. O Jiquiá é aquela região onde hoje está o fórum até a Casas dos pobres, ali era o chamado Jiquiá, aquela região dali de Vitória. Ainda hoje muita gente chama aquilo de Jiquiá. Então ele fez esse rótulo.

Pronto, aqui, Henrique de Holanda Cavalcanti. Ninguém olha para isso daqui. Ele deu esse rótulo ao meu pai de presente, porque ele era muito amigo de meu pai. Ambos faziam parte da diretoria do Leão e mamãe contava que ele parava, procurava para conversar, eles ficavam encostados no muro palestrando os dois.

Ele disse:

“— Ferrer, eu não posso engarrafar, eu não tenho dinheiro, engarrafe você”

Aí meu pai guardou o rótulo. Antes disso o meu pai fabricou uma aguardente chamada Confiança, que foi a primeira cachaça e a cachaça Tupi, que

depois inventaram, que trocaram Tupi para Pitú, as sílabas. Mas não, a Tupi foi proibida de ser fabricada porque já era uma marca registrada no Rio de Janeiro, já tinha a propriedade dessa marca, aí ele começou então a engarrafar essa Confiança.

Swanne: Mas e o camarão é coincidência? Henrique de Holanda ter feito Pitú e já ter o rótulo camarão que eles usavam?

Pedro: Não, mas a Pitú não tinha, só começou a ter o camarão depois que o pitú ou camarão, eu chamo assim, depois que Henrique de Holanda doou, até aquela época a cachaça era outra, está aqui.

Swanne: E esse rótulo camarão, tem um rótulo aí que o nome é camarão.

Pedro: Sim, camarão. Na mesma época em que a Pitú começou a fabricar a Pitú também fez Camarão, mas não chegou a fabricar, apenas registrou-se para ninguém tomar, se apossar e haveria então a concorrência, você não poderia condenar a quem o engarrafamento Pitú pertencia. A Pitú então registrou essa marca, naquela mesma época em que ele ganhou o rótulo. Logo depois ele começou a engarrafar, não chegou a engarrafar o camarão, esse rótulo foi feito aqui em Vitória de Santo Antão mesmo. Na gráfica de seu Esmeraldino. Efêmero foi a vida do Camarão, sendo substituída pela Pitú.

Swanne: Então, esse rótulo ele fez só para se salvar, guardar, registrar a marca?

Pedro: Sim. Para salvar a marca.

Swanne: Porque o que foi usado realmente foi o rótulo da pitú.

Pedro: Não. Ele chegou a engarrafar umas besteiras, mas muito pouco. Mas ela não sobreviveu, foi quando o Henrique doou a papai esse rótulo da Pitú.

Swanne: Mas de quem foi a ideia de usar o pitu, camarão?

Pedro: Dele. De Henrique de Holanda.

Swanne: E por algum motivo especial? O senhor sabe dizer?

Pedro: Não sei. Que era do engenho eu tenho certeza que não. Pois o engenho não era dele e nem era de meu pai, o engenho pertencia ao seu Sila, um senhor que morava aqui na rua.

Swanne: Pronto. Uma das perguntas principais era a história do camarão. Porque na minha pesquisa eu percebi, na verdade, eu estudo mais os rótulos que tem animais, tem muitos que têm animais, principalmente aqui em Pernambuco.

Pedro Ferrer: E sobretudo animais marinhos, siri, pronto, a Siri é da Pitú.

Swanne: A Siri é da Pitú.

Pedro: É, siri, camarão...

Swanne: Tem a caranguejo, mas não é da Pitú.

Pedro: Sim, mas é...

Swanne: Também é um crustáceo.

Pedro: É.

Swanne: Sim, aí justamente a pesquisa é tentando entender de onde surgiram esses animais.

Pedro: Veja aqui uma coisa, de acordo com José Augusto, o engarrafamento das aguardentes Confiança e Tupi Extra, porque a Tupi foi proibida e colocaram o extra depois, continuava a parte. Então papai criou, tinha duas empresas, uma que engarrafava Confiança e Tupi, e outra que engarrafava a Pitú que era com seu Joel, mas no começo eles engarrafaram Camarão, aí foi quando ofereceram a ele o...

Swanne: Só esclarecendo mais uma vez, o Camarão já estava sendo usado porque tinha ganhado esse rótulo do Henrique de Holanda, não é isso?

Pedro: Henrique de Holanda, é. Exato. Ele começou primeiro engarrafando Camarão, aí depois que Henrique deu o nome Pitú, um nome mais curto, talvez mais simpático, de melhor aceitação, aí começaram então Pitú. As duas, essa aqui muito pouco. Aí pouco a pouco, à medida que foi pegando a preferência dos clientes (do público), eles deixaram o camarão de lado. É uma dúvida que eu também tenho hoje, em que ano é possível de se ver. Só depois é que eles registraram o camarão, pois aqui mesmo dá para se ver isso engarrafamento "Pitú SA" e no começo não era "SA", era limitada, porque na realidade a Pitú começou em 1900 e quantos Jesus?

Swanne: Tem duas datas, não é?

Pedro: Não, mas é errado, (...).

Swanne: Tem a data que começaram as empresas e tem a data que começou a engarrafar a Pitú não é?

Pedro: É.

Swanne: A Pitu parece que foi em 42 mais ou menos?

Pedro: Estou nessa dúvida agora, mas é fácil.

Swanne: Mas tem aí no livro, eu vi.

Pedro: A gente vê isso, eu queria ver o primeiro contrato aqui.

Swanne: O senhor visitou o acervo de Junta Comercial também?

Pedro: Não, porque a Pitú tem todos os contratos guardados, espero que não tenham dado fim. Pronto, aqui o primeiro contrato é esse José Guelphe Ferrer de Moraes e Severino Ferrer de Moraes. Em que ano eles criaram? Criaram em 1936, então esse ano estamos completando 82 anos e não 80 como eles querem que seja, aí eu não entendo porque Elmo fazia questão disso, porque o pai dele só veio entrar na empresa em 1940.

Swanne: Sim, talvez tenha sido um erro que tenha acabado se propagando.

Pedro: Acho que não, porque eu insisti muito com ele para fazer essa correção (...).

Swanne: Então, o rótulo Camarão ele foi impresso aqui em Vitória?

Pedro: Aqui em Vitória por seu Esmeraldino, isso está até aqui no livro.

Swanne: Isso, e o rótulo da Pitu também?

Pedro: Não sei, tenho a impressão que não, mas é impressão. Eu nunca me preocupei em saber disso.

Swanne: É porque achei já em outras entrevistas e até no rótulo da Pitu tinha uma gráfica, acho que era Lusitana, em Recife. Também já achei com o nome da Gráfica Apollo, mas aí eu já soube que não foi a gráfica Apollo.

Pedro: Essa lusitana ficava no Bairro São José?

Swanne: Não sei. Sei qual era a localização dela, mas era em Recife.

Pedro: Porque eu sei onde que ficava a gráfica que fazia o rótulo da Pitu, mas isso já em 1950.

Swanne: Mas para mim está ótima essa data.

Pedro Ferrer: 1950, eu frequentei lá com Zé Augusto, meu irmão e essa gráfica ficava ali. É a rua que passa em frente à Igreja de São José que vem do forte 5 pontas, passa em frente à igreja e desemboca na praça Sérgio Loreto, essa era a rua.

Swanne: Certo, vou procurar os registros.

Pedro: Ali tinha uma gráfica e foi nessa gráfica que eu fui com Zé Augusto em 1950 e eles faziam os rótulos da Pitu. Mas isso é fácil, Nazaré pode ver isso lá, nos livros contábeis, tem os registros das compras, das encomendas que foram feitas.

Swanne: Porque a minha curiosidade era para saber qual foi a primeira gráfica que foi impresso, porque isso aí foi um rótulo feito por Henrique de Holanda, mas na gráfica eles remodelaram, não é? Porque tem que fazer o desenho na pedra, em litografia.

Pedro: Olha aqui o que eu digo aqui, a semelhança entre o crustáceo do rótulo da aguardente Camarão com o desenho de Henrique de Holanda foi mais a motivação para que a nova marca fosse incorporada e explorada, mas eles chegaram a engarrafar a cachaça Camarão, mas muito pouco, tão pouco que o Zé Augusto dizia para eu nem considerar, que logo depois entrou a do Henrique de Holanda.

Swanne: E as cores, você sabe dizer por que ele usou preto, vermelho e amarelo?

Pedro: Não, não sei se ele torcia pelo Sport. São perguntas que só ele mesmo poderia responder.

Swanne: Ele tem descendentes?

Pedro: Tem, Mano Holanda, vereador, sobrinho dele, sobrinho-neto, sabe quem é Mano Holanda?

Swanne: Sei.

Pedro: Mas ele não vai saber dizer. Mas não custa nada tentar. Agora eu conheço os netos dele também. O neto dele, um deles é até meu aluno na faculdade de Medicina, um deles é médico.

Swanne: Mas Henrique de Holanda, qual era a profissão dele? O que ele fez foi tipo um hobby?

Pedro Ferrer: Ele era comerciante industrial e tomador de aguardente. Bebia bem, tem até aqui a foto dele, poeta, belas e belas poesias.

Swanne: Mas aí será que ele desenhou outros rótulos também ou foi, tipo, Pitu foi uma exceção?

Pedro Ferrer: Olhe, você faz umas perguntas que...

Swanne: Díficeis.

Pedro: Não, porque eu não... Mas são válidas, eu poderia saber, ele tinha apenas um enchimento de bebidas alcoólicas, de bebidas em geral, vinho de jenipapo, maracujá, jurubeba e talvez ele mesmo tenha feito os rótulos dele, se ele fez esse aqui, criou esse, por que não teria criado? Porque ele criou esse aqui para ele mesmo engarrafar, essa história que Zé Augusto, meu irmão, contava e está aqui a prova que ele botou Henrique de Holanda Cavalcante. Você pode fazer ênfase nisso daqui que eu não fiz no livro, não é? Isso me chamou a atenção depois. E isso daqui você dá para ver, eu acho que eu faço uma referência.

Swanne: Então, ele também tinha uns produtos que fazia e fazia moldes para os seus produtos?

Pedro: Era, era concorrente, mas se davam muito bem.

Swanne: Qual era a cachaça que ele tinha? Ou não era nenhuma cachaça?

Pedro: Não tinha cachaça não. Ele fabricava vinho, aí vem mais o seguinte para você entender. O meu pai quando comprou o enchimento, comprou de um senhor chamado Dárcio, que aqui fala nele. Dárcio, pronto. Dárcio Travasso, que era da cachaça Sarinho, que era o nome de família dele, Dárcio Travasso Sarinho. Aí ele colocou esse nome Sarinho. Veja bem, Henrique de Holanda era casado com a irmã de Dárcio, então era do mesmo ramo, e também tinha aqui Honório Onorino. O Honório Onorino era conhecido pelos dois nomes, tem a foto dele aqui, que também era o fabricante dessas bebidas. Agora os rótulos são engraçados, não são?

Swanne: São ótimos.

Pedro: Então, para o seu trabalho deve ser não é? Então o Travasso, ele comprou do Travasso Sarinho e outra coisa, o Dárcio Travasso era casado com a irmã de minha mãe. Aí depois veio uma briga que ele foi para Gravatá, porque minha tia estava com princípio de tuberculose, e Gravatá era um clima mais ameno, aí foi para lá. Depois ele se arrependeu quis desfazer o negócio, meu pai não aceitou desfazer.

Aí se criou um atrito dentro da família, todos ficaram contra meu pai que achava que ele deveria ter devolvido o dinheiro e ter desfeito. Aí ele disse:

“— Não, o negócio eu fiz, está feito.”

Era ele com o irmão dele e tocou para frente. Então veja, o Henrique de Holanda, assim como o cunhado dele, Dárcio, tinham um engarrafamento. O Henrique era também explorador de bebidas, vendia álcool, vinagre, vinho de jurubeba. Esse vinho era fabricado por eles mesmos que usava justamente a aguardente misturada com a jurubeba, o maracujá e o jenipapo.

Swanne: Então, sabe dizer o porquê de usarem tantos bichos na época?

Pedro: Não, não sei não. A mesma coisa eu lhe pergunto o porquê no carnaval, os clubes zebras, urso, leão? Os vitorenses deveriam ser estudantes de zoologia.

Swanne: Sabe informar se na história da marca tiveram casos de plágios? Imitando o rótulo da Pitú?

Pedro: Muitos, falsificações e imitações também. Tem a cachaça Tamaru que parece um Pitú, eu não sei nem que bicho é esse, Tamaru. E a Pitú proibiu, porque o rótulo para quem era analfabeto confundia Tamaru com Pitú que o rótulo era vermelho e preto. Então, era uma cachaça daqui de Vitória de Santo Antão também.

Swanne: De Vitória de Santo Antão. Tamaru deve ser um crustáceo, outro crustáceo que acharam o nome. Mas aí a Pitú ia atrás desses casos? Tem registros que processou?

Pedro: Tem. A Pitú chegou a manter durante um certo período, não no caso de plágio, de falsificação. Tinha uma caminhonete à disposição da polícia civil. Pagavam os agentes, davam uma cota a eles para eles saírem pelos interiores afora fiscalizando e prendendo e fechando os enchimentos. Porque envazavam outra cachaça com rótulo de Pitú.

Swanne: Usando o rótulo da Pitú, mas sem ser a Pitú.

Pedro: Sem ser a Pitú. Você deve já ter visto essa semana. Já saiu dois anos atrás, mas agora está com mais incentivo e a polícia federal está atrás de um rapaz lá em Cabrobó que fez um trocadilho de maconha com Pitú, "*Pituconha*".

Swanne: Não vi. (risos)

Pedro: Não? Você tem que colocar na sua tese, ele colocou maconha dentro, os ramos da maconha dentro da cachaça e ele vende com rótulo *Pituconha*. Tem o camarão, o rótulo vermelho e preto como da Pitú e a polícia federal já proibiu. Ele agora voltou com todo incentivo, essa semana mesmo mandaram um para mim, um rapaz mandou para mim, eu só acho que você deveria fazer essa referência porque está evoluindo, não é? (risos)

(...)

Swanne: Acho que é isso, que minha pesquisa é mais voltada para as partes dos bichos, a motivação.

Pedro: Não sei dizer. Os bichos, por que você não faz um paralelo com o carnaval?

Swanne: Não, eu posso, no caso daqui de Vitória, não é? Mas não são só bichos aqui em Vitória, também tem em outros estados.

Pedro: Ah! Você extrapola Pernambuco.

Swanne: Extrapolo Pernambuco, ah, mas de repente pode ser várias motivações diferentes.

Pedro: Exato. Aqui em Vitória a predominância é sempre. Vamos ver, não sei se você conhece essas cachaças. Alvorada? É o quê? É um galo, cantando na alvorada.

Swanne: E tem várias imitações da Alvorada.

Pedro: Tem, da Alvorada tem muitas. Um trabalho que tem lá do Joaquim Nabuco, você deve ter esse trabalho não? Sobre marcas de aguardente.

Swanne: Sim, tenho.

Pedro: Que inclusive eles não colocaram Pitú, não sei o porquê, não é? Eles não reproduziram o rótulo da Pitú, mas Alvorada, tinha aqui. Aratu, a Pitú fechou essa.

Swanne: Fechou por que o rótulo era parecido?

Pedro: Era parecido. Camarão, já falamos. Capa bode... Tem bode pelo menos no meio.

Swanne: Sabe por que Capa Bode o rótulo era um homem? Com um chapéu? Por que esse nome? Sabe dizer?

Pedro: Ela não era da Serra Grande, do grupo Serra Grande?

Swanne: Sim, sim.

Pedro: Sei dizer não. São coisas que infelizmente se perdem, por isso um trabalho desse como esse seu... Gatinho, Girafa, Leão do norte, Pitel, o que é Pitel?

Swanne: Eu não sei, não faço ideia. Pitú, eu já encontrei um rótulo...

Pedro: Já colocou a Vitoriosa? Incluiu?

Swanne: A Vitoriosa? A nova?

Pedro: Não tá aqui não. Não existia ainda.

Swanne: É, não tá não. É, tem um rótulo que o nome é Bitu que é um mosquito, aí também vermelhinho com fundo preto e Bitu.

Pedro: Para confundir.

Swanne: É, para confundir. Tem Potó também. Totó será que é bicho?

Pedro: Totó? não sei, mas Tatu é. Tico-Tico também é bicho.

Swanne: Tatu é, tem Siri.

Pedro: Siri é. Pronto, essa aqui você encontra e veja, parece que são 115 cachaças, você já ouviu falar da cachaça Bateria?

Swanne: Já. Acho que eu já vi o rótulo da Bateria.

Pedro: Mas Bateria é um engenho, o rótulo é um engenho, a outra é Pinga Fogo, conhece?

Swanne: Sim, já vi também.

Pedro: Pinga Fogo, essas duas aguardentes elas ainda são engarrafadas, ela era do meu irmão Zé Augusto. Foi do meu tio Zé Ferrer, Zé Augusto foi trabalhar lá, ele tem essa Alvorada, Pinga Fogo e Bateria.

Swanne: E bateria, essa três. Tem mais alguma que seja de bicho que ainda tenha hoje? Daqui da região? Não, não é? Todas já...?

Pedro: Faliram, sumiram.

Swanne: Sim, sim. Teria alguém para me indicar que o senhor pudesse falar? Sobre essa investigação de bichos?

Pedro: Eu não vejo no momento nenhuma informação sobre isso não, aqui não, não conheço.

Swanne: Certo.

APÊNDICE J – TRANSCRIÇÃO GRUPO FOCAL BICHOS BOÊMIOS

Bichos boêmios: um olhar sobre os animais dos rótulos de cachaça da Coleção Almirante. Grupo focal realizado com especialistas em história, memória gráfica e design [15 mai. 2018].

SILVEIRA – SP

M: O primeiro rótulo é esse aqui, o Silveira. Usa essa figura do galo e é do estado de São Paulo. A pergunta é: por que que vocês acham que esse animal foi escolhido? Ele passa algum tipo de significado para vocês? Alguma coisa simbólica?

P8: Ele desperta, é um cantador, não sei se por alguma relação boemia. Ele está cantando aí, a gente diz que o galo canta. A gente diz que o galo canta na aurora, no amanhecer, madrugada.

P11: E é uma cidade do interior, Limeira.

M: Vocês conseguem fazer alguma relação do galo com a aguardente?

P5: Como se fosse despertar ele.

P8: A única relação é da boemia, porque o galo canta, o cantar é coisa do mundo da boemia e a cachaça é da boemia também.

P10: Mas há depoimentos de muitos trabalhadores que começam o dia já tomado uma até para esquentar. Gregório Bezerra relata que menino, quando acordava para tanger o gado, a mãe dele dava, ele era criança. Tomava uma cachaça para enfrentar o frio.

P8: Olha que interpretação ótima.

P10: Não sei se Silveira chegava a ser um cantor.

P8: É outra possibilidade, de talvez na época, o Silveira ser algum cantor.

M: E se eu dissesse para vocês que o galo é um dos bichos que é mais recorrente, tipo assim, disparado, temos 60 galos.

P10: É macho, é coisa macha, olha ali a espora afiada. Acho que tem alguma coisa a ver com masculinidade.

P8: Galo tem uma relação com masculinidade. Não é galinha, é galo. E o galo é dominador.

P10: E ele tem espora, não é um galinho qualquer não.

M: É, as galinhas aparecem pouco, mas o galo...

P8: É uma bebida para homem, talvez, essa relação com a masculinidade.

ALAGOANA – AL (Águia)

M: Esse rótulo aí é de Alagoas, que tem três rótulos de animais, uma amostrinha pequena que o Estado tem. Usa uma águia que é também um dos bichos mais frequentes junto com o galo, com incidência muito alta. Por que vocês acham que águia foi escolhida?

P8: A gente tem águia aqui? Águia é uma coisa muito americana, um símbolo para mim muito "American ego", uma coisa muito libertadora, muito simbólica para mim, inclusive tem uma ligação das forças aérea, das guerras.

P3: De força.

P8: De força e de guerra.

P11: E ali do lado ainda tem "pátria" e uma espécie de *mapazinho* do Brasil.

P8: Águia para mim tem a ver com força aérea, inclusive na aeronáutica tem muitas vezes aquela asa ali, às vezes só a asa, para um lado e para o outro.

P6: Agora em que época foi isso ne? Já tinha avião aqui?

P8: Aí deve ter, foi anos 50.

P10: Foi a ascensão dos Estados Unidos.

P8: Principalmente a guerra de avião é a Segunda Guerra Mundial, de 30 para 40.

P10: A influência americana estava bem forte aqui. Agora não sei se tinha associação com o jogo do bicho. Aí só vendo série se há referência também a jogo do bicho.

P4: Até as cores ne?

P8: Tem um verdinho só ali e o amarelo

P5: Eu não sei se vocês da área de Design têm acesso a tipo um banco de imagens de época para identificar o período, porque cada período normalmente, anos 50, 40, tem um estilo comum de tipografia, que permite identificar. Porque se conseguir enquadrar esse rótulo nesse período entre guerras por exemplo, ou de guerra, aí é bem mais evidente, fazer essa alusão da águia e a questão pátria. Porque tem a questão do nacionalismo, tem uma questão do período Vargas, do Integralismo, tem ali pátria, verde amarelo, pode ter essa associação. Porque tem

vários estudos que trabalham com rótulos de cigarro, que forjavam a suástica, aí tem vários grupos, tinha os Integralistas, os simpatizantes do Nazismo, que usavam os rótulos de cigarro para passar mensagens entre eles.

Tem uma dissertação sobre isso, tem uma colega que trabalhou com isso no PIBIC, 15 anos atrás, mas tem alguns trabalhos dissertações na época com a professora da rural, Maria das Graças Ataíde, e aí ela tinha vários PIBICs e esses trabalhos com certeza viraram dissertações, que era assim comunistas, integralistas, nazistas que usavam esses rótulos, no caso de cigarros, fazendo propaganda das suas correntes. Porque aí nesse caso a cachaça também quem sabe pode ter sido em algum momento, com alguma simbologia implícita, um veículo de mensagens desses grupos.

Se pela tipografia você conseguir identificar a janela temporal, você pode dialogar aí com duas coisas: ou Segunda Guerra, ou essas correntes. Acho que aquela pátria ali é muito forte, essa questão do nacionalismo e quem sabe integralismo. A águia também é símbolo desses grupos mais totalitários, os nazistas também usavam a águia. Acho que dá para aprofundar um pouquinho mais desse diálogo com o momento político. Estado Novo.

M: Então o que chamou mais atenção para vocês foi o "pátria"?

P11: Para mim foi

P5: Para mim foi, e águia que é esse símbolo de nacionalismo, de guerra.

P10: Essas asas me lembram o broche que os militares usam, da Aeronáutica.

P11: Da força aérea, se tirar o animalzinho e deixar só as asas, parece.

P10: Tem um broche dos militares em que essas asas são iguais, o desenho.

P5: Qual era o símbolo da FAB? Que era fumante.

P9: Era uma cobra fumando.

P7: Eu acho que "pátria" também chama muita atenção porque as cores dele são diferentes do resto.

P5: O verde-amarelismo, o Movimento do Pau-Brasil.

P6: Mas aí fizeram referência aos Estados Unidos com as cores também: o azul, vermelho e o fundo branco, porque está amarelado, mas eu acho que era branco

P3: Tem essa questão do tempo também.

P5: Isso é guerra mesmo, período da guerra.

P10: Porque a coleção é anos 40 a 50, ne?

M: Isso, 40 a 50.

P8: Ele enfatiza realmente. Eu acho que se fosse entender um tema para mim é patriotismo. Mesmo que faça uma referência americana ou à questão do exército, mas é que se tivesse um discurso que esse rótulo faz, acho que ele faz uma louvação à questão patriótica.

P3: Via militar.

P8: Via militar.

P5: Faz sentido. Quando os brasileiros vão para a guerra, pra Itália, está todo um movimento de incentivar o patriotismo, das famílias, etc. Se der uma circulada nos trabalhos desse período já no fim da guerra, se for no finalzinho da guerra, faz todo sentido esse patriotismo. Alagoas também teve pessoas que foram para a guerra. Aqui no Nordeste também. Então para dar esse estímulo: estão indo para a guerra, lutando em nome da pátria, mas também aliado aos Estados Unidos, porque eles vão para a guerra aliados aos Estados Unidos. Então é um patriotismo, mas de um lado.

P10: Pátria é a marca. Existe outros rótulos dessa marca?

M: Existe.

P10: E é o que?

M: Aí eu vou ter que voltar para dar uma olhada. Mas assim, eu já vi rótulo, por esse gancho de vocês que é a águia e que usa verde amarelo e azul como cores. Mas nem todos são assim. Tem águias com outras cores também.

P9: O desenho está meio errado. É como se tivesse vendo-a de trás para a frente, só que as asas tão para a frente e o corpo e a cabeça tão para lá.

P10: Ela está meio gordinha.

P8: Ela está vista por baixo, mas está vista por cima.

P11: Por cima de costas. Muito estranha.

M: Mas tem águias bem mais detalhadas.

P9: Águia está associada a poder ne, não é nem estados unidos não, é poder. você tem nazismo com a águia... Acho que não tem associação com pátria nem poder acho que é o bicho em si e a questão da águia como um elemento forte. Associaria a patriotismo não, até porque pátria é marca, não é a referência da cachaça, que é alagoana.

M: Então acho que a gente tem que comparar com outros rótulos que também tem a marca pátria.

P9: Se você pegar águia você tem várias ligadas a brasão. Acho que copiou a asa de uma águia e o corpo de outra e quando junta fica uma coisa meio tosca.

P10: Parece mais uma pomba do que uma águia.

P9: E você vê uma quantidade de brasão com águia, então o cara vai desenhando, desenhando, no que desenhou troncho, o outro vai copiando.

M: Mas e porque a águia é alagoana?

P9: Acho que não tem associação, é só o elemento de colocar a águia, o bicho.

P10: Deixa eu perguntar só mais uma categoria: essa é uma aguardente fina de jenipapo. Aí você faz uma distinção entre aguardente de cana e outras?

M: Não, eu coloquei as compostas também, eu coloquei juntas. Só assim porque peguei mais os animais. No mestrado realmente eu tirei as compostas e fiquei só com os de cana. Mas assim, independente, tem muita águia.

P10: A coleção tem data?

M: Não, o que a gente tem como pista de data, são as análises de laboratório.

P8: Isso aí é litografia, ne? Tem que ser.

M: É litografia.

P8: Apesar de lá embaixo ter um espaçamento... Sabe o que eu acho, que eles pegam algumas informações de tipografia e repetem. Talvez eles consigam imprimir, porque a referência lá embaixo "Rua Sá de Albuquerque", a numeração ali está tão forte. Eu não sei se já nos anos 50 eles já conseguem passar algumas informações técnicas do que ser uma coisa de mão. Porque em litografia tudo tem que fazer a mão, tudo é desenho. Aí o que me chama atenção é como está bem espcado aquela informação ali embaixo, que é outra dúvida técnica que a gente tem quando trabalha esse tipo de rótulo. Eu sempre fico curiosa, principalmente com as de São Paulo. As de São Paulo são de tipografia?

M: Tem muitos de tipografia, mas não em todas.

P8: Mas técnica de impressão é tipo ou é lito?

M: Tem das suas formas. E tem também gráfica que trabalha com lito e com tipo, que tem já especificando embaixo "litografia e tipografia tal"

P11: Eles não podem fazer como um carimbo não?

P8: A técnica de impressão de litografia, ela não tem altura. Ela é uma pedra, é lito porque é uma pedra, então é tudo desenhado nessa pedra e repassado. Então tem que ter sido feito na superfície da pedra. Em determinado momento eles conseguem fazer transferência, que até hoje se faz, a gente consegue pegar de uma xerox e transferir. Mas minha dúvida é se nessa época, está tão bem arrumadinho e espcado... Porque alguns você consegue ver direitinho que foi mão. O cara tem precisão, mas foi mão. Mas aí está demais. Mal eu estou vendo o traço da mão. "Isenta de sais de cobre" ... essa parte. A outra não, a outra é mão: "Química industrial", aquele redondo. Onde é lettering a gente vê que é. O "Superfino", "21", "Aguardente de Jenipapo" é mão. Tipografia não faz curva. Tipografia tudo é reto.

P5: Acho interessante essa união de perspectivas do ponto de vista do Design. Às vezes você pode estar com uma super interpretação, quando na verdade tinha só uma limitação técnica. Agora que você começa a imaginar. Porque desde essa dissertação dos nazistas, por exemplo, as quatro caixinhas de cigarro, quando juntava formava uma suástica. Impressionante, vendia no mercado de São Jose, que era essa propaganda. Aí eu estava vendo aqui a questão da águia.

A águia é um símbolo, na maioria da Segunda Guerra, dos Nazistas e tinha uma aqui que era parecidíssima com o símbolo e eu vi que tinha o Movimento Águia Branca: entidade estudantil ligada às confederações dos centros culturais de juventude. Foi fundada em 1952, unindo diversos centros espalhados pelo Brasil e exterior, proclamando como presidente o poeta e escritor Plínio Salgado, que é a história do Integralismo. Também associando essa pátria a águia.

Se souber o período pode também a cachaça, assim como aconteceu com os cigarros, também na tua tese não necessariamente ser o fator decisivo de interpretação, mas eu acho que contextualizar, que existia essa propaganda e que possivelmente também no rótulo de cachaça podem estar implícitos alguns elementos de propaganda desses grupos, porque era muito forte. Nesse período sobretudo Período Vargas. Até a adesão dos Estados Unidos, o Governo Vargas tinha um pendor para o eixo, para os lados dos nazistas e fascistas. É um período que tinha muito jovem que aderiu a esse tipo de ideologia e que não podia ser tão explícito então só talvez dar uma lida dissertações que pode ajudar em alguma coisa.

P8: Agora eu acho que isso é período de Juscelino já, isso não é mais Vargas no, isso já é 50.

P5: É, se for 50, já muda.

M: Alguém quer fazer mais alguma observação?

P3: A gente pode também pode colocar uma taxa de ponderar isso aí. Por algum motivo alguém achou bonito o desenho da águia e associa à palavra "alagoana". Pode não ter um significado tão evidente. Se ele escolheu a águia, algum motivo tem, embora não explícito. Mas tem também essa coisa de você simplesmente estar buscando...

P1: Se ele tivesse computador na época ele copiava e colava.

P8: Eu tenho impressão que não. Eu gostaria de ver todos dessa marca. Eu tenho a impressão que de formas diferentes pode ser que vários tenham relação com pátria.

M: Acho que talvez a história seja realmente olhar os rótulos da Marca Pátria.

P9: Um exemplo que a gente tem é aquele brasão da Nassau, que tem o formato de um cachorro. Na verdade, é de um dragão. É o mesmo dragão que tem no CPOR, mal desenhado do mesmo jeito. Só você quando vai ver o brasão, ele é bem desenhado é praticamente uma marca medieval, mas é aquela coisa, o pessoal vai desenhando, tirando elementos.

CAVALO MARINHO – MG

M: Esse aí, cavalo marinho, de Minas Gerais, Belo Horizonte

P11: O que um cavalo marinho vai fazer em Belo Horizonte?

P7: Ali acho que é uma concha.

P10: O mar invadindo Minas Gerais

P11: Está muito longe.

P8: Eu acho que é uma concha lá em cima.

P7: Uma concha com o sol.

P11: Ele deve ter ido conhecer o mar, aí foi a algum lugar, um braço de mangue, aí encontrou um cavalo marinho encantou-se e trouxe isso para a vida dele.

P5: Além desse desejo do mar, eu ainda fiquei pensando na manifestação, mas ela é muito específica daqui, até onde eu sei, não sei se tem uma manifestação como o Cavalo Marinho ou o próprio Cavalo Marinho também...

P3: Tem em muitas partes do Brasil.

P5: Não sei se seria isso ou uma referência direta do desejo de conhecer o mar.

P8: Eu vejo que tem uma relação direta, como no anterior, do elemento da marca com o logotipo. Ainda tem uma concha mal desenhada ali.

P10: Se for divagar sobre porque tem um cavalo marinho, tem que pensar porque ele botou o nome "cavalo marinho", que aí pode ser a haver com alguma coisa antes.

P11: Quando você vai escolher uma marca tem uma certa lógica. E aí não tem, a gente procura e fica estranho.

P9: Tem que procurar o briefing aí.

P8: Tem algumas coisas que se estabelecem como categorias. Dificilmente uma pessoa sai de uma margarina ser amarela. É muito difícil você inventar uma margarina azul, a não ser que você queira dizer que ela é diet ou verde ou vermelha. A gente chama isso na área de Design que tem padrões de categorias. E assim, o cara vai lançar uma cachaça, todo mundo já bota bicho, ele vai ter que escolher um bicho para ser a cachaça dele. Eu acho que pode ter um encaminhamento.

Se eu vou dentro da lógica, vou lançar uma cachaça ou eu vou na tipografia, que parece que é a principal referência, ou vou na mulher, ou vou no bicho, ou vou na cana, o desenho da cana, da fábrica, aquelas categorias que você falou. Se eu vou no bicho, eu vou que escolher um bicho. Aí eu vou ver mercado, se já tem galo, se já tem águia, ver o que é que sobra.

P11: Cavalo marinho é um bicho original.

P8: Original. Ele deve ter dito "cavalo marinho não tem não, quero ver quem vai ter, só vai ter eu".

P11: Mas é curioso, porque não está no imaginário popular assim, não se pode dizer que é uma coisa corrente no imaginário popular. Então é muito complicado pensar no cavalo marinho em cachaça.

P6: E em Belo Horizonte.

P5: Tem o desenho da cana também, bem direto, cachaça de cana.

P11: Aí tem uma relação direta, agora o cavalo marinho, realmente.

M: A figura do cavalo marinho passa algum tipo de impressão para vocês, algo simbólico?

P3: O animal em si para mim não, mas na manifestação folclórica do Bumba Meu Boi tem um personagem que é Cavalo Marinho.

P10: Para mim está mais o clássico, com alegorias, do que o folclore.

P8: Na verdade tem toda uma coisa que é Cavalo Marinho. Toda uma dança.

P3: O Bumba é um todo, o Cavalo Marinho é um personagem.

P9: Tem como saber o que veio primeiro? A marca ou o logotipo? Se a marca é cavalo marinho e ele teve que fazer uma referência. Feito a alagoana, que a águia estava lá "de boreste".

P8: Como representação significativa, eu acho que o cavalo marinho tem uma coisa encantada. Ele tem uma mágica, é diferente. É como se fosse um cavalo dentro do mar e o lugar do cavalo não é esse, ele não é um bicho simples não. Ele tem uma coisa meio sereia, de viver no lugar errado.

P10: Ele é mítico mesmo, alegórico, uma coisa greco-romana. Agora, tem alguma distinção na qualificação da cachaça, você consegue fazer alguma relação com isso?

M: Como assim, em relação aos animais que são escolhidos?

P10: É.

M: Não faz muita diferença, não. Está bem inserido em outras temáticas também.

P10: Porque assim, você tem uma envelhecida não sei que, aí acho que é top, cento e tantos reais...

P2: Foi a pergunta daquele rapaz: por que as cachaças estavam ligadas a animais.

P11: Até as cores são estranhas. Você ver uma cana vermelha. É tão surreal uma cana vermelha.

P7: Tem a cana, o cavalo marinho e a concha

P9: Tem um holograma na concha

P8: É, é um litograma a marca: LFI

P3: Talvez um LA

P10: Na verdade é H.A. Hang Aguiar.

P8: É, H. A.

P3: O cavalo marinho tem uma postura nobre, como um soldado, é o peito para a frente.

P7: É imponente.

P9: M, na tua pesquisa, você chegou a ver se tinha tipo um catálogo que você tinha os animais? Tipo um Letra Sete.

M: Encontrei assim publicações da biologia.

P9: É porque esse desenho não foi de quem viu o cavalo marinho, foi quem copiou de algum desenho. Não foi alguém que olhou o cavalo

marinho e tinha o cavalo marinho como referência. Ele pegou algum desenho que ele viu e transpôs.

P11: Eu acho muito estranho porque quem desenha, geralmente desenha o cavalo marinho verde escuro ou azul. E a cana também geralmente se desenha verde, é muito normal você já associar. Aí você ver uma cana vermelha, até cair o filme, até ligar...

P8: Tem uma questão técnica. Ele tem três cores aí. Ele tem vermelho, laranja e azul, o que dá aquela cor meio esquisita, é o azul em cima do laranja. A cor do cavalo marinho e a cor da concha ali é o azul sobreposto ao laranja e normalmente se imprime da cor mais clara para a mais escura. Ele imprimiu primeiro o laranja, depois o vermelho...

P4: E essa moldura, não tem preto não?

P9: É azul marinho, que por cima do laranja está dando essa cor esquisita. Que aí quando ela sobra, quando sai um pouquinho do registro você vê melhor que é o próprio azul marinho. E eles não vão gastar uma cor, botar para imprimir de novo. Se ele faz 100 rótulos, ele vai ter que imprimir os 100 de novo, só para botar uma cor a mais.

P9: A origem dos rótulos. A cachaça é de Minas Gerais, mas quem fazia o rótulo era de onde?

P2: Isso não é offset, é litogravura.

P9: A litogravura era de onde?

M: Então, tem rótulos que tem especificando. Tem a propaganda da gráfica embaixo. Esse não tem.

P9: Porque assim você tinha poucas litogravuras.

P2: Eu conheci um desenhista de rotulo. Essas coisas que tão falando aqui não tinha a menor importância para ele. O cara chegava para ele e dizia "olhe, desenhe uma laranja" e pronto. Porque isso durava inclusive pouco tempo. Não existia essas fábricas tradicionais como hoje. Isso depoimento dele, que ele era desenhista profissional de uma gráfica. Eu o conheci numa oficina Guaianases de gravura.

P8: Era Seu Hélio?

P2: Não, Hélio nunca foi. Era um outro senhor. Eu esqueci o nome dele, de óculos. Abria muito bem letra. E não tinha a menor importância se a cana era vermelha. Era mais uma questão de conveniência e custo. Se tinha a tinta vermelha, ele botava. E aí cada um tinha uma habilidade na tipografia, na destreza de abrir letra. Porque isso tudo é ao contrário e é feito em pedra, então não é fácil.

P8: Gente, deixa eu só dizer: está vermelho agora viu, pode mudar, porque a base é preta. Ele pode pintar com outra cor outra vez. O que importa são as três cores: laranja, vermelho e azul. Isso ele faz em preto e ele deixa normalmente essas marcas registradas guardadas na pedra.

P3: Tem a quarta cor que é o preto.

P8: Tem não, só tem três.

P2: Mas você fez uma preferência foi? Por rótulos mais antigos ou é coincidência?

M: A seleção aqui é só de rótulos de animais.

P2: Não importa o tipo de impressão? Você fez offset inclusive?

M: Não, mas coincidentemente todos aqui são de lito.

P10: É que a coleção Almirante, que ela está pesquisando, é dos anos 40 e 50.

P9: A tipografia dele, a letra ela lembra muito, não se você conseguia fazer em litogravura, porque em arquitetura se usava muito, o Normolf era umas reguinhas com a tipografia...

P8: É não, ali é uma compacta em cima a esquerda

P2: Tudo na mão, meu filho.

P9: Não, a base é litográfica.

P2: Não, a letra era aberta na mão, eu o vi abrindo letra, era na mão.

P8: Eu sei, mas o que eu estou dizendo é que dentro de tipografia a gente tem três formas de fazer. Ele desenha na mão, mas ele copia a base lá em cima à esquerda, é uma Compacta. Em algumas situações está tão certinha, como aqui esse "superior aguardente" está demais, ou ele está copiando muito certinho de algum catálogo, porque está muito próxima da Compacta, por exemplo. Em alguns lugares é uma clássica Helvética, que ele está só copiando de algum lugar. Ali embaixo a direita, está parecendo uma Times New Roman.

P9: Tem como ter acesso a algum litogravura? O local onde fazia?

P8: Não, ela tem acesso aos rótulos

P11: Ali no meio da concha tem LFI, deve ser a marca.

P8: Ali é marca. Ali é lettering. Ali é letreiramento, criação. Assim como esse cavalo marinho é criação totalmente da pessoa que está desenhando. Agora as outras letras, o que eu estou dizendo não é que não foi desenhado na pedra não, porque dentro da lógica tem que ter

sido feito numa pedra. Agora, de onde é a base dessa referência que ele está tirando? Isso ele de um catálogo técnico, porque aquela letra ali eu conheço o desenho dela, eu conheço o desenho de uma Helvética. Ele está só tirando dali e botando em outro lugar, mas ele está copiando.

P10: Eu mesma fiz rótulos com a Pecorel e a gente fazia na mão, mas copiando com a régua, maior trabalho. Trabalho danado.

P3: Pode ser uma transferência não?

P8: É, às vezes é, é isso que eu estou dizendo. Não sei se nos anos 50 se eles já conseguem, do catálogo. No Brasil, tem formação professor Guilherme de Cunha Lima. A Letra Sete vai chegar lá por 65. Antes disso você não vai ter nem a letra 7, que é o caso disso aqui: formação de professor Guilherme. Até nas capas da Rozenblit muda tudo a partir do segundo meado dos anos 60, quando se constituiu essas fontes.

P5: Em relação a isso eu estava pensando aqui que, muito do público para quem é voltado esse tipo de rótulo, a cachaça, muitos dos consumidores são trabalhadores rurais, que são, muitos, analfabetos. Se são até hoje muitos, imagina nessa época. Eu estava tentando vincular essa cana com cavalo marinho e aí pode ser uma forma de facilitar para a pessoa que vai comprar, de já identificar pelo rótulo. Não necessariamente tem que ler. Olha a imagem, identifica e já "é aquele produto que eu quero". E a cana e o cavalo marinho, porque "ah é aquele que tem o cavalo marinho".

P3: Certamente fica diferente na prateleira, ao lado de preá e não sei que, um cavalo marinho.

P9: E chama pelo bicho ne? "Me dá uma águia, me dá um cavalo marinho".

P7: E esse conjunto de cores, elas se repetem muito?

M: As cores básicas se repetem mais. Então a gente tem muito vermelho, amarelo, azul e preto e são combinadas de formas diferentes. O verde aparece muito também por conta da própria cana e das paisagens, mas são essas. Aí o que vem a partir disso é mais variação feito o marrom com a sobreposição. Aí vão ter os rótulos que são mais marcantes com aquela paleta vermelho, preto e amarelo, que é bem marcante, mas entra também muito verde e azul, o azul substituindo o preto.

ANGORÁ – MG

M: A gente tem um gatinho, de Minas Gerais também e é um Angorá.

P5: É o nome e a figura.

M: E aí por que vocês acham que esse angorá está aí?

P9: O casamento das cores. Está um pouco fora do registro.

P8: Eu estou me perguntando se foi proposital o efeito de sombra, porque ele podia ter deixado branco ali. Ele não tinha para que sobrepor, se ele não quisesse. Para que ele vai criar esse problema? Por que ele não só deixou branco o fundo? Porque veja: numa pedra aí o cinza que ele fez o pontilhismo para dar o efeito de cromolitografia. O papel é branco ele molhou muito de graxa lá em cima e saiu pontilhando até fazer o degradê. Quando chegou lá embaixo, ele fez no cinza também as letras. Ele poderia não ter feito nada, se ele não quisesse esse efeito de sombra. Ele podia ter simplesmente impresso a pedra preta. Que isso não é policromia, não é offset.

P9: Se notar em cima aí do lado direito, tem uma sobra do branco e a sobra do cinza

P8: Porque lá em Minas Gerais não botou, ele não se interessou de botar em cinza.

M: Pode ter sido uma segunda impressão também.

P9: A dificuldade é a seguinte: a gente está indo no local onde é vendida, onde é produzida a cachaça. Na minha cabeça, estou sentindo falta de saber quem era que fazia o rótulo porque o cara podia fazer, sei lá, na Bahia, em outro canto.

M: Essa informação a gente não vai ter, só em alguns.

P9: Você que vê que é Minas Gerais, para mim cavalo marinho não interessa, não tem sentido, agora se o rótulo foi feito na Bahia...

M: Na verdade quem era responsável pelo rótulo era o engarrafador.

P3: Mas todas as informações de rótulo, a pessoa dava. Mesmo que fosse produzido em outro estado. Então a pessoa indicava o que queria.

P9: Eu acho que pode ir para a capital mais próxima. Por exemplo: eu tenho procurado referências de litografia em Caruaru e não tenho achado de muita coisa. E eu sei que muita coisa vinha a ser feito por exemplo da gráfica de Seu Chiquinho e seu Hélio depois, é porque está lá hoje em dia uma artista que eu esqueci o nome.

M: Eu fiz registro das gráficas que tinha. Mas digamos que de 4.600 rótulos, 1000 têm o registro da gráfica.

P9: Quantas gráficas tinha?

M: É bem difícil, até porque tem que saber em que tempo elas funcionavam. E meu trabalho não direcionou para isso. Eu fiz um levantamento, mas assim já dá para ver que também acontecia de ter gráfica de outro estado que fazia rótulo para outro estado. Não estou dizendo que tem muito, não é recorrente, mas tem um intercâmbio sim.

P8: Tu sabes que Jarbas Agra fez um levantamento da tipografia daqui ne?

M: Pronto, mas, o gatinho?

P5: Pois é, gato bebe leite ne? Eu estou aqui pensando o que é que tem a ver.

P8: Ah, ele é sofisticado. Aguardente fina. Angorá. Eu acho que quer dizer que é uma cachaça melhor, mais sofisticada.

M: Por que é um angorá?

P10: É, um gato de raça. Ele quis se diferenciar de outros gatos. Eu não vi o nome dos outros que o desenho do gato.

M: Tem com o nome "gato preto", tem "gato branco".

P9: Com relação imagem e nome.

M: Isso, com relação direta

P7: Os outros animais são sempre a relação de força, poder, imponência.

P10: Esse está delicado.

P9: Se tem nisso até em marca atualmente. Você tem uma marca que é líder e as outras tentam acompanhar o padrão. Por exemplo, Pitu, aí você vai ter caranguejo, um bocado de coisa. Não sei se é possível chegar num padrão assim porque por exemplo "angorá" como se tivesse a marca principal "Gato Preto" aí as outras vão atrás.

M: Isso, a gente consegue enxergar isso em algumas, nesse caso específico eu não encontrei a que teria sido a líder. E se ela foi a líder por que ela foi a líder, por que ela escolheu o gato.

P9: Porque na minha cabeça é a Pitu. Até a cor: preto, amarelo e vermelho.

P8: Tu sabias que eu tenho dúvida? Guaraná não é feito Antártica que só tinha uma não, tinha milhões. E dentro de Pitu não sei se ela inventou esse padrão, ela se destacou e ficou agora pé tem tantos pretos vermelho e amarelo, a gente precisa saber de quando era, porque talvez a Pitu só fizesse aquele o padrão preto, vermelho e amarelo porque já era a tendência. Ela só enquanto empresa se solidificou. Mas tem tantas. Qual é a mais antiga? Essa era uma boa questão.

P9: É essa coisa: uma se destaca e vira o padrão. Pode ser uma questão técnica. Eu já vi em mulheres o mesmo padrão Pitu.

M: Tem também. Homem também tem. Tem temática nada a ver também que usa esse padrão.

PAVÃO – BA

M: Também não tem informação da gráfica, mas foi engarrafada na Bahia então a gente diz que o engarrafador é que encomendava o rótulo ne, então se ele encomendou em outro Estado, ele encomendou o rotulo do pavão.

P9: Existe algum registro nacional disso aí?

M: O registro da marca?

P9: Digo assim um padrão geral, código de barra, tem várias coisas. Nesse período certamente tinha isso.

M: Tem o registro da aguardente, do produto aguardente, tem do laboratório, essas coisas e tem o registro do rótulo, que até certo tempo era junta comercial e depois mudou para outro departamento. Mas aí para buscar esse registro é bem complicado. Algumas ainda a gente encontra no site do INPI, ainda sendo antigo, tem o registro lá “extinto”.

P5: Essa questão de padrão de registro. Você tem ali “indústria brasileira”. Aquela primeira, da águia, era Marca Pátria. Talvez ver essa questão dessa referência: quando todas começaram a ter essa obrigatoriedade de colocar como “indústria brasileira” e se aquela anterior Marca Pátria era uma obrigação tal qual “indústria brasileira”. E aí é interessante porque se você tiver várias cachaças com Marca Pátria, com referência da procedência, da nacionalidade do produto, eles também têm o discurso, momento patriótico, nacionalista, Vargas, final Vargas e depois, quando usa “indústria brasileira”, que já tem um outro significado. Podia colocar Marca Pátria ali, mas já estava em desuso se atribuísse esse termo. Mas eu acho que talvez uma atenção especial a essa referência: se é em todas, se tem alguma que não aparece, se é realmente um padrão, obrigatoriedade.

M: “Indústria brasileira” é uma obrigatoriedade, eu não me lembro a partir de que ano.

P5: Você consegue fazer uma cronologia a partir disso.

P9: Todos os que eu vi ali não aparece o volume. Tipo 300 ml.

M: Isso é mais para a frente.

P9: Isso aí tanto podia ser vendido numa garrafinha pequena quanto numa de 600 ml.

M: Sim, não tinha ainda essa especificação. Não era obrigatório ainda colocar no rótulo. Isso aí são as pistas justamente para as datas. A questão da “indústria brasileira”, laboratório dermatológico. Pavão e aguardente, diz alguma coisa para vocês?

P8: Essa é fraquinha ne, só 20% de graduação.

P2: Esse pavão é peru, ne não?

P9: Eu sei que o rabo dele está parecendo fogo ali.

P10: Só não bate com a graduação do teor alcoólico.

P8: Ele é um bicho muito Art Nouveau. E a letra também parece um pouco.

P10: Lembra cartaz de teatro.

P8: Ele tem uns detalhes ali meio art decô, meio geometrizados na moldura e tem algumas referências...

P9: Eu acho que a informação é certa: é o animal desenhado e a marca:

P10: Eu sempre penso que ele quer se diferenciar das outras que tem animal. Agora não que o pavão exatamente tenha relação com a cachaça.

P9: Tem essa diferenciação, a marca batendo com o desenho? Gato com angorá, pavão com pavão.

M: Sim.

P8: Os animais são apenas um elemento diferenciador. Eu acho que existe a categoria “cachaça” e a categoria tem um padrão, como ele tem chamado atenção, da categoria, que é “animal” e aí eles saíram escolhendo animais. O Pavão é muito bonito, todo mundo acha.

P11: E essa relação direta com o nome, que você pode pedir a cachaça a partir do desenho do animal. Direto, sem ter um nome. Você liga. Como é que a gente aprende a ler e escreve quando a gente é criança? A partir da figura.

P8: A cachaça é popular, até para o analfabeto, você pode dizer “me dê a do pavão”, é um jeito fácil de pedir.

P11: Exatamente, você liga a figura direto ao produto.

M: Não tem erro ne?

P11: Não precisa ler. Talvez seja mais fácil de você gravar a imagem.

P8: É melhor do só que pode dizer "me dê aquela amarela".

P10: Aquela coisa de cores que você estava decompondo, ela tem o que?

P8: Esse você tem amarelo, preto e azul só.

M: Acho que nem preto tem, só azul.

P8: É, três cores.

P9: Você pedia nas bodegas. Você não tinha a prateleira cheia e ia pegar. Você pedia para a pessoa pegar.

P11: Então é muito mais fácil você dá ao cliente um animal, o que me causou estranhamento foi quando o animal foi um cavalo marinho, que não é uma coisa do imaginário popular daquela região, mas isso aí é muito fácil para a pessoa perceber a ligação direta. Gravar o animal, perceber o animal e lembrar de falar animal na hora de pedir, como ele falou, numa bodega, num mercadinho, alguma coisa, você pede. Você não vai lá e pega.

P8: Você está atrás de uma explicação de porque certos animais, ne isso?

P11: É, o que é que o animal está fazendo ali pergunta dela é essa.

P10: É porque, ela fez uma categorização de quantos aparecem na estatística, o animal é o quarto do maior para o menor.

M: Na coleção Almirante.

P10: Na coleção Almirante, que também é uma amostra.

P6: Esse pavão, o que me chamou atenção é a sofisticação do desenho, diferente de outros animais que muitas vezes são mais toscos os desenhos.

P9: Eu discordo, porque isso parece mais um peru que um pavão.

P8: É um peru com cauda.

P6: Para mim o que chama atenção nesse pavão é a delicadeza e sofisticação do desenho.

M: A escolha da letra ne?

P6: Para mim eu começo a imaginar o artista desenhando isso, não é um artista qualquer. Ele tem uma destreza, ele tem uma sofisticação no desenho, bem diferenciado de outros desenhos.

P9: Ele não desenhou um pavão. Ele nunca viu um pavão.

P6: Pelo nome pavão e pela cauda, mostra a sofisticação que ele tem.

P7: Mais uma vez é um animal imponente.

M: Tem uma moldura também.

P6: Tem um pouco de Arte Decô ne?

P8: Tem um pouco de Arte Decô e Arte Nouveau, eu acho

P6: É, Arte Decô e Arte Nouveau, tem algum estilo aí.

P11: As colunas dos lados. É imperial também.

P10: Pode ser até as colunas das usinas de açúcar. Pavão imperial.

P5: Tem um elemento talvez, já que você fez aquela tabela. De repente ousar e fazer algumas outras já propondo algumas categorizações. Ai não estou especificando na área de design porque eu não entendo. Existe por exemplo um banco de imagens no imaginário coletivo, que as vezes não é tão intencional. Vou dar um exemplo da águia. Poderia ser um viés bem intencional ou não, mas mesmo não sendo só por uma escolha decorativa "ah eu acho bonito a águia, a águia é interessante", mas essa escolha também faz parte do imaginário coletivo que circula.

Aí se você faz um histórico, como ele colocou, a águia é o símbolo de exército desde Roma e você tem isso entre os nazistas, você tem vários usos da águia como elemento de força e relacionada a exército e a guerra e etc. porque é destemido. Então você tem algumas características, aí tem vários estudos sobre semiótica ligada a animais. Então você tem lá águia, representação de força, usada em símbolos de exército etc. Mesmo que a intenção de quem fez o desenho não fosse "ah estou passando uma mensagem", mas ele recebe essas imagens, essas referências que aparecem cotidianamente. Não quer dizer que todo animal que está aí vai ter. Pode ser que o pavão aí seja pavão significando pavão, mas pode ser que umas outras como serpente, águia...

P6: Touro, touro vai aparecer muito

P5: Touro, touro também é um animal que historicamente é usado em diversas... E fora isso elementos coletivos. Concha, a gente encontra conchas nas igrejas, nas portas das casas, tem elementos maçônicos ligados a isso... Nem precisa procurar tanto, mas também fazer um banco diferenciando o que são aquelas imagens que já fazem parte de um imaginário coletivo, com finalidades meramente decorativas e outras que buscam indiretamente uma mensagem, de força, de traição. Não é à toa que a serpente tem a questão ligada a Eva, tanto que nos rótulos ligados às mulheres, você tem a serpente, muitas vezes a mulher e a maçã, essa coisa da mulher traiçoeira. Então tem esses elementos que têm uma mensagem para além.

P9: Quando eu comecei a fazer Design, quando o computador era a lenha, eu participei com Edna justamente de análise de caricatura e linguagem não verbal. E aí eu comecei a ver as caricaturas e tinha assim, um peixe, o que é que ele está representando? Ele podia ser um peixe, ele podia representar alimento. Foi uma categorização mais ou menos assim, aquele animal está alegoricamente, está representando algo bem demarcado ou não, é um bicho que está relacionado com o nome.

Então você tinha República, tinha a figura da República, e às vezes aparecia um peixe República. Então havia duas formas de apresentar aquilo ali. Ou então aparecia um peixe que o cara tinha pescado e estava lá. Você tinha praticamente três níveis de representação: um que era demarcado, essa coisa do consciente coletivo, República como a figura da mulher; outro era o peixe com o nome República que você tem essa associação direta, com legenda; e o outro, que era o peixe como peixe. A águia, a gente pode passar três dias aqui para tentar saber o porquê, quando apenas o cara disse “não, achei bonito”. Para saber isso aí no rótulo teria que ter essa informação.

Nas caricaturas quando aparecia uma alegoria, quando aparecia algo a mais, ele determinava. Tinha embaixo a legenda dizendo o que é que cada coisa era, para educar o olhar. Então assim, chegar para o pavão, e dizer o “pavão representa beleza”, a gente pode passar três dias aqui discutindo isso. Mas não, alegoricamente representa isso, o cara aqui teve essa intenção.

Tem essa coisa do consciente coletivo, tem a coisa dos animais que representam determinadas alegorias e o que achou bonito, o que estava no clichê, às vezes o cara disse “olha, tenho pavão aqui, boto?”. Eu acho mais complicado porque não tem essa necessidade direta de explicar. Se fosse um pavão aí e a “cachaça da boa”, a gente ia passar três dias aqui discutindo o que é que tem a ver o pavão com “da boa”.

P8: Tem essa questão que ele está dizendo, que a gente nunca vai ter acesso às pessoas para perguntar na época.

P11: O nível de intencionalidade.

P8: É, mas o foco não é esse. Assim como os arqueólogos contam o passado a partir dos elementos da cultura material que eles resguardam, tudo o que a gente tem são esses documentos, para tentar entendê-los de alguma forma. Isso é o que nós temos, isso ela está tentando na pesquisa dela compreender o que isso quer dizer. Mas, eu acho que alguma coisa que é interessante lembrar: o que existe são os donos das fábricas de cachaça, os alambiques. Ele faz uma cachaça e precisa comercializar. Nesse

tempo, muitas vezes, ele não vai para uma agência de publicidade, ele vai diretamente na gráfica. Ele vai na litografia.

Dentro da litografia, tem uma pessoa responsável pelo desenho que, muitas vezes, ele tem um padrão que já acontece. É o cara, não sei se é o dono, que talvez ele chegue com o tema. E o desenhista da gráfica, que às vezes era uma pessoa muito simples, nem tinha essas intenções todas. Ele tem aquele repertório, aquele leque das possibilidades de desenhista comercial, que ele não é um grande artista, ele trabalha para a gráfica enquanto desenhista, rotulista, propagandista. Se chamava muito de propagandista. Ele só faz. Eu não sei o quanto de intenção...

P9: Voltando para a questão da litogravura. Isso era feito em série. Uma litogravura fazia um rótulo de cachaça para vários engarrafadores. Então ele aproveitava já o padrão que tem lá e questão da cor ne?

M: Bom, esse daqui provavelmente é estoque ne, o nome foi colocado depois.

P11: Uma coisa que eu queria saber é o seguinte: será que não existia a possibilidade de nessa gráfica, como ela falou, ter a pessoa que faz e ele já ter alguns animais e dizer: a gente tem isso daqui.

P8: Esse aí eu já vi trezentas vezes, esse mesmo aí só muda um pouquinho. Inclusive eu já vi, não sei se você já viu isso, M, de ele mudar o fabricante, usar o mesmo desenho, como acontece no clichê tipográfico.

M: Sim sim.

P8: O clichê é trabalhoso fazer

M: Que é o que a gente chama de rótulo de estoque.

P8: Exatamente, ele tem lá aquela coleção de clichê, vai chega um cliente novo, um caminhão, uma transportadora, ele só muda o nome da transportadora e bota o mesmo clichê de caminhão.

M: E provavelmente era também a forma mais barata. Então você vai querer um rótulo exclusivo?

P8: Pois é, ele pega o padrão. Porque quando é esse aqui ele mostra um catálogo de possibilidades.

P11: Então pode ter a ver com a história do cavalo marinho. Algum desenho que chamou a atenção dele: “Não, gostei desse desenho, é o que, é um cavalo marinho? Bota aí”.

KANGURÚ – PB

P11: Evita, foi longe hein?

P10: Paraíba

P8: Paraíba. No Nordeste já chega o nosso padrão de cor. Preto, amarelo, vermelho.

M: Mas vejam assim, é preto amarelo e vermelho, mas ele não está tentando imitar o da Pitu.

P8: Eu não sei quem imita quem, eu não sei de quando é esse, eu não lembro exatamente de quando é da Pitu.

M: Esse é da década de 50, pela análise

P8: A outra era 20%, essa é 54%, é quase um absinto.

P9: Esses rótulos de estoque, conseguiu pegar alguns que se repetiam?

M: Sim.

P9: Mesmo padrão, só mudava o...

M: Só o engarrafador.

P9: Tinha o mesmo animal e o nome também?

M: O nome também. Mesmo nome só mudando o engarrafador. Isso aí eram os produtores pequenos que pegavam.

P8: Guarda a pedra, às vezes muda só a partezinha.

P6: Tem tatu de vários estados, mesma figura. A mesma coisa de mulher, essas figuras hollywoodianas. As atrizes, Gilda, não sei o que, as pinturas se repetem em vários rótulos. Até o desenho da mulher é igual.

P8: Agora esse aí eu acho que é todo escrito a mão.

M: A referência do canguru vocês acham que pode ter vindo de onde? Porque alguns bichos, a gente encontra realmente, no jogo do bicho, em cordel...

P5: É bem interessante como o cinema já entra em cena. Existem referências de imagem que só são possíveis, para alguém que está na Paraíba associar a um canguru sem ver via cinema ou via desenhos. Claro que sempre você vai ter livros de animais e o canguru entra como elemento exótico. Mas com o cinema você já tem uma massificação desse imaginário coletivo.

P6: E esse parece inclusive um cartaz mesmo de filme. Parece o sol atrás assim.

P5: Eu fiquei na hora "parecia de um filme". Só lembra os cartazes de filmes.

P9: Também o nome.

P5: O K, uma coisa bem estrangeira

P9: Pavão, pitu, tatu

P10: Essa coisa do U ne?

P9: Não, eu estava pensando na palavra oxítone.

P10: E talvez ele colocou a coisa da sonoridade mesmo. Canguru.

P5: K é ótimo aí ne.

P3: O conjunto foi feito por uma pessoa e chegou alguém e disse "olhe está faltando uma ilustração, está faltando uma imagem". Ai alguém chegou e colocou esse canguru com essa moldurinha, essa rendinha, que não tem nada a ver com o todo. Tenta ser delicadazinha. Então parece que tem dois autores aí.

P9: E novamente desenho de cabeça. Está mais para um coelho, alguma coisa assim.

P8: Eu também achei parecido com um coelho.

P3: Ele cortou uma parte importante do canguru que é o rabo, que é onde o canguru se apoia quando fica assim

P10: E a barriga não aparece.

P8: A proporção está muito estranha. Tem pernas enormes e um tronco muito curto.

P9: Está parecendo o Pernalonga alguma coisa assim

P8: Nos anos 50 a gente não tem televisão comumente na casa das pessoas não.

P5: Só que no interior já tem cinema. Qualquer cidadezinha do interior com uma pegada de modernidade e se você for contextualizar historicamente, também a ideia da entrada dos Estados Unidos como referência cultural a partir do pós-guerra. E aí você tem uma série de referências imagéticas, de entrada de cartazes. Só lembra aqueles cartazes de Nova York, amarelo, vermelho e preto, que se usava muito nesse período nos Estados Unidos. Talvez referências norte-americanas. O K também, que não faz parte do nosso alfabeto, que é alfabeto anglo-saxônico.

As pessoas começam a colocar nos seus nomes o K o Y como elementos de uma certa modernidade, porque os Estados Unidos vêm com esse discurso de modernidade. O Brasil entra nessa como se fosse agora os tempos modernos, das linhas retas. Então, contextualizando como muda, o período dos anos 40, e como já nos 50 a entrada dos Estados Unidos, o que move a abertura do Brasil para a influência norte-americana, nos anos 50 e no uso

desses códigos e modos da publicidade, que é muito influenciada pelos norte-americanos.

P9: Esse ATG, Rio de Janeiro, é o que?

M: Isso é análise de laboratório da bebida.

P9: Você não consegue por aí localizar não?

M: Não, só dá para a gente consegue ver a década. Sabe o que acontece também? Esses registros duravam muitos anos. Mais de dez anos, pode registrar lá, mas estar circulando mais para frente.

P5: Eles tão bem sintomáticos de modernos. Já faz questão de colocar o endereço do telégrafo ali. Ideia de modernidade. Embora a rendinha realmente destoou.

P11: Essa rendinha... Se tirar tudo daí, tem uma lógica. Se tirar esse amarelo desse canguru, é um rótulo, quando coloca é outro. É como se tivesse sobreposto.

P10: Agora ainda acho que ele pensou pela sonoridade mesmo.

P8: Eu acho que o nome talvez, canguru.

P11: Até para você pedir um Canguru é difícil, porque não está no seu imaginário.

P8: Sabe o que eu pensei olhando essa marca. De uma maneira geral é muito comum nesses rótulos o uso de tipos assim grotescos. No sentido de grotesco, sem serifa. E isso é uma coisa que não existe no século 19. Isso é uma coisa que vai se fortalecer depois do Modernismo, principalmente depois dos anos 20. E o que na verdade vai influenciar muito no mundo, a gente estuda isso na História da tipografia, e que é o que vai influenciar o uso dos sem serifa na Bauhaus, é o modernismo das letras usadas no Construtivismo dos movimentos russos.

Uma das grandes referências de uso dos sem serifa, no começo do século 20, é os cartazes do Construtivismo, que tem uma cor vermelha e preta. Aliás, preto é a cor mais impressa em toda a história das gráficas e depois o vermelho. Aprendi com professora Edna.

LEÃO

P8: Esse parece mais antigo

M: Esse é do Piauí

P8: Esse é cromolitografia.

M: Não tem nem "indústria brasileira"

P8: Esse é mais difícil dizer quantas cores tem. Amarelo tem com certeza, vermelho, preto, mas não sei aí nesse pontilhismo...

M: E azul. Acho que são só essas quatro só.

P8: Essa eu estou achando que não é azul não, é preto

P11: O bicho, ele sabe muito bem o que está fazendo ali, que ele já coloca "superior aguardente de cana" e bota o considerado rei dos animais. Ele já disse a que veio.

P10: Mas o nome dele é leão, o sobrenome é leão.

P5: Viúva Miguel de Area Leão.

P11: Ah, é o sobrenome, não tinha visto ali embaixo.

P5: Esse leão está esmagado aí, coitado.

M: É o sobrenome, mas o leão, independente de sobrenome também aparece muito

P3: Uma coisa que chama atenção é a forma.

P11: O leão está muito confuso, olha a cara dele. Está com um vinco assim que ele não está bem, não está num bom dia.

P8: Todas as letras que estão arredondadas, elas têm uma linha reta. Até "22 fabricada" é uma Cabel. A de baixo parece nitidamente uma Futura, "viúva Miguel de Area Leão". E de baixo ela é Slab que aí já me parece influência do mundo da tipografia que foi para a litografia. Não sei como exatamente. Os de cima é tudo reto, tudo desenhado a mão.

P9: Tem um "area", que escrevia com circunflexo, então foi um erro?

M: Teve uma reforma ortográfica em 40 e pouco ne?

P9: 48.

P6: A gente se confunde muito. A gente pode pensar que esse rótulo é dos mais antigos, mas ele pode ter envelhecido antes. Mas esse formato arredondado pode ser dos mais novos, não seja tão antigo quanto os outros mais quadrados. Ele pode estar querendo ser mais sofisticado, mais moderno, com o formato mais para vinho.

P10: Mas pelas informações que constam no rótulo você vê o período histórico assim, as exigências que eram feitas.

M: Esse aí só tem "indústria brasileira" e o grau.

P6: A condição de conservação dele não quer dizer que ele seja mais velho que os outros, ele pode ter sofrido mais de alguma forma. Eu acho

que tem que procurar outras coisas, como isso que ele está dizendo do "area".

P8: De uma maneira geral a gente está dizendo que ele parece mais antigo. Mas é tudo de 40 e 50.

M: Tem um ou outro que é mais antigo ou mais recente.

P10: Ele reúne essa coleção nesse período entre 40 e 50.

P8: Ah, mas pode ter uma coisa mais antiga.

P10: Ele faz uma campanha pelo rádio solicitando aos ouvintes que mandem rótulos para ele. O almirante.

M: Então tem uns que as pessoas podiam ter guardadas em casa e ser mais antigo.

P10: Aí também é uma certa representação nacional, pelos ouvintes.

P8: E como viu? Que campanha. Isso é uma coisa interessante para entender o que foi que ele fez para mandarem tanto rótulo de São Paulo para ele.

P10: O poder do rádio.

P8: Ele era daqui?

P10: Não, era do Rio.

P8: E como chegou aqui?

P1: A viúva vendeu, acho que ao Museu do Açúcar.

P8: Que tinha interesse na questão de cachaça, por conta daqui.

ARAÇARI E BICO DE LACRE

M: Esses dois aí são de aves. Também tem muitas aves na coleção almirante. E muitas vem assim com o nome específico mesmo que nesse caso é o nome da ave araçari, que é essa ave e bico de lacre também é um passarinho.

P8: Eu acho esses tão bonitos.

M: E aí o vermelho presente também nas duas, nessa aqui vermelho e azul e ali vermelho e preto só.

P8: Tem azul também.

M: No bico de lacre?

P8: Não é azul não? Tem azul.

M: Tem, tem azul.

P8: Tem quatro cores o da direita. Não, o da esquerda tem duas o da direita tem três.

M: E aí, o que é que representa para vocês?

P4: Na minha ideia, é tradição.

P5: E aí de repente também esses pássaros não sei se eles eram... Porque as duas são do rio, ne? São do estado do rio e ali o "produto do estado do rio"

M: São Gonçalo.

P8: Eu acho que aquilo ali era um carimbo viu? O "produto do Estado do Rio". Eu estava prestando atenção naquela cor ali. Acho que aquela cor ali é um carimbo depois. Acho que ali não é do rótulo original não.

P1: Tem "adega gaúcha"

P10: É a marca.

P1: São Gonçalo é do Rio de Janeiro.

P8: Não sei se era pássaros típicos. E os dois tem a cana ne.

M: A cana vem sempre presente. E bico de lacre?

P9: Está faltando a referência de qual seria o bicho. Se está batendo direito.

M: O bicho é o passarinho.

P9: Eu não tenho essa referência do animal. Feito o pavão lá, que o cara fez um peru.

M: Sim, mas era um pavão ainda, ele tentou fazer um pavão, tinha uma cauda.

P9: Só faltava aquela pelezinha no bico.

M: Mas o araçari é uma ave que lembra um pouco o tucano, com esse bico

P10: E o bico de lacre é o nome dessa ave mesmo?

M: É o nome do passarinho

P8: Acho que no caso do araçari com esse nome, pode ser uma referência à questão local. A escolha desse bicho. É uma possibilidade. É um bicho da região. É uma forma de louvar a questão da identidade local.

P5: Eu também pensei nisso, eu tive essa ideia de regional. De ter passarinho que é uma referência daquela região.

P9: Tem alguém galo de campina?

M: Com esse nome não, tem galo. Com o nome "Galo de campina" não.

P9: Porque tem bico de lacre, podia ter galo de campina

P8: Galo de campina e bico de lacre é o mesmo bicho?

P10: Galo de campina tem uma cabecinha vermelha assim

M: Galo de campina é a mesma coisa que cardeal do Nordeste? Porque o cardeal tem.

P10: Não. O cardeal tem um topete maior.

P3: O araçari é exatamente isso aí. É lindo.

P5: O universo é bem popular ne. A coisa do passarinho, das feiras de passarinho, prender passarinho, de vender passarinho. A cachaça circula ainda hoje nesses espaços.

P10: No mercado da Madalena.

P5: Eu tenho essa imagem da garrafa de cachaça e uma gaiola. Vocês não têm isso no imaginário de infância, não? Meu pai sempre tinha essa coisa: cachaça e passarinho. Eu ia muito em feira de passarinho com meu pai.

P8: Mercado público e cachaça, para mim os dois representam. É verdade, é a reunião.

P11: Tem um navio ali, lá em cima.

P8: Ali é a marca deles, a marca deve ser esse navio.

M: Feito uma caravela na verdade.

P6: Acho que esse hábito de ter gaiola, era maior do que hoje

P5: Era bem maior, era muito comum as pessoas.

P8: Minha mãe pegou tanto, minha avó. Ave maria, não deixava de jeito nenhum mais. De alguns anos para cá as pessoas tiveram consciência que maltratava o bichinho, as pessoas foram parando.

P5: Era muito comum as pessoas andarem com arapuça. Até hoje no interior ainda tem, na zona da mata.

P11: Na praça da Várzea final de semana o pessoal leva os passarinhos para passear na gaiola.

P5: Qualquer praça do interior daqui. É muito comum ainda. Isso faz parte do universo popular.

P10: O bico de lacre é isso mesmo. O biquinho vermelho.

P8: Ah é o nome mesmo. E ainda estava pensando aqui se bico de lacre queria dizer que era calado.

P11: Qual é a cor da pelagem dele?

P10: É assim mesmo.

P11: Foi esse passarinho que eu e Tulio fotografamos aqui, no pé de pau-brasil. Esse mesmo. Ficou todo mundo tentando descobrir que passarinho era esse. A gente achou que era um Mandarin.

P8: Então talvez tenha essa lógica, numa questão de regionalidade.

P10: É meio begezinho e cinza, com o biquinho vermelho... Está dizendo aqui que foi trazido para o Brasil durante o reinado de Dom Pedro I. Hoje é encontrado na Bahia, Pernambuco, Espírito Santo, Pará, Amazônia...

P3: É, no Brasil todo.

M: Acho que talvez ele fosse comum nas feiras.

P3: Houve características que ele não ressaltou.

P1: É a diversão das pessoas que gostam de beber.

M: Ele retratou o bico vermelho só.

P9: É um uma forma de conquistar esse público cachaceiro, que gosta de guardar passarinho. O passarinho talvez venha nesse sentido, de conquistar, de seduzir os criadores.

BORBOLETA

P11: Borboleta. Você bebe e sai voado.

P8: Olha o teor dessa.

P11: Deve sai voando por aí com esse teor alcoólico.

P7: Borboleta é igual a Redbull.

P5: Acho que é a coisa da palavra "fina".

P11: E também dá asas.

P5: Fina aguardente de cana. O "fina" ali, o destaque para o "fina" dá ideia de uma delicadeza, de uma aguardente tal como uma borboleta. Algo mais sofisticado, suave, mais fino. Borboleta talvez remeta mais a essa delicadeza. Ninguém vai botar fina aguardente de cana e botar um leão ne.

P8: Essa tem quatro cores.

P11: A do leão tinha "superior" aí eu relatei à ideia do rei. Mas o sobrenome também era leão.

P6: Em outros aparecia também. Acho que como especificação de repente da filtragem, algo assim.

P5: Talvez uma aguardente mais elaborada.

P6: Tinha uma que era superfina, não era?

P9: Novamente o animal com o nome.

P11: Diretamente relacionado ao nome. O que ainda me passa essa sensação de que como é um público mais humilde, talvez menos letrado, é mais fácil você visualizar a imagem e dizer. Agora pedir um canguru é um negócio complicado que não entra na minha cabeça, e nem um cavalo marinho. Mas tudo bem.

P5: Mas faz todo sentido o que você falou. A pessoa pedir algo que não conhece.

P11: O cara já tinha tomado três aí ia pedir a quarta que era o cavalo marinho. Ele não vai lembrar do cavalo marinho.

M: Ainda mais em Minas.

P5: Até os passarinhos, se os caras conheciam muitos passarinhos...

P11: Se é da região, ele já vai lembrar.

P5: Como o galo de campina que aqui a gente conhece bem. Você diz "ah, aquela do galo campina". Sem precisar ler.

P11: Porque era como ele falou: se pedia na mercearia, você não ia lá e pegava no supermercado.

P5: "Eu quero aquele canguru aí"

P8: Ele não tinha visão de marketing, ele botou porque achou que era, aí foi um devaneio dele.

M: Borboleta está no jogo do bicho.

P5: Outro imaginário

P8: É, outra relação do popular.

DRAGÃO

P11: Sério que isso é um dragão? Esse dragão está tão decadente, minha gente, o que é isso?

P10: A referência aí é o fogo.

P1: É um calango.

P8: Aí eu vejo a referência totalmente heráldica. A "tradição", moldura.

P11: Tem um bicho que mora ali no estacionamento que parece um lagarto grande. Parece com isso aí. Veronilda viu ele uma vez chegou dizendo que viu um jacaré.

P8: Ele tem o brasão. Tem escudo e tem o bicho.

P7: Acho que faltou espaço para fazer um dragão grande.

P9: Aquele nome ali "G. Lussac", acho que apareceu em uma ou outra. Está vendo ali? Já visse alguma referência, alguma coisa?

P8: O que danado será isso? É uma coisa boa para perguntar.

P11: Está escrito com o mesmo tipo de grafia do "54 graus". Talvez seja a coisa de medição, talvez seja o órgão que mede.

P8: Pode ser. Onde que ele aparece de novo? Dá para ver?

P6: G. Lussac pode ser a casa tipográfica.

M: Aqui. G. Lussac, no Araçari.

P5: Ele é um químico, Gay-Lussac. É a referência técnica.

P11: Olha, ela descobriu na internet. Ele faz a referência técnica dos graus. Por isso está com a mesma letra. Agora em volta do dragão tem uns elementos bem alegóricos.

P9: Provavelmente ele não sabe o que é um dragão. Acho que a ideia é, o pessoal disse "olha, é um bicho que solta fogo pela boca, tem um rabo".

P11: É uma mistura de dragão com aquele cachorro da CoFarm. Como é o nome daquele cachorro?

P5: E ele tem uma garra ne?

M: Como se fosse uma tentativa de fazer um dragão chinês. Ele é bastante comprido ne.

P9: Essa moldura bem... pegou alguma coisa da mãe, alguma coisa assim. Tinha muito naquelas camas.

P11: Exatamente

P1: Um móvel da casa, a fechadura

P9: Uma cômoda.

P5: É uma garra que ele tem aqui?

M: Os dentes

P1: Acho que é língua.

P8: Pode ser língua, pode ser dente. Achei que era língua, dragão não tem esse negócio de língua para fora? Agora, o que eu acho que aconteceu ali é que o senhor que trabalhava na gráfica só podia fazer esse formato só queria dragão de todo jeito e ele teve porque teve de espremer.

M: O que vocês acham dessa linha na cauda dele?

P5: Eu tinha visto antes, me lembrou sabe o que? Daquele rabinho do Ursinho Pooh.

P6: A costura?

P5: O rabinho costurado. Quando eu vi eu me lembrei, parece o rabo do Pooh.

P6: É como se fosse uma setinha ne

P8: É, para dar uma continuidade. Ele tem aquela coisa aqui no meio da coluna é como se ele quisesse dar a ideia que continua.

P9: Jacaré tem isso. No meio da cauda.

P8: Olha o comentário que ele fez aí, tem referência a jacaré. Que o jacaré tem isso pelo o meio. E isso faz sentido. É o dragão da gente, o jacaré.

P7: Ele pegou o que ele tinha de referência.

P9: E a cara é um boi. É uma esfinge isso aí. Uma cabeça de boi, corpo de jacaré.

P8: É uma quimera.

SURUBIM

P8: Eita danosse, que é isso? Ah, é o peixe.

P11: Lembra o da Pitu, não sei porque.

P7: E parece um foguete, não é?

P11: Uma nave espacial.

P8: E é cromolitografia de novo.

P9: Novamente o cara não sabe o que é perspectiva. O surubim está parecido, mas...

M: Está parecido com o surubim?

P9: Está parecido.

P8: Esse tem pelo menos 5 cores.

P9: E essa garrafa está parecendo um módulo lunar.

M: E o rótulo da garrafa tem o rótulo do surubim também.

P9: É como se ele estivesse em volta da garrafa.

P11: Gente, ele não está dentro da garrafa, agora que eu entendi. Ele está agarrado na garrafa.

P8: Gente, é metalinguagem. Tem um rótulo dentro do rótulo.

M: E essa coisa do bicho estar com a garrafa e ser o mesmo rótulo, tem umas recorrências, com essa metalinguagem.

P9: Enrolado no objeto.

P8: Olha a letra "surubim". Essa é russa demais.

P4: Essas bolinhas no peixe, existem mesmo?

P3: Tem. O surubim tem.

P5: E o que é que sai ali da tampa até o peixe.

P11: É o lacre.

P9: Não, é tipo um fio.

P8: É o fio, acho que é o barbante.

P9: É meio que uma barba do peixe. É tipo um bagre.

P8: Ah, é o bigode do surubim.

P9: Ele está tentando sugar a tampa.

P11: Ele está agarrado na garrafa.

P8: Esse quer tomar mesmo viu? Será que é o chão do mar esse preto aí? Porque ele está envolto, veja, a garrafa está dançando. Vai que foi o surubim que achou no fundo do mar.

P11: Ele levou a garrafa para lá.

P9: Tem uma linha descendo da barriga dele que é a mesma coisa do jacaré.

P8: Olha esse aí, analisada pelo Instituto de Química... o sobrenome só esqueceu de dizer.

M: Não preencheu ainda. Muitos rótulos desses não necessariamente eram retirados da garrafa, saía direto da gráfica. O fato de ter peixes assim, que a gente umas recorrências de peixe. O porquê de ser peixe.

P4: Acompanha a bebida? Acompanha como tira gosto?

P5: Participei de uma pesquisa sobre o Maracatu Cambinda Brasileira. E o cambinda era um peixe que era muito comum. Eles pescavam muito e comiam muito, os trabalhadores que participavam do maracatu. Então, eu acho que o peixe está muito relacionado a isso, ao consumo e aos rios também.

P11: Mas o surubim em Sergipe é complicado viu?

P6: Mas aí se criou esse costume de colocar o peixe e aí foi se colocado sem nem pensar mais.

P3: São Francisco, é peixe de rio.

P11: Engraçado, eu achei que era da Amazônia

P9: Acho que é a questão do animal e o nome

P11: Mas é o que ela está buscando. Fazer uma relação dessa presença deles animais com a aguardente

P2: Acho que eu devia ter tomado alguma coisa antes de vir para cá. Porque eu too muito sem imaginação.

P11: Para distrair é muito importante a presença da cana.

P9: Essa coisa do nome em relação a cachaça, está me vendo na cabeça assim, no interior tinha essa moda de dar nome de peixe para cachorro, quiaba, baleia, surubim. Rezava a lenda que era pra o cachorro não ter hidrofobia e não ter raiva. Aí tem essa moda.

LONTRA

M: Tem um rótulo com nome ariranha também, que é como se fosse outra espécie. Só que eu coloquei esse porque estava mais bonito também.

P10: Ele está comendo um peixinho.

P8: Maringá. Outras referências também. Isso é algum alemão. Porque é tipicamente alemão esse tipo de letra gótica. Está bem medieval.

P6: É verdade, a fonte, essa barrinha que parece coisa de castelo.

P8: É uma referência aos castelos.

P3: A letra gótica, ne?

P6: Acho que até o bicho, lontra é um bicho meio... a gente tem lontra aqui?

M: Tem vermelho, preto e amarelo também.

P8: Acho que tem azul, amarelo, vermelho e preto. Eu não sei se é um pontilhismo ali com vermelho lá em cima. É um pontilhismo. É cromolitografia também. Tem quatro cores.

P4: Aquela tinha importação e exportação.

CALANGO

P5: Calango é muito daqui gente. Meu avô chamava muito calango "ei calango, olha aquele calango".

P10: Eu acho esse lindo. Adoro esse calango.

M: E tem esse mesmo rótulo impresso em outras cores também. Aí nesse caso é um laranja com um verde e amarelo.

P10: Eu gosto muito da cotia, do calango.

M: Esse também não está preenchido, o rótulo não chegou a ser aplicado na garrafa, provavelmente.

P6: Eu lembrei sabe de que? Eu acho que tem uma banda de forró, aquela "Calango alguma coisa".

P10: "Calango aceso"

P6: "Calango aceso". Que era de Pesqueira ne, eu não sei se tem a ver com uma referência.

P5: É porque calango é um bicho muito do interior.

P11: Eu me deparava com calango, agora nunca mais vi.

P10: É porque agora tem menos casa no mato, mas nas casas de antigamente tinha muito calango. Na casa da minha avó que era aqui em Casa Forte tinha vários calangos.

P3: Aí já entra no modelo da Pitu.

P8: Totalmente.

P3: Cores, composição.

P8: Tipologia da tipografia.

BODE CHEIROSO

P7: Bode cheiroso. Tem uma paisagem ne?

M: Tem a data impressa, não está dando para ver, mas é 57.

P10: Tem em cima e tem embaixo. O desenhinho em baixo é composto.

P6: Tem o carimbo também. Estas vendo o carimbo ali? Abril 57. Já mostrou a usina ne, embaixo

P2: É a Fratelli Vitta, o engenho.

P8: Esse engenho aí?

P2: Não, Rua Fernandes Vieira, porque lá tinha a Fratelli Vitta, tinha mais de uma indústria parece.

P6: A Fratelli Vitta imprimia litografia, ela tinha uma gráfica.

P4: Não é soledade não?

P8: Fernandes Vieira

P2: Fratelli Vitta, uma fábrica de refrigerante muito famosa. Eu estudava na frente, minha escola ficava na frente da indústria.

P10: Eram dois irmãos italianos. Era a família Vitta. Eu conheci uma pessoa que era dessa família

P8: Eu conheço também

P1: Eu tenho fotografias dos aniversários, eu morava em Monsenhor Fabricio, naquela rua monsenhor Fabrício, os aniversários da gente 50 anos atrás e aí tinha os guaranazinhos.

P10: Ninguém pesquisou ainda sobre a Fratelli Vitta

P8: Pois é, e era um trabalho bem importante de ser pesquisado quanto indústria.

M: Era só refrigerante?

P2: Que eu me lembre era só. Tinha um de pera que era delicioso.

P8: Tinha o guaraná normal e tinha eu acho que o guaraná Fratelli que a Brahma ficou vendendo por um tempo, depois que a Fratelli Vitta vendeu. As pessoas gostavam tanto que continuaram vendendo.

P2: Comprou e depois fechou.

P8: Eu me lembro do de maçã que eu adorava quando era pequena.

P2: Era maçã? Não sei porque, eu acho que era pera.

P8: Podia ser pera, viu?

P3: Era uma delícia.

M: E o bode cheiroso?

P10: Está ótimo, cheirosinho mesmo.

P4: Bode é uma referência muito nossa.

P6: As memórias aqui estão bastante vivas. Para você ver como a imagem acendem memórias.

P5: Acho interessante embaixo essa barrinha que ele coloca mesmo tem toda uma representação, tem a indústria, tem usina já.

P7: A cana, o carro

P5: A cana, o trabalhador, o carro de boi

P8: Está lindo isso, está bem bonita essa solução gráfica.

M: Tem vários rótulos que usam esse recurso.

P4: O que é que o bode tem a ver com cana?

P8: Ah, várias coisas. A gente viu já a relação com o peixe de tira gosto, ele pode comer. Porque é popular, a gente tem visto que tem sido uma tendência a coisa popular.

P10: Bota a cachaça com o bode.

P3: Essa expressão "bode cheiroso" é uma expressão bem daqui.

P8: Bem popular, pela aproximação o bode e principalmente o bode cheiroso...

P9: Era uma coisa rara. O bode em geral cheira mal.

P8: De onde vem essa expressão? Vai que é um elogio "olha, menino, está tão bode cheiroso". Conseguiu o impossível, ne?

P3: Uma coisa rara, uma bebida rara.

P6: Acho que tem a ver com comer o guisado do bode com a cana.

P11: Pois é, acho que era um tira gosto bem recorrente.

P6: Ainda é.

P8: E a gente está vendo que tudo tem um encaminhamento de algumas marcas que tão buscando um apelo sofisticado, com a heráldica, o gato angorá, que é um público x, quando tem outras que parecem justamente buscar um apelo popular. Eu acho que talvez a escolha de determinados animais é uma forma de se aproximar do público, do interesse da cachaça.

P3: Isso está acontecendo até hoje, eu acho, a cachaça está passando por um processo de qualificação do produto.

P6: Qualificação, sofisticação.

P9: Gourmetização, o termo é esse.

P3: Então os rótulos estão adquirindo requinte, como a Germana, a Cavalheira. Enquanto que outras permanecem buscando apelo popular, como a Sanhaçu, que é uma aguardente gourmetizada, mas que permanece como popular.

PACA

P10: E aí está de novo: vermelho, amarelo e preto

M: Essa é Almeiri Marx, Gráfica Almeiri Marx

P6: A paca, adoro paca. Linda, linda.

P5: Esse aí até a paca, o nome é parecido com o da Pitu.

P6: A mesma casinha que tinha no outro. Copiou e colou.

P5: Não, está diferente.

P6: Os elementos são os mesmos, mas está diferente.

P4: Tem o litoral representado também.

P7: E a paca é enorme.

P8: Oxente, mas a marca é procedente de Pernambuco e o engarrafador e distribuidor?

M: Então, a aguardente é de Pernambuco, mas o engarrafador é do Rio. Isso aí também acontecia.

P10: Então o pedido para fazer a paca, você acha que vinha mais do rio ou da pessoa que fez a cachaça?

M: Em teoria o engarrafador é o que determinava a marca.

P8: E vinha como, num barril de carvalho? Será?

P7: Eu estou achando legal a proporção. Botou ela como se fosse um animal gigantesco, deu importância ne, destacou.

P4: Essa diz a gráfica ne?

M: Mas não tem a informação de onde era essa gráfica. Porque tem umas que vêm acompanhadas com Estado, cidade. Não lembro se é... Não, é Rio, Almeiri Marx é do Rio.

P10: Estava pensando nessa história da referência da paca. Então vem mais do Rio do que aqui? Porque você está querendo achar a referência, ne? Ai quem pediu para fazer o rótulo?

P8: Porque essa tendência eu acho que é mais de Pernambuco.

P10: Ai o álcool a aguardente procede do Recife e vai ser engarrafado no Rio de Janeiro

P8: Talvez seja uma parceria, um grande engenho daqui, de alguém de dinheiro daqui, para ter uma distribuição nacional, mandava para lá e o negócio talvez fosse... Porque valorizou, procedente de Recife, Pernambuco. Ele está dando crédito a Pernambuco e fazendo lá, talvez.

P3: Agregar valor com essa referência à aguardente, a Pernambuco.

P8: A ideia de ser de Pernambuco, a cana.

P7: A proporção da paca em relação à paisagem

P4: Eu queria dizer duas coisas: uma é a proporção da paca em relação ao restante da paisagem, porque olha o tamanho dela e olha o tamanho da torre da usina. E a outra é a história dos coqueiros porque o litoral é o primeiro lugar que começa a ter os canaviais e até ir tomando o resto das outras áreas também, zona da mata e até mesmo agreste também em alguns casos. E outra coisa, eu não estou com muita certeza, mas esse P aí é igual ao do Pitu, essa fonte e em cima se não me engano "aguardente de cana" também está na mesma disposição.

P8: Isso é padrão de uma maneira geral. Esse encaminhamento. Compacta lá em cima. Agora o

que me chama atenção é que tudo aqui é feito à mão, aí não tem uma referência tipográfica mesmo. Mesmo quando é feito ali tentando ser bem certinho, olha quando é feito à mão, os espaçamentos. Olha como ele quer ser certinho feito a tipografia, mas não dá.

M: Tem umas gráficas que vem especificado, que ela é litografia e tipografia.

P8: Porque aí eu acho que ele consegue imprimir e transferir, uma parte para a pedra no desenho.

P3: Em fez em tipografia e transfere.

P2: Rapaz, eu vi o cara abrindo letra, eu vi, é uma coisa impressionante. Tem um cartaz de Gil Vicente que foi ele que fez, é impressionante. Hoje em dia não existe quem consiga fazer isso, o cara faz isso bico de pena ao contrário e usando óculos fundo de garrafa. É uma fábrica.

P8: É vivo essa pessoa?

P2: Não, morreu.

P8: Ai meu deus, sou doida para entrevistar um desse.

P2: Só trabalhava turbinado por se não tremia.

ARATÚ

P11: Esse viu o aratu. O bicho estava presente.

P10: Ele leva as faixas nas costas.

P3: Grande aguardente de cana dos engenhos do Nordeste. Fórmula pernambucana. Tinha uma marca que valia. Está vendo? A gente já foi melhor.

P2: É mesmo, já foi melhor. Pernambuco está ruim de cachaça.

P5: Essa letra cursiva. Vocês que entendem mais assim, esse "grande aguardente" como se fosse uma lousa e tivesse escrito com o giz, isso é uma escolha ou uma limitação?

P10: É uma escolha mesmo como se fosse uma cursiva.

P8: Sei lá, um quadro.

P10: Até aqui ele está fazendo cursiva.

P8: Ele só quer usar uma cursiva, do mesmo jeito que lá embaixo ele quer usar uma letra de imprensa.

M: Relação do aratu com a aguardente, vocês querem concluir alguma coisa?

P8: Tira gosto. Eu estou entendendo que pode ser uma linha.

P4: Acho que segue a mesma linha do peixe, do pitu, do bode.

P8: E é a possibilidade de aproximar do público e é acho que uma coisa local também.

P10: Acho que é uma prática da pesca. Que você vai pescar, vai tomar banho de rio...

P8: É da região de mangue o aratu.

P10: Tinha o ritual de tomar banho de rio, você tomava uma cachacinha antes.

P8: Para pode aguentar a água gelada daqui do Nordeste.

P10: Um menininho lindo, ele andando assim porque ele vai tomar um banho levando uma cachacinha. Tem Gilberto Freyre falando disso, antes de você tomar banho você toma uma cachacinha também. Era um lazer popular.

P6: É um dos maiores problemas entre os pescadores, o alcoolismo.

M: A gente tem aratu, tem siri, tem guaiamum. Tem caranguejo, na Paraíba. E ainda tem outros crustáceos, tem Pitu, tem Curuca.

P10: Você tem caça também. Porque no meio rural você tem o hábito da caça que era muito forte.

P5: Pegar passarinho também.

P1: Tatu, paca.

P10: A coisa do lazer também. O trabalho. Porque era rotina você acordar cedo e tomar uma já para dar uma esquentada e tem a coisa do lazer também, que era a cachaça, a caça, a pesca, forró, e por aí vai.

P5: Acho que tendo esse capítulo de referências do imaginário popular, entraria vários níveis: a parte da comida, como foi colocado aqui, o que P10 colocou da rotina dos trabalhadores rurais, a coisa da caça, das feiras passarinho, e o jogo do bicho. Assim, tentar pontuar, quais são os elementos que fazem parte e aí como você falou, fazer um grupo, uma conversa em algum espaço mais popular, onde as pessoas consomem cachaça e ver a referências. Tomar uma, uma moça uma vez que trabalhava lá em casa falou "ah o pessoal passava o dia todinho tomando pitu e assando preá", pegava nas matas daqui de São Lourenço da Mata. Então essa coisa do bicho, do consumir o bicho e em torno de uma garrafa de cachaça.

P10: Entra muita fruta?

M: Fruta? Tem, mas assim nas compostas.

P10: No rótulo não ne?

Fechamento

M: Só para fechar, eu tinha duas questões, mas a gente já estava meio que as pontuando. A questão do imaginário popular, a questão do tira-gosto, ou da própria fauna, que tem alguns que são específicos...

P8: Identidade com regionalidade, é outra possibilidade.

M: São várias coisas, ne. E a outra pergunta é como vocês avaliam essa relação do animal ser o nome da aguardente porque na maioria dos casos é uma relação bem literal.

P5: A questão dela que ela falou foi muito boa, a questão do analfabetismo também ajuda muito a ideia de você não ler o rótulo.

P11: Fica mais fácil pela figura.

P5: Além desse fato, eu acho que também tem uma coisa meio primária, porque eu acho que todo mundo no geral, a não ser alguém mais especializado, um artista, mas assim essa relação direta, você vai criar um rótulo, uma marca, tem um nome "pérola", aí desenha uma pérola. É uma relação direta mesmo.

P3: Você tirou alguma conclusão ou não?

M: Tirei. Algumas.

P3: E a gente pode saber ou não?

M: Então, na verdade, tem muito a questão da fauna, mas tem muito disso assim também de referências populares, mas tudo fica muito no subjetivo. A gente fica interpretando, imaginando de onde viria aquela referência. Então a gente tem vários bichos que estão no jogo do bicho, a questão da fauna também tem essa preocupação de especificar qual o nome do passarinho. Não é um pássaro, é um bico de lacre, é um araçari. Mas tem uns bichos também que não tem nada a ver com a fauna daqui: canguru, leão, cavalo marinho. Mas tirando esses que são bem fora do eixo feito canguru e cavalo marinho esses diferentes ficam mais em lugares comuns: leão, girafa, bichos que são mais conhecidos.

P8: São estrangeiros, mas são populares.

P3: Girafa e leão são bichos universais.

P10: Os passarinhos, as pessoas sabiam mais os nomes do que hoje. Se você pegar uma criança hoje não sabe os nomes. Antigamente as pessoas sabiam mais. Eu tiro pelo meu marido que vivia no matagal e ele sabe vários nomes.

M: E assim fora isso também, o bicho não está só na cachaça, tem em outros produtos também. Então eu acho que tem a ver com a questão rural

ainda, ainda muito presente. Tem produto nada a ver que está usando peixe, usando carneiro.

P8: Respondendo essa questão que você coloca. Do ponto de vista mais publicitário, da propaganda. Porque a gente fala dentro da propaganda que é meio obvio quando você repete. A imagem com texto. É como se fosse muito elementar. Na verdade, duas coisas juntas devem fazer a ideia. Você não precisaria se repetir. Eu acho que isso expressa, essa repetição do nome e da imagem, expressa uma simplicidade publicitária.

M: Ainda está como se fosse nos primórdios, essa coisa da Publicidade, do Design.

P8: Bota o título e bota o próprio bicho, sabe. Eu acho que é uma ingenuidade.

APÊNDICE K – QUESTIONÁRIO ONLINE EDSON RONTANI JR

03/06/2018

Pesquisa - Tese de Doutorado - Swanne Almeida

Pesquisa - Tese de Doutorado - Swanne Almeida

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

PARA MAIORES DE 18 ANOS OU EMANCIPADOS - Resolução 466/12

Convidamos o (a) Sr. (a) para participar como voluntário (a) da pesquisa "Os animais nos rótulos de cachaça brasileiros de meados do século XX: Um estudo sobre referências, recorrências e análise de significado dos elementos ilustrativos", que está sob a responsabilidade da pesquisadora Swanne Souza Tavares de Almeida, doutoranda da pós-graduação em Design na UFPE, domiciliada no endereço Rua Antônio Valdevino Costa, 280, Bloco 33, apto 202, e acessível pelo telefone (81) 99627.8001 e pelos e-mails swanne.almeida@gmail.com e swanne.almeida@olinda.ufpe.edu.br. A pesquisa está sob a orientação da professora Dra. Solange Galvão Coutinho, Telefone: (81) 2126-8600, e-mail solange.coutinho@ufpe.br.

Todas as suas dúvidas podem ser esclarecidas com o responsável por esta pesquisa. Uma via lhe será entregue e a outra ficará com o pesquisador responsável. Você estará livre para decidir participar ou recusar-se. Caso não aceite participar, não haverá nenhum problema, desistir é um direito seu, bem como será possível retirar o consentimento em qualquer fase da pesquisa, também sem nenhuma penalidade.

INFORMAÇÕES SOBRE A PESQUISA:

- Descrição da pesquisa: Esta pesquisa objetiva compreender o uso de figuras de animais nos rótulos de cachaça brasileiros em meados do século XX, sob o ponto de vista do significado destas figuras enquanto signos da cachaça. A justificativa de tal estudo se baseia na colaboração da construção da História do Design Brasileiro, bem como por meio do resgate cultural de tais artefatos. Os rótulos estudados são das décadas de 1940 e 1950 e fazem parte da Coleção Almirante de rótulos de cachaça, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco (Recife-PE). Para compreender a história destas marcas de cachaça é necessário realizar entrevistas ou questionários com pessoas ligadas à indústria gráfica do período ou descendentes dos proprietários das marcas de cachaça da época, cujos rótulos estão sendo analisados.
- Período de participação do voluntário na pesquisa: A participação do voluntário na pesquisa se restringe a um encontro para gravação da entrevista ou resposta a questionário online.
- Riscos para o voluntário podem envolver o constrangimento por não saber responder questionamentos feitos. Contudo, vale destacar que este estudo se trata de uma investigação histórica do design, não havendo prejuízos caso o voluntário não saiba responder às perguntas.
- Os Benefícios para os voluntários envolvem a contribuição para a pesquisa em História do Design Gráfico, que colabora para a conservação da Memória Gráfica Brasileira, preservando nossas produções culturais e salvaguardando-as por meio de publicações científicas para toda sociedade.

Todas as informações desta pesquisa serão confidenciais e serão divulgadas apenas em eventos ou publicações científicas. A identificação dos voluntários e o uso dos depoimentos só serão realizados mediante a prévia autorização. Caso contrário, não haverá identificação dos voluntários, a não ser entre os responsáveis pelo estudo, sendo assegurado o sigilo sobre a sua participação. Os dados coletados nesta pesquisa, ficarão armazenados em computador pessoal, sob a responsabilidade da pesquisadora Swanne Souza Tavares de Almeida, no endereço acima informado, pelo período de mínimo 5 anos.

Nada lhe será pago e nem será cobrado para participar desta pesquisa, pois a aceitação é voluntária, mas se houver necessidade, as despesas para a sua participação serão assumidas pelos pesquisadores (ressarcimento de transporte e alimentação).

Endereço de e-mail *

edson@erjcomunicacoes.com.br

03/06/2018

Pesquisa - Tese de Doutorado - Swanne Almeida

CONSENTIMENTO DA PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO VOLUNTÁRIO (A) *

- ☒ Após a leitura (ou a escuta da leitura) deste documento e de ter tido a oportunidade de conversar e ter esclarecido as minhas dúvidas com o pesquisador responsável, concordo em participar do estudo "Os animais nos rótulos de cachaça brasileiros de meados do século XX: Um estudo sobre referências, recorrências e análise de significado dos elementos ilustrativos", como voluntário (a). Fui devidamente informado (a) e esclarecido (a) pelo(a) pesquisador (a) sobre a pesquisa, os procedimentos nela envolvidos, assim como os possíveis riscos e benefícios decorrentes de minha participação. Foi-me garantido que posso retirar o meu consentimento a qualquer momento, sem que isto leve a qualquer penalidade.

Nome Completo *

Edson Rontani Júnior

QUESTIONÁRIO - CANINHA TATUZINHO

Na Coleção Almirante de rótulos de cachaça, encontramos dois exemplares do rótulo da Caninha Tatuzinho, de meados da década de 1950, dispostos abaixo. A partir destes artefatos, gostaríamos de discorrer algumas perguntas.

03/06/2018

Pesquisa - Tese de Doutorado - Swanne Almeida

Rótulos Caninha Tatuzinho



Figuras 1 e 2 . Rótulos da caninha Tatuzinho, encontrados na Coleção Almirante, Acervo da Fundação Joaquim Nabuco (Recife-PE).

Qual sua relação com a Caninha Tatuzinho? (família)

Sou neto de Humberto D'Abronzio, proprietário da empresa.

Qual o percurso da Caninha Tatuzinho? (como começou). Nos rótulos observamos que existem variações no nome das engarrafadoras: D'Ambrozio & Companhia Ltda e Tatuzinho Sociedade Anônima. Isto significa algum fato dentro da história da empresa?

Sim. O correto é D'Abronzio, sem o m conforme enunciado. A empresa inicialmente pertencia a Paschoal D'Abronzio, meu bisavô. Este, em 1959 teve um derrame sendo que a empresa passou a ser administrada por seu filho Humberto, de forma que a razão social da empresa teve esta alteração motivado por isso.

03/06/2018

Pesquisa - Tese de Doutorado - Swanne Almeida

De onde veio a ideia de usar este nome (Caninha Tatuzinho) e este animal para compor a marca?

A Tatuzinho não fabricava caninha, apenas a envasava. Ora da empresa Muller (de um dos familiares da caninha 51), ora de outro fornecedor. Um destes fornecedores falava que havia uma pessoa que de tanto beber rolava no chão como um tatu, daí a denominação. Claro que isso tudo é o conhecimento popular que foi passado de geração para geração. Mas o nome de animais é algo corriqueiro no país. Na cidade de Piracicaba, eram produzidas a Tatuzinho e a Cavalinho, por empresas distintas.

Quem foi o responsável pelo desenho do primeiro rótulo? Como se deu a escolha das cores?

Felício Rotundo, dono de uma gráfica em São Paulo que fazia embalagens para a Kibon. A motivação da cor não tenho conhecimento.

Qual o nome da gráfica em que normalmente o rótulo era impresso nessa época (1940-1959)? Ela detinha exclusividade ou o rótulo era também impresso em outros lugares?

Não sei lhe dizer.

Em toda história da marca, já houve casos de imitações do nome ou desenho do rótulo? Poderia citar algum exemplo de meados do século XX? O fato teve algum tipo de repercussão?

A marca e o desenho ainda hoje é utilizada pela fabricante Três Fazendas, de Rio Claro (S.P.), porém, com um tatu preto e em pé. Na última copa - aqui no Brasil - ocorreram manifestações de que nem o tatuzinho poderia ser utilizado já que o mascote da competição também era um tatu. De resto, nada tão específico assim.

03/06/2018

Pesquisa - Tese de Doutorado - Swanne Almeida

Em nossa pesquisa, temos observado uma incidência considerável de marcas de cachaça que utilizavam animais para ilustrar os rótulos deste período (1940-1959). Teria alguma ideia da razão deste fato em sua região?

Tenho um tio, filho do Humberto, que viveu uma parte da vida na indústria da família. A irmã de meu avô, que era grande fonte de informação faleceu há um mês. Poderia ter nos passado mais detalhes. Se quiser, este meu tio pode entrar em contato com você.

AUTORIZAÇÃO USO DE NOME

Você autoriza a menção de seu nome como participante desta pesquisa?

*

- ☒ SIM, autorizo a menção de meu nome como participante desta pesquisa, liberando a utilização em publicações científicas.
- ☐ NÃO, desejo manter sigilo em minha participação.

Este formulário foi criado em Instituto Federal de Pernambuco.

Google Formulários

APÊNDICE L – FICHAS DE ANÁLISE PREENCHIDAS

REFERÊNCIA: 2225		UF: Pernambuco
DESIGNAÇÃO: Aratanha		
GRÁFICA: Não consta	CORES: preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
<i>Designação</i>		
Aratanha: nome dado a uma espécie de camarão de água doce que vive em cardumes (IHERING. 1940)	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical () Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	As pernas das letras "A" e "R" lembram as patas do camarão. Quem bebe fica com boca de aratanha, ou seja, fala besteira. É possível também que seja uma referência à cachaça Pitu, que também utiliza um camarão.
<i>Elementos Pictóricos</i>		
Garrafa: Garrafa com representação do próprio rótulo "aratanha" (metalinguagem). Animal: representação de um aratanha, que é conhecido por ser um camarão pequeno. O camarão está subindo ou se agarrando à garrafa. Aratanha é um crustáceo que pode ser encontrados na cachoeira de primavera	Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Posicionada centralizada no campo superior do rótulo. Acima da ilustração. Letras em caixa-alta. Tipografia com alto contraste entre as hastes e uso de contorno. As proporções entre os elementos são discrepantes. O camarão deveria ser bem menor que a garrafa, para estar de acordo com a realidade. O pano de fundo preto é recorrente nos rótulos pernambucanos do período.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Expressão popular: boca de aratanha.		

REFERÊNCIA: 3527	UF: Sergipe	
DESIGNAÇÃO: Aratu		
GRÁFICA: Não consta	CORES: preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Aratú: é o próprio nome do animal, uma espécie de caranguejo da carapaça quadrada.	Tipo () S/ Serifa (x) Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	As variações de hastes finas e grossas podem remeter às diferentes patas do caranguejo: as patinhas e patolas. O aratu é um caranguejo conhecido por sua agilidade. Sobe em árvores de mangue, onde se alimenta e acasala. Podemos associar o agito à cachaça.
Elementos Pictóricos Aratu desenhado em detalhes com listel sobreposto. O desenho está na diagonal.	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: As letras vêm inseridas numa faixa que está imbrincada ao aratu. As letras são fortes, estilo mais próximo às serifadas quadradas.	A figura preenche bem o rótulo, dando a impressão de um caranguejo gordo e farto. Um tira-gosto para acompanhar a cachaça, saboroso tal qual a bebida rotulada.
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Aratus servem de alimento para populações ribeirinhas. Nas publicações acerca do ambiente do açúcar no Nordeste, caranguejos são relatados como uma das fontes de comida do povo que migrava do campo e ficava na cidade sem ser absorvido pelas fabricas ou mesmo ganhando salários parcos. (Ver Rogers, 2017, p. 134). "Até o caranguejo é instrumento de magia sexual: preparado com três ou sete pimentas-da-costa e atirado ao solo produz desarranjos no lar doméstico." (Ver <i>Casa Grande e Senzala</i>, p.408). "Os homens do litoral, pastores de peixe, comedores de marisco e camarão, seres do mangue, da lama, não sofrem o mal da desnutrição, ou pelo menos se nutrem pela fauna típica desse solo alagado melhor que os outros do canavial. O <i>homem caranguejo</i>, um ser da água e da terra ao mesmo tempo, híbrido por excelência, cria uma segunda pele, feita da lama do mangue e busca, como os caranguejos, a sobrevivência. "(...) São verdadeiras populações anfíbias, nem da terra nem da água, mas de uma zona de solo instável, formado pela permanente mistura dos dois elementos." (CASTRO, 2001, p.133)."		

REFERÊNCIA: 143 DESIGNAÇÃO: Biriba UF: Bahia		
GRÁFICA: Gráfica 43 Blumenau	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem (x) Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Biriba – a palavra biriba tem vários significados. Neste caso está nomeando o cachorro.	Tipo () S/ Serifa (x) Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: () Iguais (x) Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	As letras vieram em tamanhos desiguais como se tivessem contornando um círculo. O cachorro veio também inserido dentro de um círculo, que pode estar fazendo referência ao futebol. Visto que o cachorrinho Biriba era mascote do Clube Bota fogo.
Elementos Pictóricos Cachorro – cachorro da raça Terrier Brasileiro, conhecido popularmente como Fox Paulistinha. O cachorro está voltando-se para trás.	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo (x) Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Letras de serifa quadrada em tamanhos desiguais.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Biriba foi um cachorro das ruas que virou mascote do Botafogo nos anos 40. http://www.conexaojornalismo.com.br/colunas/cultura/novasmidias/cachorro-que-e-mascote-do-botafogo-faz--anos-e-tera-festa-67-40478		

REFERÊNCIA: 1133 DESIGNAÇÃO: Angorá UF: Minas Gerais		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e cinza	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Angorá - é uma raça de gato turco. Tendo relação direta com a representação que trata-se de um gato da raça angorá.	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica (x) Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb (x) CA/b () versal/versalete Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	A tipografia do letreiro traz elegância, o que combina com a figura do gato em questão. O gato Angorá veio representado na cor que é mais conhecido o branco. Pode estar fazendo referência à "branquinha".
Elementos Pictóricos Gato- Gato branco do tipo Angorá	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Letreiro em diagonal com contorno preto e preenchimento vermelho. O Remate do "a" no final foi esticado para servir de sublinhado e enfatizar a designação. Gato angorá na parte superior esquerda do rótulo sobre fundo em degradê. O gato está parado e vem desenhado com enquadramento disjuntivo. Houve tentativa de detalhar sua pelagem.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
https://tudosobregatos.com.br/gato-angora/ http://www.blogdogato.com.br/gatos/racas/angora/ GATO Pág. 31 – ÁGUA-QUE-GATO-NÃO-BEBE: Eufemismo de cachaça. O mesmo que água-que-passarinho-não-bebe, locução empregada no Norte e Nordeste. Área geográfica: São Paulo. Pág. 34 – AMARRAR-O-GATO: Tomar uma carraspana e ficar aos tombos, cambaleando como fica jogando um navio em marcha que tem a gata amarrada, isto é, a vela de cima da mezena solta, a qual enfundada diminui consideravelmente o seu jogo vindo daí a origem da expressão). A locução, gíria dos marinheiros dos antigos navios a vela, apesar de antiga, ainda persiste. Manuel Viotti (7) consignou amarra-a-gata, no feminino. Pág. 56 – CHAMAR-GATO-DE-MEU-TIO: Esta locução tem o mesmo significado que a anterior (Chamando-cachorro-de-meu-tio). Área geográfica: Pernambuco. Pág. 62 – DAR-NA-CARA-DO-GATO: Tomar cachaça. Área geográfica: Nordeste. Pág. 67 – ENGASGA-GATO: Eufemismo de cachaça. Pág. 70 – ESTAR-COMO-GATO-NO-TROLE: Estar embriagado.		

Pág. 72 – ESTAR-NA-GATA: Estar embriagado.
 Pág. 78 – GATA: Embriaguez.
 Pág. 78 – GATEIRA: Embriaguez.
 Pág. 78 – GATOSA: Embriaguez.

REFERÊNCIA: 372 DESIGNAÇÃO: Cumbe UF: Ceará		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Azul e preto	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Cumbé - De acordo com o dicionário, Cumbé pode significar "aguardente de cana" como também uma dança africana.		As letras da designação foram desenhadas com um preenchimento branco que lembra as janelas da usina. É como se relacionasse o cumbé (aguardente), com a produção. O gato veio eriçado, na posição que gatos ficam quando estão se sentindo ameaçados. Talvez o gatinho tenha bebido a caninha e se eriçado todo.
Elementos Pictóricos Gato – gato preto se eriçando Usina – representação de usina		
Gama (x) Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: As letras são serifadas e tem um estilo mais próximo do moderno, com grandes variações de espessura. As letras trazem preenchimento branco. O letreiro veio curvilíneo. Gato não-naturalista, inserido em círculo e se eriçando. Abaixo temos a representação de uma usina.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Existe um sítio Cumbe, no estado do Ceará http://www.aracatiemfoco.com.br/2011/05/historico-da-comunidade-do-cumbe.html		

REFERÊNCIA: 1141 DESIGNAÇÃO: Borboleta UF: Minas Gerais GRÁFICA: Não consta		CORES: Preto, azul, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento			
Observações:			
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO	
Designação <i>Borboleta – conhecido inseto.</i>	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	Não conseguimos encontrar conotações em relação às formas tipográficas. As formas da tipografia escolhida, contrastam com a sinuosidade da borboleta. Talvez essa seja a intenção um misto de delicadeza pelo bicho e pela força da bebida expressa pela tipografia.	
Elementos Pictóricos Borboleta – borboleta de asas abertas voando. Cana-de-açúcar – canas de açúcar nas laterais do rótulo	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: O letreiro não utiliza ornamento sendo todo em caixa-alta na cor vermelha. A tipografia é sem serifa num estilo mais condensado e bold. A borboleta foi desenhada mais naturalista não possuindo expressões, por exemplo. Ela foi considerada dinâmica por estar de asas abertas e flutuando no meio do rótulo.	A borboleta pode conotar instabilidade e inconstância. Também podemos remeter à liberdade pelo voo. Ou ainda se considerarmos que é um inseto que surge após uma transformação total podemos associar aos efeitos após beber aguardente. Sentimento de liberdade, instabilidade ou mesmo transformação de ânimos. A figura da borboleta é uma estrutura que permite grande variabilidade no uso das cores e no desenho permite decoração nas asas, oferecendo versatilidade para composição.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS			
A borboleta é um dos bichos presentes no jogo do bicho, correspondendo ao número 4.			

REFERÊNCIA: 2139 DESIGNAÇÃO: Potó UF: Paraíba		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Potó – é o nome popular de um inseto, que causa dermatite com sua secreção na pele.		O potó é um inseto que causa dermatite em contato com a pele. O ardor é como o da cachaça, bebida ardentes. Os demais elementos pictóricos fazem apenas alusão à produção da bebida e não vem relacionados ao animal.
Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: () Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos Potó – inseto vermelho sem expressões. Engenho – engenho simplificado. Carroça – carroça com boi.		
Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Letras caixa alta em estilo display. As letras "O" tem parte superior reta, uma característica recorrente em muitos letreiros de rótulos do período. As letras estão em vermelho com contorno amarelo e posicionadas no lado direito, voltadas para o campo superior, semelhante à disposição da Pitú. Potó ligeiramente em diagonal sobre fundo preto, com antenas voltadas para cima. A ilustração é detalhada e se volta ao naturalismo. Apesar do animal estar ligeiramente na diagonal, não denota movimento.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS O nome Potó lembra Pitú, cachaça muito popular do período. "Êstes insetos segregam um líquido vesicante, a cuja ação sobre a pele aludem os nomes populares: "Pimenta" e "Fogo selvagem"; são mais frequentes nos milharais, e por ocasião da colheita os acidentes são bastante comuns. Na Baía, dizem que o Potó dá também no feijão e na batata, de Junho a Setembro." (Ihering, 1940, p. 651)		

REFERÊNCIA: 152 DESIGNAÇÃO: Dragão UF: Bahia		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Dragão – nome do animal mitológico.		Dragão – é um animal forte, que solta fogo e a cachaça é uma bebida quente
Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos Dragão – dragão sem asas envolto por ornamentos de arabescos.		
Gama () Contraído (x) Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: O dragão tem estilo do dragão oriental. Não tem asas. A moldura ornamental meio art nouveau está ao seu redor.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
O dragão é um dos seres utilizados como figuras na heráldica.		

REFERÊNCIA: 2092 DESIGNAÇÃO: Coral UF: Pará		
GRÁFICA: Emp. Gráfica Amazônia Pará	CORES: Preto, vermelho, verde e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Coral – <i>Espécie de cobra</i>	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	A letra escolhida conota grande força por suas formas e pela sombra utilizada. A cobra escolhida é uma cobra venenosa, podendo fazer relação ao líquido aguardente. “ardio”, “Quente”, “Forte e Venenoso”. Ela está entre as cobras mais venenosas do Brasil
Elementos Pictóricos Cobra Coral Garrafa de aguardente coral Cana-de-açúcar	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: A tipografia escolhida é sem serifa geométrica. Contorno e sombra foram utilizados. As cores são as populares da cobra coral: vermelho, branco e preto. A sombra garantiu grande tridimensionalidade ao letreiro, que veio disposto em cima da cobra.	A cobra está entrelaçada à garrafa e tem uma leve expressão de triunfo. É como se fosse o “veneno engarrafado”.
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Cobra coral é o mascote do time “Santa Cruz ” do estado de Pernambuco. Contudo, a referência é improvável que seja esta, visto que o rótulo é do estado do Pará e o verde é muito presente, não trazendo claramente as cores do time.		
Pág. 59 – COBRA-DE-FARMÁCIA: Locução bastante usada no Nordeste, principalmente na zona rural e diz respeito ao indivíduo que bebe diariamente porque, ainda hoje, nas cidades do interior, as farmácias costumam exibir, dentro de grandes frascos brancos cheios de álcool, cobras venenosas abatidas por pessoas do lugar. Daí a locução dizer respeito àqueles que vivem na cachaça como vivem no álcool as cobras de farmácia (Souto Maior)		
Pág. 59 – COBREIRA: Eufemismo de cachaça relacionado por Aurélio Buarque de Holanda (8) e Manuel Viotti (7). (Souto Maior)		

REFERÊNCIA: 1144 DESIGNAÇÃO: Cavalo Marinho UF: Minas Gerais		
GRÁFICA: Não consta		CORES: Preto, azul, vermelho e laranja
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações: A marca do engarrafador está inserida em uma concha. Talvez o fabricante utilize a concha como marca da fábrica.		
		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação		
<i>Cavalo Marinho</i> – espécie de peixe que lembra um cavalo. Eles vivem em águas tropicais e temperadas.	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: () Iguais (x) Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	A figura do cavalo marinho é naturalmente sinuosa. As letras seguindo uma diagonal colaboram com essa dinamicidade. A tipografia também tem um ar <i>art deco</i> , que combina com o decorativismo da própria figura do cavalo marinho. A concha projeta raios por trás do cavalo marinho. Este peixe funciona como um verdadeiro ornamento e os raios enfatizam a ideia espetacular de sua presença “superior”, tal qual a aguardente.
Elementos Pictóricos		
Cavalo Marinho	Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo () Quase expandido () Expandido	
Concha	Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos	
Cana-de-açúcar	Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: As letras do letreiro vieram acompanhando uma diagonal, possuindo variações na altura das letras. As letras são sem serifa e tem um estilo que lembra o art deco com as barras do A baixas. Cavalo marinho no centro do rótulo. Concha no canto superior direito com raios saindo. Cana de açúcar na lateral esquerda.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Ainda hoje existem localidades brasileiras que utilizam cavalos marinhos como amuletos, brincos, chaveiros. https://marsemfim.com.br/cavalo-marinho-um-peixe-ameacado/		

REFERÊNCIA:3535 DESIGNAÇÃO: Surubim UF: Sergipe		
GRÁFICA: Não consta		CORES: Preto, vermelho, amarelo e cinza
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações		
		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Surubim – é uma espécie de peixe. Um dos maiores peixes de couro do Brasil.		
Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b (x) versal/versalete Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos Peixe Surubim		
Garrafa		
Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Fontes sem serifa de perfil quadrado. O letreiro está inclinado, assim como a figura do peixe. O púnico ornamento presente é a sombra. As letras estão em vermelho e a sombra em amarelo. Peixe surubim imbricado na garrafa. Ele parece estar amarrado à garrafa por um fio. A garrafa traz o rótulo da própria cachaça, incluindo o colarinho e até o lacre da garrafa. O rotulo da garrafa é o da cachaça surubim.		
A aguardente pode ser tão boa como o surubim, que é um peixe carnudo e sem espinhas. As posições dos elementos pictóricos e da designação sugerem dinamismo. O peixe atrelado à garrafa de cana surubim remete a sua própria aprovação da bebida. Seus bigodes estão agarrados à garrafa como se tivessem sido fisgados.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
É um peixe que ocorre no sistema hidrográfico do prata, amazônico e do rio São Francisco (Ihering, 1940).		

REFERÊNCIA: 2270 DESIGNAÇÃO: Preá UF: Pernambuco			
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e amarelo		
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento			
Observações:			
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO	
Designação Preá – espécie de roedor		O tipo de letra utilizado é algo semelhante a de outros rótulos, bem como o contorno amarelo. Estilo semelhante ao modelo Pitú. É um bicho pequeno, mas tem a carne apreciada. Esta apreciação pode ser levada como significado a bebida. Empresa pequena mas que faz uma boa aguardente. "Preá igual não há" Uma carne igual a do preá não há". "Uma aguardente igual a Preá não há".	
Elementos Pictóricos			
Preá	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Engenho	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: O preá encontra-se sentado na parte superior do rotulo, como se apoiado na designação. Abaixo em campo amarelo, temos uma cena de fábrica com o retrato de um engenho e o carregamento de cana em uma carroça.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS			
"No Brasil meridional pouca gente come a carne de preá; no Nordeste, porém, segundo nos referiu o Dr. Leonardo Motta, não há tal prevenção e, apesar de ser essa espécie bem menor que o "M o c ó", o preá alcança maior preço no mercado, pois sua carne é considerada mais nobre. Nas feiras nordestinas é frequente ver-se esta minúscula caça preparada como pequena manta, de carne sêca ao sol; provamos e repetimos!" (Ihering, 1940). "Não sabemos por que razão no Ceará denominam "preá — o indivíduo que toma parte nos divertimentos, nada dispendendo nos mesmos". (Leonardo Motta, "Cantadores")".			

REFERÊNCIA:2193 DESIGNAÇÃO: Leão UF: Piauí			
GRÁFICA: Não consta	CORES: Marrom, preto, vermelho, amarelo		
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento			
Observações: O sobrenome do engarrafador é leão			
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO	
Designação Leão – mamífero selvagem			A letra utilizada é uma letra de forte presença, com serifa triangulares e sombra. O leão é superior assim como a aguardente. Traz o status de “rei” para a bebida e tradição. Se é também o sobrenome do engarrafador, possivelmente “Leão” também seja um sobrenome tradicional do Piauí, merecendo assim destaque.
Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b (x) versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____			
Elementos Pictóricos Leão			
Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Letreiro em fonte com serifa triangular disposto linearmente em diagonal e leão em repouso recostado no chão.			
CONHECIMENTOS CULTURAIS Leão é um dos animais utilizados como figura heráldica. É também considerado o rei da selva			

REFERÊNCIA: 2095 DESIGNAÇÃO: Raposa UF: Pará			
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e dourado		
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento			
Observações: No Brasil temos a raposa do campo.			
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO	
Designação Raposa – raposa é o nome dado a um mamífero europeu			
Tipo () S/ Serifa (x) Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical () Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____			A raposa pode significar embriaguez. Raposas são bichos ágeis e astutos, sendo por vezes considerado um animal traíçoeiro. “Aguardente traíçoeira pega de jeito”. A tipografia é de serifa triangular, levemente afiada (astuta).
Elementos Pictóricos Raposa Medalhas			
Gama () Contraído () Quase contraído () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Raposa apoiada no rótulo raposa. Nome curvilíneo abaixo.			
CONHECIMENTOS CULTURAIS			
Pág. 117 – RAPOSA: Embriaguez. Pág. 118 – RAPOSEIRA: Bebedeira, embriaguez. Também é um bicho que está presente em histórias infantis. Também é caçado e tem predileção por galinhas.			

REFERÊNCIA: 2136 DESIGNAÇÃO: Canguru UF: Paraíba		
GRÁFICA: I.P.C.	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Kangurú – um nome com grafia diferente para canguru.		Canguru é um bicho completamente adverso de nossa fauna. Talvez a conotação seja justamente essa, uma aguardente diferente, inovadora. A renda traz um pouco do feminino ao lembrar estes bordados antigos. Talvez pelo fato de ser o nome de uma mulher como a engarrafadora.
Tipografia Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b (x) versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos Canguru		Se o canguru parece parado, no entanto, o nome em diagonal vem bem dinâmico.
Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Kanguru dentro de elipse com espécie de babado. Nome em diagonal.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Passo do canguru		

REFERÊNCIA: 1184 DESIGNAÇÃO: Sá Onça UF: Minas Gerais		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Sá Onça	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b (x) versal/versaleta Tamanho das letras: () Iguais (x) Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra (x) Degradê () Textura () Outro: _____	Caça fabulário
Elementos Pictóricos Onça	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: A onça está saindo da letra O.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Pág. 38 – BAFO-DE-ONÇA: Estar com bafo-de-onça é estar embriagado, exalando forte o cheiro de bebida. Pág. 88 – LEITE DE ONÇA: É uma mistura de cachaça com leite.		

REFERÊNCIA: 3429 DESIGNAÇÃO: Toni UF: Santa Catarina		
GRÁFICA: S. Continental	CORES: Preto e vermelho	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem (x) Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação <i>O nome Toni É provavelmente o nome do cavalo.</i>		O letreiro é forte e combina bem com a figura do cavalo majestoso. O cavalo tem expressão de determinado como se estivesse em uma corrida focado em ganhar. Ao seu lado temos uma taça, que pelo formato também lembra uma taça de troféu. O cavalo tem aparência de bem cuidado, forte e saudável. A cachaça poderia ter relação com a figura do cavalo e também ser forte, vigorosa. Quem toma a cachaça Toni, está pronto para corrida e adversidades, é revigorante.
Tipo () S/ Serifa (x) Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos Cavalo – cavalo em movimento centralizado no rótulo. Taça – a taça flutuante		
Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Cavalo branco em movimento com designação em cima de seu corpo. A letra em caixa alta é toda vermelha com contorno e sombra em preto. As serifas são triangulares e o corpo é mais voltado para o bold. o Cavalo foi desenhado em branco com sobra preta. O uso da sombra deu grande vivacidade à figura.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 228 DESIGNAÇÃO: Bode Cheiroso UF: Pernambuco		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	
<i>Designação</i>		
Bode cheiroso	Tipo () S/ Serifa (x) Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	Bode é um animal que se adaptou bem ao clima nordestino. A expressão "bode cheiroso" faz ironia com a pessoa fedorenta. Não existe bode cheiroso, o bode tem um cheiro particular. O animal, no entanto, está cheio de pose, como uma figura distinta. Há de conotar uma aguardente única mesmo, especial e irreverente como um bode cheiroso.
<i>Elementos Pictóricos</i>		
Bode	Gama () Contraído () Quase contraído (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
Engenho		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Pág. 34 – AMARRAR-O-BODE: Embriagar-se, conforme Manuel Vitotti (7). Mo Nordeste, conhecemos esta locução com outro significado: ficar zangado, aborrecido: “Fulano não gostou da brincadeira, já amarrou o bode.” Bode-cheiroso – adjetivo atribuído, ironicamente, a pessoas fedorentas. http://vocabodario.blogspot.com/2011/05/normal-0-21-false-false-false-pt-br-x.html Há também um botequim fundado no Rio de Janeiro, na dpecada de 1940 que tem esse nome.		

REFERÊNCIA: 1179 DESIGNAÇÃO: Rabo de Galo UF: Minas Gerais		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Azul, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Rabo de galo é uma expressão, que denota o rabo da ave galo. Também pode se referir ao drink que leva esse nome. Cock (galo) tail (rabo). Que mistura cachaça com outra bebida que ajude a descer melhor, no caso o vermute tinto	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb (x) CA/b () versal/versalete Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	A sinuosidade da letra cursiva entra em conjunto com o rabo do galo que também é curvilíneo. A inclinação da cursiva é contrária a do galo que está com a cabeça voltada para trás em ar de superioridade. O galo colorido reforça a majestuosidade do seu rabo que vem em várias cores.
Elementos Pictóricos Galo – galo colorido com rabo grande.	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Galo colorido, com rabo majestoso O letreiro é Cursivo vermelho com contorno e ligeira sombra azul. Galo colorido centralizado andando, com cabeça voltada para trás e bico aberto. A representação não é naturalista, visto que o colorido é muito mais para ornamentar o galo e deixa-lo pomposo do que para detalhar as cores reais da plumagem de um galo real.	O fato de a bebida usar o nome de um drink em que a cachaça vem mistura e desce melhor, pode conotar que esta cachaça já é boa o suficiente para ser tomada sozinha como o próprio drink. O galo também está em desfile e está convencido da grandiosidade de sua figura, o que também pode ser relacionado a grandiosidade desta aguardente.
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
CONHECIMENTOS CULTURAIS: Rabo de galo é um drink. http://osboemios.com.br/drinks/rabo-de-galo-bebida-de-macho/ Pág. 117 – RABO DE GALO: Tradução de cocktail, coquetel. Mistura de vinho e cachaça. Aperitivo preparado com aguardente e um pouquinho de vermute. Eufemismo de cachaça. “A Lanterna dos Afogados estava fechada. Ninguém pelas ruas, nem uma cabrocha para levarem para o areal. Nem uma venda onde bebessem um rabo-de-galo”. Pág. 120 – SALGAR O GALO: Tomar cachaça. Ingerir, pela primeira vez no dia, qualquer bebida alcoólica. Área geográfica: Nordeste.		

REFERÊNCIA: 669
 DESIGNAÇÃO: Touro
 UF: Mato Grosso

GRÁFICA:
 Não consta

CORES:
 Preto, vermelho e amarelo

RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL

(x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento

Observações:



DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação zebu	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	Bumba meu boi Rural
Elementos Pictóricos Boi zebu	Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Bumba meu boi Ver feridas mais profundas . 125/126 e 144		

REFERÊNCIA: 3950 DESIGNAÇÃO: Silveira UF: São Paulo		
GRÁFICA:	CORES:	
Não consta	Preto, verde, vermelho, amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Silveira é o nome utilizado como sobrenome.		É possível que Silveira esteja sendo utilizado por ser uma junção de silvo + Limeira (cidade da produção da aguardente). Afinal o galo está cantando, como indicam as notas musicais. O S da palavra pode ter sido enfatizado por ser a única letra curvilínea da designação. Ela traz a sinuosidade representada pelas curvas que acompanha as notas musicais da melodia.
Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos Galo – galo cantando. Notas Musicais – Notas musicais saindo do bico do galo.		
Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: O nome veio em tipografia sem serifa no estilo mais condensado. A letra maiúscula funciona quase como uma capitular pois não segue a linha de base. O galo está sobre gramado, mas o retrato do piso foi tão pequeno que consideramos a representação como disjuntiva. Está centralizado, mas foi retratado de perfil nas cores amarelo vermelho e preto. Foi utilizada gradação de cores. O vermelho é mais intenso em algumas áreas, sendo utilizado para efeito de sombra. O desenho é todo contornado em preto.		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Ver memórias de Bezerra		

REFERÊNCIA: 1953 DESIGNAÇÃO: Carneirinho UF: Paraná		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, vermelho, verde e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Carneirinho		
	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	Animal do ambiente do açúcar. Utilizado pelas crianças para aprender a cavalgar. Carneirinho, tal qual tatuzinho, acaba conotando algo emotivo de apego.
Elementos Pictóricos Carneiro		
	Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 1170

DESIGNAÇÃO: Não me importo que a mula manque

UF: Minas Gerais

GRÁFICA:

Gráficas – São João Del Rei

CORES:

Preto, azul, vermelho e amarelo

RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL

(x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento

Observações:



DENOTAÇÃO

SINTAGMA

CONOTAÇÃO

Designação

Traz uma expressão:
Não me importo que a mula manque.

Tipo () S/ Serifa () Serifa
() Gótica () Cursiva (x) Ornamental
Disposição das letras
(x) Linear (x) Curvilínea
() Horizontal () Vertical (x) Diagonal
Caixa: (x) CA () cb
() CA/b () versal/versaleta
Tamanho das letras:
(x) Iguais () Diferentes
Ornamento () Contorno () Vazado
() Sombra () Degradê () Textura
() Outro: _____

As letras em várias direções combinam com o desengonçado do animal.

A expressão tem duas conotações. "Mula manque", blusa sem manga e o verso da marchinha.

O animal foi representado como um boneco e pode trazer essa informalidade justamente pela associação musical. Poderia ser um bloco de carnaval.

Elementos Pictóricos

Mula - centralizada em movimento.

Gama () Contraído () Quase contraído
(x) Ambíguo () Quase expandido
() Expandido
Enquadramento
() Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos
(x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos
Cinética (x) Estático () Dinâmico
Naturalismo
() Naturalismo (x) Não-naturalismo
Descrição do Sintagma:
Mula retratada como um boneco. A designação vem dividida em duas partes. A primeira "Não me importo" vem curvilínea acima do bicho. A segunda parte "que a mula manque". As letras tem inclinações diferentes. Uma se inclinam para esquerda, outras são retas e outras voltam-se para a direita. As letras têm ornamento, as formas são sem serifa mas o estilo é mais para o tipo de fontes display.

A segmentação nas patas faz com que lembrem canas-de-açúcar, apesar de não estarem representadas em verde.

O animal é envolto por uma mancha branca e o resto do rótulo é amarelo. Este recurso foi observado em alguns rótulos do período para enfatizar o elemento pictórico principal do rótulo.

a mula está centralizada com patas em ligeiro movimento. A representação é caricata, não naturalista, se assemelha mais a um boneco. Foi colocado como dinâmico por suas patas estarem uma frente da outra como se estivesse em movimento. Seu rabo também está ereto. A mula foi representada em branco preto com sombra azul. As partes do corpo são bem geometrizadas e as patas são segmentadas.

A segmentação nas patas fazem com que lembrem canas-de-açúcar, apesar de não estarem representadas em verde.

	O coelho é branco e a cor preta foi utilizada para sombra. Estando estático deitado na grama e inserido em uma forma curvilínea que o separa dos outros elementos do rótulo.	O selo com as iniciais do produtor pode estar representando o sol na paisagem.
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 1 DESIGNAÇÃO: Alagoana UF: Alagoas		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Azul, vermelho e dourado	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
<i>Designação</i>		patriotismo
alagoana	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica (x) Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb (x) CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	
<i>Elementos Pictóricos</i>		
águia	Gama () Contraído () Quase contraído (x) Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 174 DESIGNAÇÃO: Pavão UF: Bahia		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, azul, vermelho, verde e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
<i>Designação</i> pavão	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: () Iguais (x) Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura (x) Outro: Ornamento	Ave ornamental. Vaidade.
<i>Elementos Pictóricos</i> pavão	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo (x) Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 231 DESIGNAÇÃO: Calango UF: Pernambuco GRÁFICA: Não consta		CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		Observações:	
DENOTAÇÃO		SINTAGMA	
Designação Calango – nome comum a diversos lagartos de pequeno porte. Calango também é um tipo de dança popular.		Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical () Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b (x) versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	As cores lembram o padrão pernambucano. O lagarto tem uma leve expressão de satisfação. É um bicho que lembra a secura, a cachaça nesse sentido pode conotar a ardência do calor ou mesmo a água que vai matar a sede.
Elementos Pictóricos Calango – calango sobre o chão.		Gama () Contraído (x) Quase contraído () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo (x) Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma: Tipografia sem serifa condensada em vermelho. Traz como ornamento sombra. Calango em vermelho desenha de forma mais naturalista sobre mancha amarela, que o separa do fundo do rótulo. Houve uso de sombra, mas foi considerado como quase contraído no detalhamento.	
CONHECIMENTOS CULTURAIS			
Pág. 72 – ESTAR-MORDIDO-DE-CALANGO: Estar embriagado: Honorato Faustino (12) e Firmino Costa (13).			

REFERÊNCIA: 2572 DESIGNAÇÃO: Araçari UF: Rio de Janeiro		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Azul e vermelho	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação		
	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	
Elementos Pictóricos		
	Gama () Contraído (x) Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 488 DESIGNAÇÃO: Capilé UF: Espírito Santo		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, azul, vermelho e verde	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação		
	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva (x) Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	
Elementos Pictóricos		
	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático (x) Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Pág. 71 – ESTAR-MORDIDO-DE-ARARA: Estar embriagado: Honorato Faustino (12) e Firmino Costa (13).		

REFERÊNCIA: 2226 DESIGNAÇÃO: Bicada UF: Pernambuco		
GRÁFICA:	CORES: Preto, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação		
	Tipo (x) S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: () Iguais (x) Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	
Elementos Pictóricos		
	Gama () Contraído () Quase contraído () Neutro () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		
Pág. 42 – BICADA: Gole de bebida forte, em geral aguardente, ingerido rapidamente, na definição de Florival Serraine (1), Pereira da Costa (14), Aurélio Buarque de Holanda (8), Cândido de Figueiredo (26), Clerot (36), Vicente Salles (40), e Eduardo Campos (42). ABON.:		

REFERÊNCIA: 3912 DESIGNAÇÃO: Guache UF: São Paulo		
GRÁFICA: Não consta	CORES:	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL (x) Ancoragem () Ancoragem Nome próprio () Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação		
	Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical () Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado (x) Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____	
Elementos Pictóricos		
	Gama () Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido (x) Expandido Enquadramento () Conjuntivo (x) Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 3924 DESIGNAÇÃO: Meu amigo UF: São Paulo		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Preto, azul, vermelho e amarelo	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Meu-amigo		Mau agouro
Tipo () S/ Serifa () Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras () Linear (x) Curvilínea e () Horizontal () Vertical () Diagonal Caixa: (x) CA () cb () CA/b () versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento (x) Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		
Elementos Pictóricos		
Coruja garrafa	Gama (x) Contraído () Quase contraído () Ambíguo () Quase expandido () Expandido Enquadramento () Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos (x) Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética () Estático () Dinâmico Naturalismo () Naturalismo (x) Não-naturalismo Descrição do Sintagma:	
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

REFERÊNCIA: 2576 DESIGNAÇÃO: Bico de lacre UF: Rio de Janeiro		
GRÁFICA: Não consta	CORES: Vermelho e preto	
RELAÇÃO DESIGNAÇÃO E ANIMAL () Ancoragem () Ancoragem Nome próprio (x) Revezamento		
Observações:		
DENOTAÇÃO	SINTAGMA	CONOTAÇÃO
Designação Tipo (x) S/ Serifa (x) Serifa () Gótica () Cursiva () Ornamental Disposição das letras (x) Linear () Curvilínea e (x) Horizontal () Vertical (x) Diagonal Caixa: () CA () cb () CA/b (x) versal/versaleta Tamanho das letras: (x) Iguais () Diferentes Ornamento () Contorno () Vazado () Sombra () Degradê () Textura () Outro: _____		Feira de passarinho
Elementos Pictóricos Gama () Contraído () Quase contraído () Neutro (x) Quase expandido () Expandido Enquadramento (x) Conjuntivo () Conjuntivo com esquemáticos () Disjuntivo () Disjuntivo com esquemáticos Cinética (x) Estático () Dinâmico Naturalismo (x) Naturalismo () Não-naturalismo Descrição do Sintagma:		
CONHECIMENTOS CULTURAIS		

ANEXO A – DECRETOS

DECRETO-LEI Nº 739, DE 24 DE SETEMBRO DE 1938

Art. 72 Os fabricantes de mercadorias sujeitas ao imposto de consumo, excetuados os de sacos, de louças e vidros, ferragens, artefatos de ferro e de outros metais, jóias e obras de ourives, bijuterias, objetos de adorno e de utilidade e relógios, ladrilhos e outros materiais, material ótico e cordoalhas, são obrigados a **aplicar em seus produtos rótulos** que tragam impressos a situação da fábrica, com indicação da rua e número, nome do fabricante ou da empresa fabril registrada na estação arrecadadora competente, ou marca fabril devidamente registrada, e a expressão - Indústria Brasileira.

Art. 112. Aos comerciantes de produtos sujeitos ao imposto de consumo, além das demais obrigações estabelecidas neste regulamento, cumpre observar as seguintes:

§ 10. Aos retalhistas de bebidas:

d) só dar entrada em seu estabelecimento a **bebidas acondicionadas em recipientes de capacidade até um litro**, salvo o caso da letra "e" deste parágrafo, não podendo possuir stock de qualquer outro modo acondicionado. Multa de 2:500\$000 a 5:000\$000.

e) só vender em sua embalagem original o vinho acondicionado em recipientes de capacidade até 5 litros, não sendo permitida a sua abertura para a venda a varejo. Multa de 2:500\$000 a 5:000\$000.

DECRETO-LEI N. 7.219-A DE 30 DE DEZEMBRO DE 1944

CAPÍTULO VII DOS RÓTULOS E SUA APLICAÇÃO

Art. 84. O fabricante é obrigado a rotular ou marcar os seus produtos ou os volumes que os acondicionarem, em lugar visível, indicando o nome ou a razão social da empresa fabril, o local da fábrica (cidade, rua e número), podendo esta última indicação ser substituída pela da marca fabril registrada, sendo obrigatória, em qualquer caso, a expressão "Indústria Brasileira".

Art. 110. É vedada, em qualquer estabelecimento, a existência de vasilhame contendo torneira ou tubo para a venda a tórno de bebidas, álcool vinagre e óleos adequados a alimentação

15ª

As bebidas, quando remetidas ou vendidas por fabricantes ou comerciantes por grosso a negociante varejista, registrado ou não, ou a consumidor, serão acondicionadas em recipientes cuja capacidade não exceda de um litro, excetuados o "chopp" em barril ou automático e o vinho acondicionado em recipiente de capacidade até 5 litros, que assim tenha de ser vendido.

16ª

É proibida a venda a tórno de bebidas, com exceção do "chopp" acondicionado em barris ou automático.

17ª

É proibida a baldeação de bebidas no ato de entrega ao comprador, quando acondicionadas em barris, latas ou garrafões de mais de 5 litros, salvo quando se tratar de acondicionamento em vasilhame adaptável à condução por cargueiro ou em vagões tanques, tonéis, pipas ou meias pipas, respeitadas as restrições da Nota 15ª desta alínea. Em tais casos, será feita menção dessa circunstância na nota fiscal, independente das demais exigências desta lei.

ANEXO B – SISTEMA DE CLASSIFICAÇÃO DE TIPOS PROPOSTO POR DIXON

HoPe Hoe Hoe Hop

Old English

Schneider

Garamond

Bookman

Góticas

Humanistas

Garaldinas

Transicionais

Hop Hop Hagel Hage

Bodoni

Clarendon

Gothic 13

Folio

Didônicas

Serifa
quadradaSem serifa:
grotescasSem serifa:
neo-grotescas

Hag Hage HOPE Hop

Century Gothic

Gill Sans

LITHOS

Vlaanderen Chisel

Sem serifa:
geométricasSem serifa:
humanistasSem serifa:
problemasSerifa
triangular

Hopel HOPEL Hopel HOP

Anni Font

MESQUITO

Candide Circuit

LUSHUS

Caligráficas

Ornamentais

Processadas/
Manipuladas

Sampleadas

HOPE Hop

PLASTIQUE

Benguiat Book

Garden

Emulativas

Curvilíneas

Dingbats/Símbolos/
Ornamentos

(1995: 87 apud SILVA & FARIAS, 2005)