

## **HISTORIOGRAFIA DO DESIGN: A ILUSTRAÇÃO NA PUBLICIDADE IMPRESSA NO JORNAL DIÁRIO POPULAR (SÉCULOS XIX, XX, XXI)**

**JORDAN ÁVILA MARTINS<sup>1</sup>; PROF<sup>a</sup>. DR<sup>a</sup>. HELENA DE ARAUJO NEVES<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>*Cursos de Design UFPel – jordanavilamartins@gmail.com*

<sup>2</sup>*Colegiado dos cursos de Design UFPel – profhelenaneves@gmail.com*

### **1. INTRODUÇÃO**

Este artigo tem por objetivo apresentar alguns dados acerca de uma pesquisa inicial desenvolvida por um acadêmico do curso de Design Gráfico da UFPel junto ao Projeto de Pesquisa Memória Gráfica de Pelotas: um Século de Design, vinculado aos cursos de Design Gráfico e Digital do Centro de Artes da Universidade Federal de Pelotas. Os resultados iniciais apresentados neste texto, no entanto, fazem parte de uma pesquisa maior que tem por objetivo geral utilizar o jornal Diário Popular de Pelotas como fonte e objeto de pesquisa. Isso porque esse periódico se torna o único que é publicado durante praticamente todo o período estabelecido para esta investigação. O jornal Diário Popular é criado no ano de 1890 e circula, na cidade de Pelotas, até os dias atuais. Outro fator relevante para esta escolha refere-se à facilidade de acesso a essa fonte, visto que a Bibliotheca Pública Pelotense possui todo o acervo desse jornal que perfaz um total de 123 anos a serem pesquisados.

O Projeto de Pesquisa Memória Gráfica propõe identificar, categorizar e analisar as fontes bibliográficas bem como outros dados sobre o desenvolvimento do Design Gráfico em Pelotas. E, nesse sentido, o jornal Diário Popular torna-se tanto uma fonte, quanto um objeto de pesquisa. Como fonte de pesquisa as páginas do periódico auxiliam na busca por informações acerca da memória e da identidade visual local. Possibilita, ainda, que se identifique, por exemplo, que empresas e/ou profissionais da área do Design já atuaram em Pelotas e como se caracteriza as produções criadas e divulgadas por esses na imprensa. Perceber, ainda, como as diferentes instituições pelotenses se utilizaram, ao longo dos anos, dos variados processos gráficos ofertados pelo Diário Popular - para criar e publicar propagandas, por exemplo (NEVES, 2012). Além disso, identificar, inventariar, classificar e analisar as marcas e os logotipos criados para as mais diversas empresas e instituições pelotenses - e que foram divulgadas nas páginas desse periódico (BANDEIRA, RAMIL, NEVES, 2013).

Para atingir os objetivos gerais e específicos dessa pesquisa é primordial a aproximação dessa fonte coletando informações vitais para a viabilidade e continuidade dessas possibilidades investigativas. Essas coletas começaram há um mês e estão sendo verificadas tanto informações acerca da materialidade do impresso quanto sobre o uso de ilustrações nas propagandas impressas nas páginas do Diário Popular. O intuito deste texto, por sua vez, é apresentar alguns dados acerca do jornal como fonte – momento em que está sendo investigado o uso de ilustrações na publicidade Pelotense ao longo dos séculos XIX, XX e XXI.

### **2. METODOLOGIA**

Neste momento a pesquisa encontra-se em sua etapa exploratória que tem por objetivo desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias iniciais – tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para um

estudo posterior (GIL, 2007). A estratégia utilizada até este momento – tendo em vista a grande quantidade de edições a serem pesquisadas – tem sido a de, intencionalmente, analisar uma amostra (GIL, 2007) formada por edições publicadas de dez em dez anos. O intuito é o de analisar como a ilustração tem sido utilizada pela publicidade pelotense. Ao mesmo tempo estão sendo feitas anotações com relação à produção do periódico, ou seja: catalogando dados que contenham aspectos de sua elaboração como um produto gráfico. O procedimento adotado até agora tem sido o de procurar anúncios de instituições pelotenses que tenham publicado propagandas; a realização da leitura e transcrição (grafia original) dos anúncios para, posteriormente, definir categorias de análise e o segmento de empresas a serem investigados.

Assim, para a realização do objetivo geral, tendo em vista que se trata de um amplo estudo, estão sendo realizadas análises documentais buscando problematizar os objetos do acervo que contenham a memória gráfica e a identidade visual local presentes nas edições do jornal Diário Popular. A pesquisa documental, segundo Gil (2007, p.66), “vale-se de materiais que não receberam ainda tratamento analítico, ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objetivos da pesquisa”.

Por tratar-se de uma pesquisa que está em seu princípio esses são os procedimentos metodológicos desenvolvidos até agora.

### 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Como o objetivo deste artigo é discutir o uso da ilustração na publicidade pelotense, utilizando o jornal Diário Popular como fonte, é importante abordar que no início da propaganda brasileira os anúncios eram publicados pelas “primitivas” agências de propaganda, compostas por vendedores de espaço dos jornais. Nesse período, os anúncios recebiam o nome de “reclames” e apresentavam textos longos e completos, que possuíam um caráter explicativo. Neles eram divulgadas vendas, compras, ou mesmo captura de escravos, como também negócios sobre o comércio varejista, produtos farmacêuticos, entre outros (CARRASCOZA, 1999). Nessa fase, a responsabilidade ficava toda com o redator, cargo que, em muitos casos, era exercido por poetas. No entanto, vários textos encontrados nos primeiros anúncios brasileiros possuíam rimas, não somente porque eram feitos por poetas, mas porque ajudavam a gravar a mensagem contida nos mesmos. “O público, composto por analfabetos ou semi-alfabetizados, encontrava nas rimas a indispensável ajuda mnemônica para melhor guardar temas e anúncios” (BRANCO, 1990, p. 3). Por volta de 1850, os poetas tornaram-se os primeiros *free-lancers* de redação e os anúncios de classificados foram mudando, cresciam no tamanho para dar maior espaçamento – necessário à composição de versos mais longos. E, em 1875, surgiram os primeiros colaboradores e desenhistas<sup>1</sup> de anúncios ilustrados, feitos, principalmente, por caricaturistas (NEVES, 2012).

Durante muito tempo, independente do tipo de produto veiculado, anúncios de perfumes, remédios, etc. eram sinônimos de ilustração e acabavam sempre representados através de desenhos (BARBOSA, 2007). Com isso, os pequenos classificados continuavam a brotar nos periódicos, mas possuíam uma importância secundária, pois estavam perdendo destaque para os grandes anúncios, que continham ilustrações e que, a partir de 1900, começaram a se tornar uma constante

<sup>1</sup> Cabe ressaltar que, aqui, se refere a uma categoria de profissionais, já que a arte da gravura em livros e volantes, segundo Rizzini (1998), é datada de 1809.

nos diários (BARBOSA, 2007). Nesse contexto histórico, Satué (1997, p.55) complementa essa informação afirmando que,

[...] o texto, o ornamento e a ilustração são componentes que vão aparecendo sucessivamente, por esta ordem, num momento histórico em que a imagem começa a valorizar-se como complemento do texto e não, como até então, como único elemento susceptível de ser 'lido' pelo público.

Nesse mesmo sentido Porto (2001, p 46) afirma que a ilustração é “um complemento visual de uma mensagem, podendo até constituir a mensagem em si: é uma função”. Dentro dessa perspectiva, uma foto ou um desenho podem ser ilustrações. Vale ressaltar que a eficiência de uma ilustração não está só na representação visual, mas, também, no diálogo com o texto, fazendo com que a leitura da mensagem seja mais completa.

Oliveira (2008), escritor e ilustrador, propõe três gêneros de categorização para a ilustração. São eles: o informativo, o narrativo e o persuasivo. A ilustração informativa é aquela que visa a objetivos específicos e está comprometida com a informação. Esse gênero, portanto, não permite ambiguidade. A ilustração do tipo narrativa está associada a um texto literário ou musical e busca uma história. Já a ilustração persuasiva – ilustração publicitária – tem a intenção de destacar os objetivos mercadológicos imbricados em algum tema ou objeto.

É importante destacar que esta pesquisa está sendo desenvolvida inspirada em um estudo já concluído – que observou o uso da ilustração por escolas privadas que atuaram em Pelotas ao longo dos séculos XIX, XX e XXI (NEVES, 2012). A presença da ilustração na publicidade escolar chamou a atenção da pesquisadora que afirmou que, em um primeiro momento, as escolas usavam-na porque essa se tornava o único recurso ofertado pela indústria gráfica local. Após a introdução da fotografia na imprensa pelotense a estudiosa identificou que muitas escolas fizeram o uso desse recurso, mas que, aproximadamente no final do século XX, ocorreu um retorno do uso da ilustração. Segundo ela (NEVES, 2012), esse será um recurso discursivo contemporâneo utilizado no século XXI que foge da utilização de montagens de fotografias ou de bancos de imagem. Isso, por sua vez, deu uma liberdade para a criação – que, assim, é utilizada como uma estratégia de visibilidade para a propaganda divulgada. Destacam-se aqui dois anúncios pesquisados por Neves (2012).

Como pode ser percebido (ver Fig. 2) a propaganda do Collegio Evolução, do século XIX, além da ilustração utiliza o texto para descrever o espaço ocupado pela escola. Já no anúncio do Colégio Gonzaga a ilustração da Galinha Gorda<sup>2</sup> é um elemento discursivo presente no anúncio, complementado por uma chamada textual.



Figura 2: Anúncio do Collegio Evolução e Anúncio Colégio Gonzaga.

Fonte: Neves (2013, p.87) e Neves (2013, p.337)

<sup>2</sup> Para mais ler Neves (2012).

Tendo como base a categorização de Oliveira (2008), estas ilustrações são do tipo persuasivo, contudo, cada uma assume características diferentes. No primeiro anúncio, a ilustração atua de maneira quase que independente ao texto. Já no segundo anúncio, amplia o potencial informativo do texto, acrescentando uma dimensão antes limitada à imaginação.

#### 4. CONCLUSÕES

Após uma discussão teórica sobre ilustração e o tipo de fonte que se está utilizando nesta investigação, a imprensa e a propaganda, como ações futuras estão previstas a identificação e a eleição de um ramo de atividade comercial desenvolvida em Pelotas com o intuito de analisar o uso da ilustração nas propagandas desse segmento. As catalogações, o registro fotográfico, bem como a análise dos dados coletados fazem parte das etapas vindouras.

#### 5. REFERÊNCIAS

##### Livro:

- BARBOSA, Marialva. **História Cultural da Imprensa. Brasil 1900-2000**. Rio de Janeiro: MauadX, 2007.
- BRANCO, Castelo Renato (Org). **História da Propaganda no Brasil**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1990.
- CARDOSO, Rafael (org.). **O Design brasileiro antes do Design**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARRASCOZA, João Anzanello. **A evolução do texto publicitário – A associação de palavras como elemento de sedução na publicidade**. São Paulo: Futura, 1999.
- GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- PORTO, Bruno. **Quando a ilustração faz a ponte entre desenho e design: Forma e função aplicadas a ilustração, desenho e design**. Design gráfico, v.54, p.46-47, 2001.
- SATUÉ, Enric. **El diseño gráfico. Desde los orígenes hasta nuestros días**. Alianza Forma: Madrid, 1997.
- OLIVEIRA, Rui de. **Pelos Jardins Boboli: reflexões sobre a arte de ilustrar livros para crianças e jovens**. Editora Nova Fronteira, Rio de Janeiro, 2008.

##### Tese/dissertação/monografia:

- NEVES, Helena de Araujo. **O ensino privado em Pelotas-RS na Propaganda Impressa: séculos XIX, XX, XXI**. 2012. 410f. Tese (Doutorado em Filosofia e História da Educação) – Faculdade de Educação da UFPEL, Pelotas.
- NEVES, Helena de Araujo. **A “Alma do Negócio”: Aspectos da educação em Pelotas-RS na Propaganda Institucional (1875-1910)**. 2007. 260 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Faculdade de Educação da UFPEL, Pelotas.

##### Artigo:

- BANDEIRA, Ana da Rosa; RAMIL, Chris de Azevedo; NEVES, Helena de Araujo. **Diário Popular de Pelotas-RS: fonte e objeto de pesquisa no campo do design gráfico** (s.c.p).