

# **Famílias tipográficas em anúncios comerciais do *Almanack Ilustrado do Lavrador Paulista*, 1908**

*Typefaces in advertisements from  
Almanack Ilustrado do Lavrador Paulista, 1908*

Andressa Licka Shimizu, Jade Samara Piaia

memória gráfica, cultura da impressão, tipografia

Com o intuito de contribuir para os estudos sobre memória gráfica brasileira, em particular sobre impressão com tipos móveis em oficinas paulistanas atuantes no início do século XX, a pesquisa relatada neste artigo teve como objetivo analisar parte do repertório tipográfico da Tipografia Hennies Irmãos. Tomou-se como objeto de estudo a 4ª edição do periódico *Almanack Ilustrado do Lavrador Paulista*, impresso em 1908. Por meio da identificação, tratamento de imagem e catalogação dos caracteres tipográficos, foi possível selecionar famílias tipográficas e compará-las com publicações produzidas anteriormente e por outro impressor. Os estudos da memória gráfica que partem da análise de artefatos como este almanaque mostram-se relevantes para a compreensão das tendências tipográficas e contribuem para o resgate da cultura da impressão na cidade de São Paulo.

*graphic memory, print culture, typography*

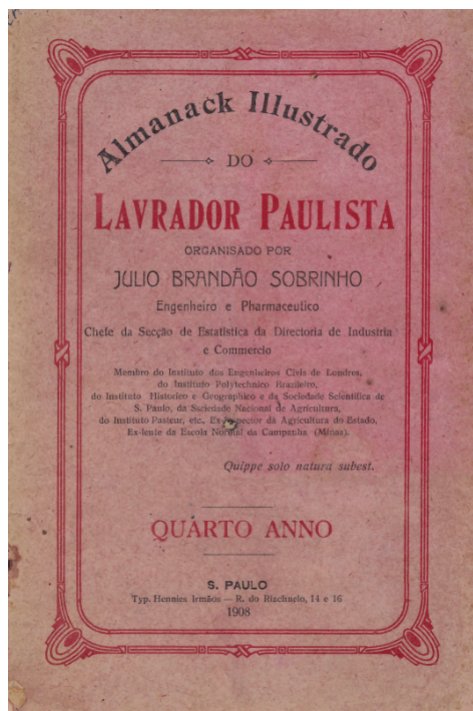
*In order to contribute to studies on Brazilian graphic memory, in particular on printing with movable type in letterpress printing shops active in the early 20th century in São Paulo city, the research reported in this article aimed to analyze part of the typographic repertoire from the Hennies Brothers Letterpress Printing Shop. The 4th edition of the periodical Almanack Ilustrado do Lavrador Paulista, printed in 1908, was taken as the object of analysis. Through identification, image processing and gathering of types, it was possible to select typefaces and compare them with previously produced publications and by another print. Studies of the graphic memory based on the analysis of artifacts such as this almanac are relevant for understanding typographic trends and contribute to the rescue of the printing culture in the São paulo city.*

## 1 Introdução

Os almanaques comerciais impressos nos séculos XIX e XX são publicações complexas por meio das quais se pode observar o gosto tipográfico vigente no período. Esses impressos empregavam uma grande amostra de famílias tipográficas, o que os tornam valiosos para os estudos em tipografia, servindo como uma espécie de catálogo dos tipos usados por seus impressores (Farias & Lima, 2016).

O *Almanack Illustrado do Lavrador Paulista*, de 1908 (figura 1), constitui importante fonte primária para o levantamento de dados visuais representativos do repertório tipográfico da oficina dos irmãos Hennies. Consultado e digitalizado no acervo do Instituto Martius Staden em São Paulo, este periódico, objeto desta pesquisa, foi organizado por Julio Brandão Sobrinho e publicado em sua quarta e última edição em 1908. Trata-se de uma revista comercial voltada para o setor agrícola, com conteúdo que engloba desde descrições climáticas, homenagens, tabelas cambiais até balanços administrativos. Com dimensões de 122 x 182 mm, contendo 54 anúncios, sendo a maioria de página inteira, este periódico revela importantes aspectos estilísticos da produção tipográfica paulistana neste período.

Figura 1: Capa do *Almanack Illustrado do Lavrador Paulista*, 1908. Fonte: Instituto Martius-Staden.



Esta pesquisa, que apresenta aderência ao eixo temático História e Memória Gráfica, teve como objetivo contribuir com o levantamento de dados sobre a produção tipográfica dos irmãos Hennies, com ênfase na análise das famílias tipográficas empregadas em anúncios comerciais veiculados no almanaque. A partir destes dados, foi possível compreender em que medida esta

oficina tipográfica utilizava tipos para identificar e definir certa personalidade visual às empresas que anunciavam seus produtos ou serviços. Partindo da identificação, tratamento de imagem e catalogação dos caracteres das famílias tipográficas presentes nos anúncios, pode-se realizar uma análise da variedade e frequência de uso desses tipos nas composições gráficas dos anúncios.

Os Hennies foram atuantes na cidade de São Paulo por mais de um século, entre 1891 e 1992 (Piaia, 2019), e possuíam um repertório de tipos bastante variados utilizado na composição de peças gráficas que, combinados com outros elementos gráficos, enriqueciam e diferenciavam visualmente os anunciantes. As famílias tipográficas utilizadas nesses anúncios foram comparadas com famílias identificadas por outros pesquisadores do campo da tipografia a fim de verificar alterações nas preferências dos tipos empregados naquele período. Os resultados desta análise comparativa foram inseridas na plataforma online Tipografia Paulistana<sup>1</sup> e somam-se às pesquisas vinculadas ao projeto Memória Gráfica Paulistana. Tal projeto de pesquisa contempla investigações sobre a reconstituição do repertório tipográfico de oficinas e o mapeamento de usuários e fornecedores de tipos móveis que atuaram na cidade de São Paulo entre o século XIX e XX (Farias et al., s.d.).

## 2 Métodos

Das 122 páginas do almanaque, foram selecionadas 54 páginas que continham anúncios comerciais. Os procedimentos metodológicos, detalhados por Farias (2021), estão divididos em três etapas: identificação das famílias tipográficas; tratamento de imagens; e catalogação dos caracteres.

A etapa de identificação das famílias tipográficas foi auxiliada por procedimentos de análise comparativa de pesquisas anteriormente realizadas acerca do repertório tipográfico dos Hennies, como em Piaia e Farias (2021). Para identificar as famílias tipográficas, consultou-se o catálogo de tipos do acervo Tipografia Paulistana, o catálogo dos impressores Hennies & Cia (s.d.) e o espécime de tipos da fundidora alemã H. Berthold (s.d.) (figura 2), em busca de correspondências visuais no design dos caracteres tipográficos. Em caso de não correspondência, ampliou-se as buscas por meio da verificação de possíveis semelhanças com os tipos presentes no banco de dados *Typeface Hennies Brothers, 1891-1911 [1940]*, criado pela pesquisadora Jade Piaia na plataforma Air Table<sup>2</sup>, que compilou dados de investigações sobre a origem dos tipos usados pela Tipografia Hennies. Esta análise permitiu levantar as nomenclaturas dos tipos utilizados pelos Hennies ou pelas fundidoras originais, priorizando, na etapa seguinte, a coleta dos caracteres ainda não catalogados desta oficina.

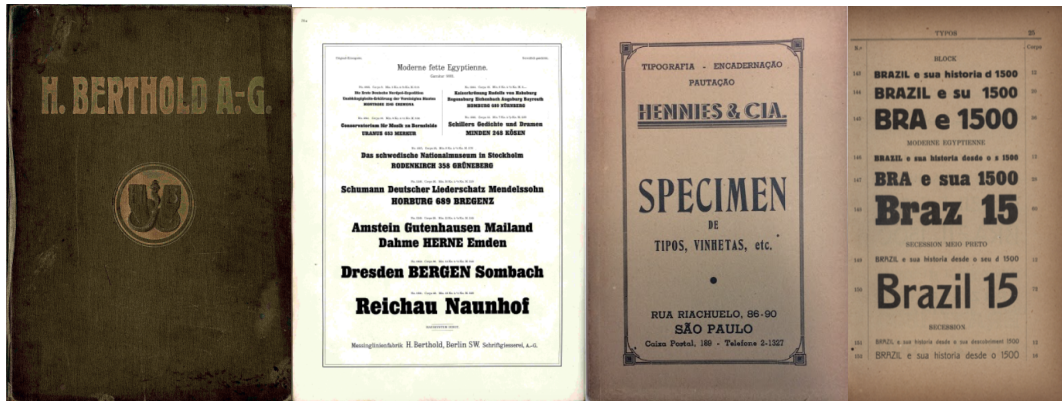
---

<sup>1</sup> Oficinas tipográficas e fornecedores de tipos móveis atuantes na cidade de São Paulo entre 1827 e 1927. Hennies Irmãos. <<http://labvisual.fau.usp.br/tipografiapaulistana/empresa/93>>

<sup>2</sup> Disponível em:

<[https://airtable.com/invite/?inviteId=invTTacg04EmAWEMi&inviteToken=c614a4003a538f35588f730d1b751c5f008a16360c8208a3ece021aa58b31584&utm\\_medium=email&utm\\_source=product\\_team&utm\\_content=transactional-alerts](https://airtable.com/invite/?inviteId=invTTacg04EmAWEMi&inviteToken=c614a4003a538f35588f730d1b751c5f008a16360c8208a3ece021aa58b31584&utm_medium=email&utm_source=product_team&utm_content=transactional-alerts)>

Figura 2: Catálogos de tipos da fundidora alemã H. Berthold (s.d) e dos impressores Hennies & Cia (s.d.).  
Fonte: Acervo da família Hennies.



Os arquivos digitais das páginas que continham anúncios comerciais foram tratados em software de tratamento de imagens, com ajustes de contraste, nitidez e correção de alinhamento (figura 3). A partir das páginas tratadas, linhas de texto foram selecionadas, recortadas e coladas em um novo arquivo, a fim de obter amostras dos caracteres. Cada caractere foi recortado, nomeado, separado em arquivos individuais e organizado em pastas, conforme demonstrado na figura 4.

Figura 3: Página original de anúncio e página após tratamento de imagem.

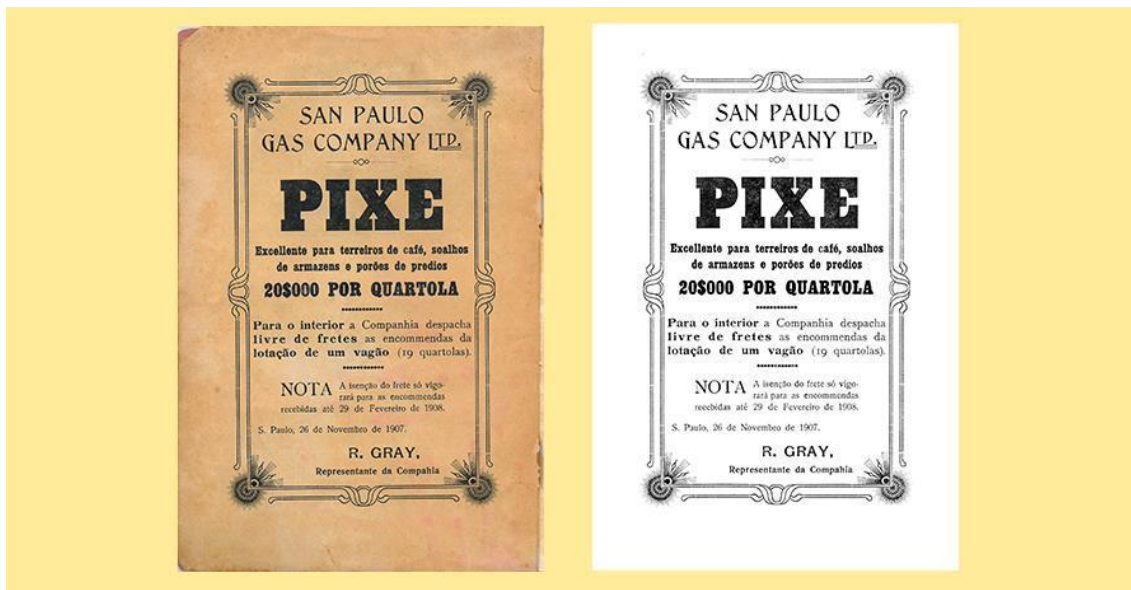
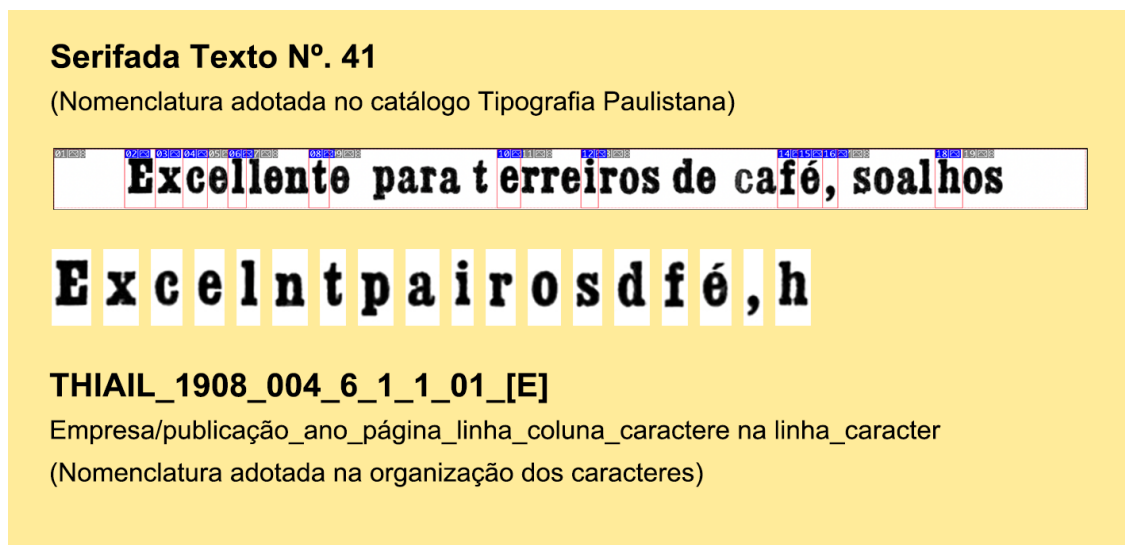
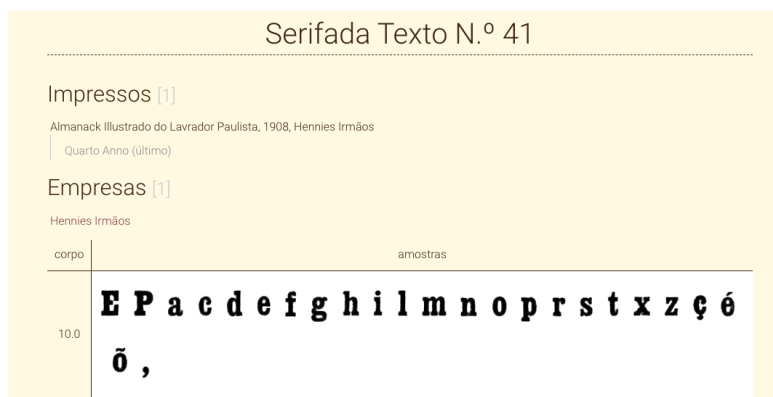


Figura 4: Exemplo de linha de texto. Nomenclatura do caractere "E" adotada na etapa de catalogação.



Os caracteres tipográficos considerados inéditos complementaram o conjunto de famílias tipográficas já catalogadas, gerando novas famílias na plataforma Tipografia Paulistana (figura 5). Os procedimentos para *upload* seguiram o protocolo criado por Farias (2021), com a organização em pastas por famílias tipográficas e corpos, a criação de *thumbnails* e a adição de metadados para organização dentro da plataforma.

Figura 5: Página do catálogo Tipografia Paulistana.



### 3 Resultados

Foram coletados 694 caracteres de 26 famílias tipográficas presentes nos 54 anúncios do almanaque, dentre as quais quatro eram inéditas na plataforma Tipografia Paulistana. Cabe mencionar que, em diversos casos, havia um número pequeno de caracteres previamente catalogados na plataforma, tornando a complementação fundamental para a compreensão da amplitude do repertório tipográfico dos Hennies. A maior parte das famílias tipográficas coletadas são do estilo serifado, 13, seguidas do estilo fantasia, 7, e grotescas, 6.

As famílias coletadas seguiram a nomenclatura adotada na plataforma Tipografia Paulista, complementadas por nomenclaturas utilizadas pelos próprios Hennies ou pelas fundidoras que produziram os tipos, conforme a tabela 1.

Tabela 1: Famílias tipográficas coletadas a partir do *Almanack Ilustrado do Lavrador Paulista*.

Nomenclatura	Amostra dos tipos
Fantasia Nº 25 (Loreley)	Maggi Enrico
Fantasia Nº 29 (Gloria / Schmale fette Gloria)	Graig & Martins
Fantasia Nº 30 (Künstler-Schrift Claro / Magere Künstler-Schrift)	Ajardinamento
Fantasia Nº 31 (Künstler-Schrift Meio Preto / Halbfette Künstler-Schrift)	«A Paulicéa»
Fantasia Nº 40 (Aurora / Zierschrift Aurora)	CUCÉ VITO
Fantasia Nº 43 (Neue Zierschriften)	PHOTOGRAPHIA
Fantasia Nº 56 (Asträa)	JOÃO VELLOSO
Grotesca Nº 07 (Secession Meio Preto / Halbfette Secession)	CATALOGOS GRATIS.
Grotesca Nº 08 (Secession / Magere Secession)	* TYPOS, MACHINAS *
Grotesca Nº 10 (Grotesque Estreito / Schlanke Grotesk)	Artigos photographicos
Grotesca Nº 36 (Mediaeval-Grotesque)	Gustavo Backheuser
Grotesca Nº 38 (Halbbreite Grotesk)	CAROVEGETA
Grotesca Nº 41	IMPORTAÇÃO
Serifada Texto Nº 25 (Elzevir Meio Preto / Schmale fette Elzevir)	CAPITAL
Serifada Texto Nº 40	QUARTOLA

Serifada Texto Nº 41	<b>Excellento</b>
Serifada Título Nº 20 (Corinna)	WEISZFLOG IRMÃOS
Serifada Título Nº 21 (Versaes Moderna)	SCAVONE &
Serifada Título Nº 22 (Alexandra)	S. PAULO F. AMARO
Serifada Título Nº 24 (Renaissance Estreito / Schmale Halbfette Renaissance)	Marengo Irmãos
Serifada Título Nº 25 (Hudson)	THIELE & BAUER
Serifada Título Nº 26 (Moderne Egyptienne / Moderne Fette Egyptienne)	<b>AQUECEDOR</b>
Serifada Título Nº 28 (Elzevir Estreito Preto / Schmale halbfette Elzevir)	Zerrenner, Bülow & Co.
Serifada Título Nº 29 (Canon Angelus / Angelus Mediäval)	<b>MARENGO</b>
Serifada Título Nº 58 (Magere Egyptienne)	GENEROS DO PAIZ.
Serifada Título Nº 71	<b>F. UPTON &amp;</b>

### O uso do repertório tipográfico na composição dos anúncios

Ao analisar o emprego dessas famílias tipográficas, observou-se a recorrência delas em diferentes anúncios comerciais –uma mesma família tipográfica era empregada para compor anúncios de diferentes empresas, alternando o tamanho, a disposição e a combinação dos caracteres, o que também ocorreu com outros elementos gráficos, como ornamentos, molduras, vinhetas e divisores. No entanto, apesar da repetição dos elementos tipográficos, as variações na composição de cada anúncio proporcionaram um visual próprio na construção de uma identidade visual para cada anunciante.

Os estilos de famílias tipográficas –serifadas, fantasias e grotescas– foram observados em quatro categorias hierárquicas de informação na composição visual dos anúncios: título; subtítulo; texto; e assinatura do anunciante (figura 6).



Figura 6: Categorias hierárquicas de informação.

**F. UPTON & C<sup>o</sup>** Título ou nome da empresa

**Empório de Machinas para a Lavoura** Subtítulo ou função da empresa (texto de destaque)

Rua do Commercio, 44, 46 e 48 - S. Paulo  
Avenida Central, 18 - Rio de Janeiro

DESCASCADOR DE ARROZ - Engelsingberg Americano

DESCASCADOR DE ARROZ  
N. 1 para 35-50 saccos por dia \* N. 3 para 6-10 saccos por dia

Esta machina para arroz, fabricada ha 18 annos nos Estados Unidos da America do Norte, em Syracuse, New-York, pelos fabricantes The Engelsingberg Hauler Co., ja é sobrejamento conhecida em todos os Estados do Brasil, funcionando em diversos logares desde 1902, por consequente, não é machina que se vai experimentar.

Peçam catalogos e mais informações

Texto

Assinatura do anunciante ou frase imperativa

Realizou-se o levantamento da variedade e frequência dos estilos tipográficos empregados nessas categorias de informação por meio do qual se constatou uma correspondência entre o tipo de informação e o estilo da fonte empregada. Constatou-se também a prevalência do estilo serifado em 27 títulos, seguido de 22 com tipos fantasia e 6 com grotescos. A preferência pelo emprego de tipos serifados também foi observada em subtítulos, textos e assinaturas.

A estratégia de variedade na orientação visual da composição tipográfica contribuiu para diferenciar os anúncios. Além da orientação vertical, havia anúncios horizontais, diagonais e com elementos em diagonal (figura 7).

Figura 7: Anúncios com diferentes estratégias de composição visual como fator de diferenciação.





#### 4 Discussão

Para uma análise comparativa, tomou-se o *Almanach do Estado de São Paulo*, impresso por Jorge Seckler no ano de 1890, objeto pesquisado por Yoshimura & Farias (2021). As pesquisadoras observaram a preferência de famílias tipográficas no estilo serifado, seguidas das fantasias, grotescas, toscanas e escriturais, prevalecendo o emprego de fontes serifadas e grotescas para aplicação em nomes de empresas, com famílias toscanas e fantasias empregadas em nomes de proprietários ou assinaturas. Foi feita a comparação entre anúncios de uma mesma empresa no almanaque Seckler nas edições de 1884, 1885, 1887 e 1890, e observou a descontinuidade de uso das tipografias toscanas, especialmente as toscanas góticas – que possuem serifas pontiagudas e projeções nas bases (Onoda & Farias, 2015).

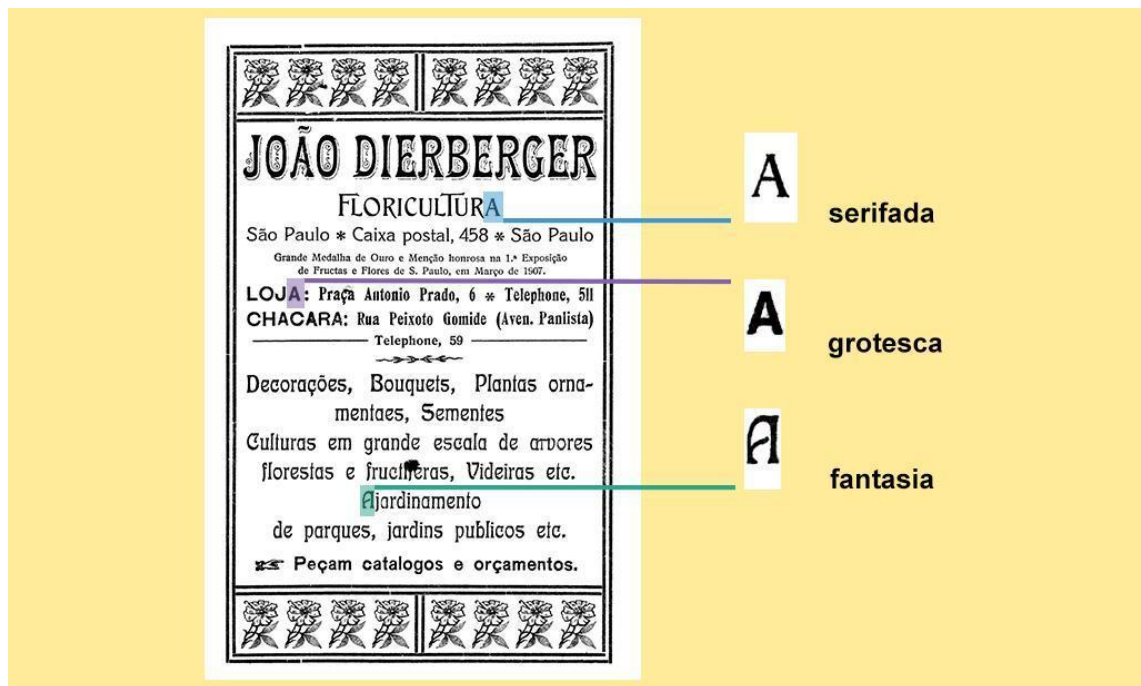
Nos anúncios comerciais foram usados apenas três estilos de famílias tipográficas: serifadas, fantasias e grotescas, indicando a preferência por tipos serifados e indicando a descontinuidade de tipos toscanos e escriturais.

No almanaque Seckler de 1890, observou-se a tendência crescente do uso de diferentes famílias tipográficas em diferentes estilos compondo um mesmo anúncio (Yoshimura, 2021). Em comparação com edições anteriores à publicação, percebe-se uma média de 8 a 10 famílias distintas por anúncio, média semelhante quando comparada ao almanaque dos Hennies: **33** dos 54 anúncios utilizaram 5 a 8 famílias tipográficas, enquanto que **17** anúncios chegaram a empregar de 9 a 12 famílias (figura 8). Apenas **quatro** anúncios utilizaram até 4 famílias de tipos. Apesar desta quantidade e variedade de estilos – serifado, grotesco e fantasia – de famílias tipográficas em um mesmo anúncio (figura 9), os leiautes se mostraram organizados e elegantes, aparentemente devido ao emprego de molduras, ornamentos e divisores.

Figura 8: Anúncios comerciais com 3, 7 e 12 famílias tipográficas.



Figura 9: Diferentes estilos de famílias tipográficas em anúncio comercial.



## 5 Considerações finais

O levantamento das famílias tipográficas presentes nos anúncios comerciais do almanaque e a coleta dos caracteres ainda não catalogados desta oficina contribuíram para a ampliação do repertório tipográfico dos Hennies e complementação da plataforma Tipografia Paulistana, o que auxiliará pesquisas futuras. As análises da variedade e frequência de uso dos tipos permitiram compreender como este repertório de tipos foi empregado na composição visual dos anúncios e na diferenciação de seus anunciantes.

Pode-se perceber algumas prevalências e descontinuações no gosto estético no decorrer de duas décadas, entre a publicação dos almanaques impressos por Seckler, em 1890, e do almanaque impresso pelos Irmãos Hennies, em 1908, por exemplo, a preferência por tipos serifados em diferentes categorias de informações nos anúncios.

Outra prevalência que se percebeu constante no gosto estético dos dois períodos foi o emprego de diferentes famílias tipográficas em um mesmo anúncio. O fato de os almanaques comerciais serem utilizados também para divulgar o repertório tipográfico da oficina explica o emprego de muitas famílias em um mesmo anúncio. Quanto às descontinuidades dos padrões estéticos, percebeu-se a tendência no uso de tipos menos ornamentados logo na primeira década do século XX, por não terem sido encontradas letras em estilo toscano e escriturais no almanaque, fato que aponta para uma tendência de renovação do repertório tipográfico na cena paulistana.

## 6 Agradecimento

A pesquisa foi realizada com apoio da bolsa Fapesp, processo nº 2019/07566-6.

## 7 Referências

- Berthold, H. (s.d.). *Messinglinienfabrik und Schriftgiesserei A. G. Schriften und Ornamente: Messing-Universalblatt und Vignetten*. Berlin. Acervo: Família Hennies.
- Farias, P. L. (2021). Tipografia Paulistana: um protocolo de pesquisa. In Curcio, G. F, Piaia, J. S., Rezende, A. *Anais da 4ª Jornada de Pesquisa LabVisual*. São Paulo. FAUUSP. 48–53
- Farias, P. L., Aragão, I. R. & Cunha Lima, E. L. (2012). Unraveling aspects of Brazilian design history through the study of 19th century almanacs and type specimens. In Israsena, P. (Org.). *Proceedings of the Design Research Society Conference*. v. 2. Bangkok: Chulalongkorn University. 498–511
- Farias, P. L., & Lima, E. C. (2016). Transatlantic eccentricities: tuscan typefaces as an example of transnational typographic taste. In *Communication Design*, 4(1-2), 4–20.  
<https://doi.org/10.1080/20557132.2016.1275452>
- Farias, P. L. & Onoda, M. A. (2015). Letras toscanas no repertório tipográfico de Jorge Seckler (1883-1895). In *Anais do Congresso Internacional de Design da Informação*, 7, 883-892.  
10.5151/designpro-CIDI2015-cidi\_57
- Hennies & cia. (s.d.). *Specimen de tipos, vinhetas, etc.* São Paulo: Tipografia, Encadernação, Pautação, Hennies & Cia. (sem data) Acervo: Família Hennies.
- Farias et al. (s.d.). *Tipografia Paulistana*. Um acervo digital reunindo imagens dos tipos utilizados nas oficinas tipográficas instaladas na cidade de São Paulo entre 1827 e 1927. [Plataforma online] FAUUSP, LABVISUAL.  
<http://labvisual.fau.usp.br/tipografiapaulistana/>
- Piaia, J. S. (2019). O repertório tipográfico da Tipografia Hennies: contribuições para a memória gráfica paulistana. [Pesquisa de pós-doutorado, não publicado]. Apoiado pela Fapesp #2019/07566-6, FAUUSP, São Paulo. <https://bv.fapesp.br/pt/pesquisador/705449/jade-samara-piaia>
- Piaia, J. S., & Farias, P. L. (2021). Identificando a origem de fontes tipográficas a partir de um catálogo de tipos: o repertório do Specimen de Tipos da Tipografia Hennies Irmãos. In *Estudos em design*, 29, 6–26.  
<https://doi.org/10.35522/eed.v29i2.1207>
- Yoshimura, L. M., & Farias, P. L. (2021). Fontes de título no repertório tipográfico das oficinas de Jorge Seckler entre 1878 e 1890. In *Anais 10º CONGIC*. São Paulo: Blucher. 10.5151/cidicongic2021-157-353756-CONGIC-Teoria.pdf
- Yoshimura, L. M. (2021). *O repertório tipográfico utilizado pelo impressor paulistano Jorge Seckler em seu almanaque para o ano de 1890: fontes de título*. [Pesquisa de Iniciação científica, não publicado]. PIBIC, FAUUSP, São Paulo.

## 8 Sobre as autoras

Andressa Licka Shimizu, USP, Brasil <andressa.shimizu@usp.br>

Jade Samara Piaia, Dra., UNESP, Brasil <jade.piaia@unesp.br>