



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

LAURA LINCK MACIEL

**Mudanças tipográficas do *Diário de Pernambuco*:** Uma análise das tipografias dos títulos dos anúncios durante a década de 1850

Recife

2024

LAURA LINCK MACIEL

**Mudanças tipográficas do *Diário de Pernambuco*: Uma análise das tipografias dos títulos dos anúncios durante a década de 1850**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design.

**Área de Concentração:** Design da informação

**Orientador (a):** Isabella Ribeiro Aragão

Recife

2024

.Catalogação de Publicação na Fonte. UFPE - Biblioteca Central

Maciel, Laura Linck.

Mudanças tipográficas do Diário de Pernambuco: Uma análise das tipografias dos títulos dos anúncios durante a década de 1850 / Laura Linck Maciel. - Recife, 2024.

148f.: il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Design, 2024.

Orientação: Isabella Ribeiro Aragão.

Inclui referências.

1. Tipografia; 2. Diário de Pernambuco; 3. Jornais. I. Aragão, Isabella Ribeiro. II. Título.

UFPE-Biblioteca Central

**LAURA LINCK MACIEL**

**Mudanças tipográficas do *Diário de Pernambuco*: Uma análise das tipografias dos títulos dos anúncios durante a década de 1850**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Federal de Pernambuco, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Design.

Data de aprovação: 28 de novembro de 2024

**BANCA EXAMINADORA**

---

Profa. Dra. Isabella Ribeiro Aragão

Orientadora

Universidade Federal de Pernambuco

---

Profa. Dra. Edna Lucia Oliveira da Cunha Lima

Examinadora Externa

Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

---

Prof. Dr. Josinaldo Barbosa da Silva

Examinador Externo

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Pernambuco

## RESUMO

O mapeamento e a catalogação de tipografias são essenciais para entender a identidade gráfica de um período. Cunha Lima, Figueredo e Cidrini (2015) e Gray (1976) estudaram as tipografias do século XIX, mas há uma lacuna no estudo dos jornais do nordeste brasileiro, especialmente do Recife. Essa pesquisa tem como foco estudar o *Diário de Pernambuco* que, fundado em 1825 por Miranda Falcão, iniciou-se como um jornal de anúncios. Em 1835, Manoel de Figueroa Faria assumiu a direção, modernizando o periódico.

A pesquisa exploratória visual dos exemplares do jornal mostrou um aumento na variedade tipográfica, incluindo o uso de tipos grandes e de fácil leitura nos anúncios de compras, vendas e avisos diversos durante a década de 1850, o que conduziu a pesquisa à escolha por esse período. Assim, a presente pesquisa analisou o uso de tipos móveis nos títulos dos anúncios do *Diário de Pernambuco* na década de 1850, período marcado pelo início da segunda revolução industrial e modernização do jornal. A coleta dos exemplares foi realizada na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional, salvando os exemplares em pastas através de capturas de tela. Em seguida foram analisadas as ocorrências tipográficas e a quantidade de vezes que cada tipo se mostrava presente por ano.

A partir dessa análise, buscou-se traçar um panorama das tipografias utilizadas nos anúncios do jornal na década de 1850, podendo assim compreender o aumento da variedade de tipos utilizados, bem como suas causas, e mapear a identidade tipográfica do *Diário de Pernambuco* na época estudada. Com isso, buscou-se contribuir para o entendimento da atividade tipográfica em Recife e ampliar o conhecimento acerca dos jornais recifenses oitocentistas.

**Palavras-chaves:** Tipografia. *Diário de Pernambuco*. Jornais. Recife. Anúncios

## ABSTRACT

Mapping and cataloging typography are essential to understanding the graphic identity of a period. Cunha Lima, Figueredo e Cidrini (2015) and Gray (1976) studied 19th-century typography, but there is a gap in the study of newspapers from the Brazilian northeast, especially from Recife. This research focuses on studying the *Diário de Pernambuco*, which was founded in 1825 by Miranda Falcão and began as an advertisement newspaper. In 1835, Manoel de Figueroa Faria took over as editor, modernizing the newspaper.

The exploratory visual research of the newspaper's copies showed an increase in typographic variety, including the use of large, easy-to-read type in advertisements for purchases, sales, and other notices during the 1850s, which led the research to choose this period. Thus, this research analyzed the use of movable type in the titles of advertisements in the *Diário de Pernambuco* in the 1850s, a period marked by the beginning of the second industrial revolution and the modernization of the newspaper. The collection of copies was carried out in the Hemeroteca Digital of Biblioteca Nacional, saving the copies in folders through screenshots. The typographic occurrences and the number of times each type was present per year were then analyzed.

Based on this analysis, we sought to outline an overview of the typographies used in the newspaper's advertisements in the 1850s, thus being able to understand the increase in the variety of types used, as well as their causes, and to map the typographic identity of the *Diário de Pernambuco* at the time studied. With this, we sought to contribute to the understanding of typographic activity in Recife and to expand knowledge about nineteenth-century Recife newspapers.

**Keywords:** Typography - *Diário de Pernambuco* - Newspapers - Recife - Advertisements

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Fragmento de <i>Hypnerotomachia Poliphili</i> , impresso por Aldus Manutius em 1499 . . . . .	15
Figura 2 – Primeira página do primeiro exemplar do <i>Diário de Pernambuco</i> , de 7 de novembro de 1825. . . . .	16
Figura 3 – Marca do <i>Diário de Pernambuco</i> em 7 de novembro de 1825. . . . .	17
Figura 4 – Fonte utilizada em subtítulos das Entradas e saídas das embarcações. . . .	17
Figura 5 – Fonte utilizada nos títulos de matérias. . . . .	17
Figura 6 – Primeiro prelo tipográfico onde foi impresso o <i>Diário de Pernambuco</i> . . . .	18
Figura 7 – Edição de 31/01/1835. . . . .	23
Figura 8 – Edição de 05/02/1835. . . . .	24
Figura 9 – Edição de 02/05/1835. . . . .	25
Figura 10 – Texto em 5 colunas e tipografias sem serifa no topo de cada seção. Edição de 24 de dezembro de 1850. . . . .	27
Figura 11 – Tipos grandes e de fácil leitura em 7 de agosto de 1851. Edição de 07 de agosto de 1851. . . . .	28
Figura 12 – Primeira página da edição de 2 de agosto de 1866, onde se anuncia a morte do Comendador Figueroa Faria . . . . .	29
Figura 13 – Edição 17 de maio de 1888, página 2 da edição especial, coluna 3 . . . . .	32
Figura 14 – Edição 17 de maio de 1888, capa da edição especial, coluna 4 . . . . .	32
Figura 15 – Edição 17 de maio de 1888, capa da edição especial, coluna 4 . . . . .	32
Figura 16 – Edição 17 de maio de 1888, capa da edição especial, coluna 4 . . . . .	33
Figura 17 – Edições de 07 de novembro de 1825 (canto superior esquerdo), 02 de maio de 1835 (canto superior direito), 26 de fevereiro de 1836 (canto inferior esquerdo) e 02 de julho de 1849 (canto inferior direito) . . . . .	34
Figura 18 – Edições de 01 de julho de 1851 (esquerda) e 13 de fevereiro de 1854 (direita)	35
Figura 19 – Estado de conservação de exemplar do <i>Diário de Pernambuco</i> no LIBER (UFPE) . . . . .	37
Figura 20 – Disposição dos arquivos <i>Adobe Illustrator</i> . . . . .	39
Figura 21 – Edições do <i>Diário de Pernambuco</i> em cada mês . . . . .	40
Figura 22 – Estratégia de seleção dos anúncios na página . . . . .	41

Figura 23 – Recortes de alguns anúncios de 1851 . . . . .	42
Figura 24 – Agrupamento de tipografias similares por ano estudado . . . . .	42
Figura 25 – Primeira edição da <i>Gazeta do Rio de Janeiro</i> . . . . .	47
Figura 26 – Anúncio da fundição de Pinard. <i>Diário de Pernambuco, edição de 3 de fevereiro de 1829, pag. 4.</i> . . . . .	51
Figura 27 – Incidência de designs de tipos por década (Com base em Nicolette Gray) 1820-1870 . . . . .	52
Figura 28 – Registro de abridores e gravadores. . . . .	53
Figura 29 – Registro de fundidores de material tipográfico no Brasil. . . . .	54
Figura 30 – Exemplar do <i>Almanak do Estado de Pernambuco.</i> . . . .	54
Figura 31 – Tipo <i>fat face</i> . . . . .	56
Figura 32 – Fonte egípcia . . . . .	57
Figura 33 – Primeira ocorrência de tipo sem serifa . . . . .	58
Figura 34 – Tipo com serifa toscanas . . . . .	58
Figura 35 – Tipo toscano apresentado no livro de Gray (1976) . . . . .	59
Figura 36 – Esquema guarda-chuva de gêneros . . . . .	62
Figura 37 – Matéria do dia 12 de julho de 1850. . . . .	65
Figura 38 – Edição de 30 de dezembro de 1850 . . . . .	67
Figura 39 – Edição de 31 de dezembro de 1859 . . . . .	68
Figura 40 – Edição de 07 de setembro de 1825 . . . . .	69
Figura 41 – Edição de 01 de outubro de 1831 . . . . .	69
Figura 42 – Edição de 01 de fevereiro de 1843 . . . . .	70
Figura 43 – Comparação de anúncios de diferentes segmentos contendo a mesma tipografia fantasia. Respectivamente 1853 e 1855. . . . .	71
Figura 44 – Edição de 30 de dezembro de 1845 . . . . .	71
Figura 45 – Edição de 13 de setembro de 1849. Página sem pontos focais gerados por tipografias e os anúncios ainda se configurando como matérias do século XIX. . . . .	72
Figura 46 – Comparação entre exemplares de 1849 (esquerda) e 1852 (direita) . . . . .	73
Figura 47 – Edição de 31 de janeiro de 1952. . . . .	73
Figura 48 – Capa da edição de 4 maio de 1829 de <i>O Cruzeiro.</i> . . . .	75
Figura 49 – Capa da edição de 15 de janeiro de 1850 de <i>O Commercial.</i> . . . .	76
Figura 50 – Anúncio presente na edição de 15 de janeiro de 1850 de <i>O Commercial.</i> . . . .	77

Figura 51 – Anúncio presente na edição de 15 de janeiro de 1850 de <i>O Commercial</i> . . . . .	77
Figura 52 – Edição de 20 de agosto de 1850. . . . .	81
Figura 53 – Título na edição de 14 de janeiro de 1850. . . . .	81
Figura 54 – Matéria no <i>Diário de Pernambuco</i> de 1850. . . . .	82
Figura 55 – Diferença entre os vértices do caractere <i>A</i> . . . . .	82
Figura 56 – Edição de 19 de março de 1851. . . . .	83
Figura 57 – Edição de 14 de novembro de 1851. . . . .	84
Figura 58 – Anúncio de 17 de setembro 1851 utilizando tipos fantasia. . . . .	85
Figura 59 – Tipos recortados do <i>Diário de Pernambuco</i> em 16 de outubro de 1851 e 18 de dezembro de 1858, respectivamente . . . . .	86
Figura 60 – Ocorrência de tipos parecidos no catálogo de Henrique Rosa . . . . .	86
Figura 61 – Caractere <i>Q</i> utilizado como <i>Õ</i> . . . . .	86
Figura 62 – Ocorrência dos tipos no <i>Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood</i>	87
Figura 63 – Tipos recortados do <i>Diário de Pernambuco</i> em 17 de setembro de 1851 . . . . .	87
Figura 64 – <i>Caslon</i> (1830) . . . . .	87
Figura 65 – Tipos recortados do <i>Diário de Pernambuco</i> . . . . .	88
Figura 66 – <i>Thorowgood</i> (1824) . . . . .	88
Figura 67 – Edição de 14 de junho de 1851 . . . . .	89
Figura 68 – Tipo fantasia presente em anúncios de edições do <i>Diário de Pernambuco</i> de 19 de janeiro de 1852, 17 de março de 1852, 14 de maio de 1852 e 18 de dezembro de 1852 respectivamente . . . . .	91
Figura 69 – <i>Thorowgood</i> (1824) . . . . .	91
Figura 70 – Tipos recortados do <i>Diário de Pernambuco</i> em 19 de janeiro de 1852 . . . . .	92
Figura 71 – Tipo fantasia presente em anúncios de edições do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de fevereiro de 1852 e 14 de maio de 1852 respectivamente . . . . .	92
Figura 72 – Ocorrência dos tipos no catálogo de Henrique Rosa . . . . .	92
Figura 73 – Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de fevereiro de 1852 . . . . .	93
Figura 74 – Ocorrência dos tipos no <i>Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood</i>	93
Figura 75 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 19 de fevereiro de 1852 . . . . .	93
Figura 76 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 19 de junho de 1852 . . . . .	93

Figura 77 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de fevereiro de 1852 . . . . .	94
Figura 78 – Recorte do caractere <i>Q</i> . . . . .	94
Figura 79 – Ocorrência dos tipos no <i>Catálogo da Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos</i> . . . . .	94
Figura 80 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de março de 1852 . . . . .	95
Figura 81 – Ocorrência de tipos similares no catálogo de Haenel (1847) . . . . .	95
Figura 82 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de fevereiro de 1852 . . . . .	95
Figura 83 – Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 19 de julho de 1852 . . . . .	96
Figura 84 – Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de outubro de 1852 . . . . .	97
Figura 85 – Tipos fantasia recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 13 de outubro de 1853 . . . . .	98
Figura 86 – Figgins (1843) . . . . .	99
Figura 87 – Tipos fantasia recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de janeiro de 1853 . . . . .	99
Figura 88 – Tipos fantasia recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 18 de dezembro de 1858 . . . . .	99
Figura 89 – Blake e Stephenson, 1841 . . . . .	99
Figura 90 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 13 de maio de 1853 . . . . .	100
Figura 91 – Tipos recortados de anúncio da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 16 de março de 1853 . . . . .	100
Figura 92 – Ocorrência dos tipos no <i>Caslon's Specimen of Printing Types</i> . . . . .	100
Figura 93 – Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 16 de março de 1853 . . . . .	101
Figura 94 – Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de abril de 1853 . . . . .	102
Figura 95 – Tipos recortados das edições do <i>Diário de Pernambuco</i> de 13 de abril de 1854 e 12 de outubro de 1854, respectivamente . . . . .	105
Figura 96 – Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 12 de junho de 1854	106
Figura 97 – Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 24 de fevereiro de 1854 . . . . .	107
Figura 98 – Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 18 de julho de 1853	108
Figura 99 – Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 18 de julho de 1853	109

Figura 100–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 16 de junho de 1855 . . . . .	110
Figura 101–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de agosto de 1855 . . . . .	111
Figura 102–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 18 de setembro de 1856 . . . . .	112
Figura 103–Ocorrência de tipos parecidos no <i>Catálogo da Fundação de Tipos Henrique Rosa</i> . . . . .	112
Figura 104–Ocorrência de tipos parecidos no <i>Catálogo da Fundação de tipos de Joh. Enschedé e filhos</i> (1830) . . . . .	113
Figura 105–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de janeiro de 1856 . . . . .	114
Figura 106–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de julho de 1856	116
Figura 107–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de janeiro de 1856 . . . . .	116
Figura 108–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 13 de julho de 1857 . . . . .	117
Figura 109–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de abril de 1853	118
Figura 110–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de abril de 1857	119
Figura 111–Tipo toscano presente em Gray (1976) . . . . .	119
Figura 112–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 16 de abril de 1857	119
Figura 113–Ocorrência de tipos similares no catálogo de Haenel (1847) . . . . .	120
Figura 114–Tipos recortados das edições do <i>Diário de Pernambuco</i> de 16 de abril de 1857, 15 de maio de 1857 e 16 de abril de 1857, respectivamente . . . . .	120
Figura 115–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de março de 1858 . . . . .	121
Figura 116–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 15 de setembro de 1858 . . . . .	122
Figura 117–Tipo toscano presente em Gray (1976) . . . . .	123
Figura 118–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 16 de fevereiro de 1858 . . . . .	123
Figura 119–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 19 de junho de 1858	123
Figura 120–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 14 de maio de 1858	123
Figura 121–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de dezembro de 1859 . . . . .	124
Figura 122–Edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 17 de dezembro de 1859 . . . . .	125
Figura 123–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 13 de maio de 1859	127
Figura 124–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 15 de fevereiro de 1859 . . . . .	127

Figura 125–Tipo toscano presente no Catálogo de Henrique Rosa . . . . .	127
Figura 126–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 15 de fevereiro de 1859 . . . . .	127
Figura 127–Tipo toscano presente no Catálogo de Henrique Rosa . . . . .	128
Figura 128–Tipos recortados da edição do <i>Diário de Pernambuco</i> de 15 de fevereiro de 1859 . . . . .	128
Figura 129–Tipo fantasia presente em Gray (1976) . . . . .	128
Figura 130–Tipo fantasia presente no Catálogo de Haenel (1847) . . . . .	128
Figura 131–Títulos de anúncios contendo as Fontes 23 e 29 respectivamente . . . . .	132
Figura 132–Título de anúncio impresso na Fonte 32 . . . . .	132
Figura 133–Fontes tridimensionais de 1859. . . . .	133

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabela de exemplo de amostra utilizando a semana artificial para o ano de 1853 . . . . .	39
Tabela 2 – Tabela de aparições de tipografias por ano no <i>Almanak Laemmert</i> . . . . .	44
Tabela 3 – Exemplo da tabela que representa a quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano 1850. . . . .	45
Tabela 4 – Fundação Francesa . . . . .	53
Tabela 5 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1850 . . . . .	80
Tabela 6 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1851. . . . .	85
Tabela 7 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1852. . . . .	90
Tabela 8 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1852. . . . .	98
Tabela 9 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece nos anos de 1851, 1852 e 1853. . . . .	103
Tabela 10 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1854 . . . . .	105
Tabela 11 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1855 . . . . .	108
Tabela 12 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1856 . . . . .	112
Tabela 13 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece nos anos de 1854, 1855 e 1856 . . . . .	115
Tabela 14 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1857 . . . . .	118
Tabela 15 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1858 . . . . .	122
Tabela 16 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1859 . . . . .	126
Tabela 17 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece nos anos de 1857, 1858 e 1859 . . . . .	129
Tabela 18 – Identificação dos tipos encontrados no <i>Diário de Pernambuco</i> na década de 1850 . . . . .	130
Tabela 19 – Quantidade de anúncios por ano em que as tipografias aparecem . . . . .	131

## SUMÁRIO

	<b>Introdução</b> . . . . .	<b>9</b>
<b>1</b>	<b>A HISTÓRIA DO <i>DIÁRIO DE PERNAMBUCO</i> E O CONTEXTO RECIFENSE</b> . . . . .	<b>13</b>
1.1	OS PRECEDENTES DA IMPRENSA EM PERNAMBUCO . . . . .	13
1.2	A FUNDAÇÃO DO <i>DIÁRIO DE PERNAMBUCO</i> E SEUS ANOS INICIAIS . . . . .	14
1.3	A PASSAGEM DE MIRANDA FALCÃO PELO <i>DIÁRIO</i> . . . . .	20
1.4	A DIREÇÃO DE FIGUEROA FARIA E A MODERNIZAÇÃO DO <i>DIÁRIO</i> . . . . .	21
<b>2</b>	<b>METODOLOGIA</b> . . . . .	<b>36</b>
2.1	REVISÃO BIBLIOGRÁFICA . . . . .	36
2.2	PESQUISA EXPLORATÓRIA . . . . .	36
2.3	COLETA E ORGANIZAÇÃO DA AMOSTRA . . . . .	38
2.4	SEPARAÇÃO DOS TIPOS DE TÍTULO . . . . .	41
2.5	IDENTIFICAÇÃO E QUANTIFICAÇÃO DOS TIPOS . . . . .	43
<b>3</b>	<b>ENTRE TIPOS E ANÚNCIOS</b> . . . . .	<b>46</b>
3.1	TIPOS NO BRASIL . . . . .	46
3.1.1	<b>Tipografia no Brasil oitocentista</b> . . . . .	<b>46</b>
3.1.2	<b>Início e desenvolvimento da impressão no Brasil</b> . . . . .	<b>50</b>
3.1.3	<b>Breve contextualização da fundição de tipos no Recife</b> . . . . .	<b>53</b>
3.2	O DESENHO TIPOGRÁFICO NO SÉCULO XIX . . . . .	55
3.3	ANÚNCIOS EM JORNAIS . . . . .	61
3.3.1	<b>Contextualizando e definindo anúncios</b> . . . . .	<b>61</b>
3.4	ANÚNCIOS EM PERIÓDICOS BRASILEIROS DO SÉCULO XIX . . . . .	74
3.4.1	<b>O Cruzeiro: Jornal Politico, Literario e Mercantil</b> . . . . .	<b>74</b>
3.4.2	<b>Diário do Povo</b> . . . . .	<b>75</b>
3.4.3	<b>O Commercial: Jornal dos Interesses Commerciaes, Agricolas, In-</b> <b>dustriaes e de Litteratura</b> . . . . .	<b>76</b>
3.4.4	<b>Diário dos Pobres</b> . . . . .	<b>78</b>
<b>4</b>	<b>MUDANÇAS TIPOGRÁFICAS NOS TÍTULOS DOS ANÚNCIOS DO <i>DIÁRIO DE PERNAMBUCO</i> NA DÉCADA DE 1850</b> . . . . .	<b>79</b>
4.1	1850 - O INÍCIO DA <i>ÉPOCA DE OURO</i> . . . . .	79

4.2	1851 A 1853: O APARECIMENTO DOS TIPOS FANTASIA . . . . .	83
4.3	1854 A 1856 . . . . .	104
4.4	1857 A 1859: O AUMENTO DOS TIPOS DECORADOS . . . . .	116
4.5	IDENTIFICAÇÕES TIPOGRÁFICAS . . . . .	129
4.6	REFLEXÕES SOBRE A DÉCADA DE 1850 . . . . .	132
<b>5</b>	<b>CONCLUSÕES . . . . .</b>	<b>135</b>
	<b>REFERÊNCIAS . . . . .</b>	<b>138</b>

## INTRODUÇÃO

A palavra *tipografia* tem cinco significados, conforme Aragão (2016), dos quais três estão ligados ao período em que a tipografia era o principal método de reprodução de impressos. A autora afirma que, naquela época, o local onde se praticava a técnica de impressão tipográfica era chamado de tipografia, e o setor responsável pela composição de texto nessas gráficas também podia ser denominado tipografia ou oficina tipográfica. Um quarto conceito, originado a partir das invenções de Gutenberg, define tipografia como um “conjunto de práticas e processos envolvidos na criação e uso de símbolos visíveis relacionados a caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (números, sinais de pontuação, etc.) para fins de reprodução” (FARIAS; CUNHA LIMA, 2016, p.10). Por fim, a última definição trata a tipografia como sinônimo de face, termo que, no contexto tipográfico, remete à necessidade de Moxton (1683 apud ARAGÃO, 2016, p.16) de diferenciar as partes do punção, como altura e largura, e explicar que as letras eram gravadas na face do aço.

Os tipos geralmente são divididos de acordo com a função do texto em tipos de texto e tipos *display*. A definição dos tipos *display* não é universal, tendo explicações e terminologias diversas dependendo de qual autor e período histórico está sendo trabalhado. Por exemplo, de acordo com Clair e Busic-Snyder (2009, p. 361), “referem-se a tipos acima de corpo 14, bem como estilos de tipos decorativos geralmente usados para compor textos para títulos”.

Aragão (2016) divide em seu trabalho dois grupos de tipos nos catálogos da Funtimod, os tipos comuns e os tipos de fantasia, que representam as duas grandes oposições entre tipos para servir textos longos e tipos *display*, sendo estes descritos como desenhos utilizados para atrair atenção do leitor. Já Cunha Lima (2006) define os tipos fantasia como fontes cujo design chama atenção para o título ou partes do texto. A nomenclatura adotada é a mais popular, mas mostra-se adequada para o exame de fontes oitocentistas (CUNHA LIMA, 2006), definição que vamos utilizar nessa pesquisa.

Através da pesquisa exploratória acerca das fontes do *Diário de Pernambuco*, foi visto que a organização dos anúncios do século XIX se dá através de um título seguido por um texto corrido de anúncio. Assim, para a pesquisa em questão, o conceito de título abarca aqueles tipos que hierarquicamente estão dispostos acima dos textos corridos dos anúncios e que se destacam do corpo do texto visualmente. Os tipos de título, portanto, se encaixam na definição apresentada acima de tipos *display*, sendo caracterizados principalmente através da

---

hierarquia informacional de cada anúncio, uma vez que não é possível estimar o tamanho real das tipografias na amostra estudada.

Os trabalhos de mapeamento, identificação e catalogação tipográfica são de extrema importância para construir uma identidade gráfica pertencente a um determinado período histórico. No contexto do século XIX, Cunha Lima, Figueredo e Cidrini (2015) trazem um estudo de fontes em que analisam a quantidade de vezes em que cada tipografia toscana aparece em cada ano no *Almanak Laemmert* do Rio de Janeiro, observando o contexto de utilização desses tipos. Já Gray (1976), apresenta em sua obra *Nineteenth century ornamented typefaces* uma catalogação de tipografias de origem inglesa, americana e francesa do século XIX. Ainda assim, existe uma lacuna no estudo das tipografias dos jornais do nordeste brasileiro, em especial do Recife no mesmo período.

O *Diário de Pernambuco* é o jornal em circulação mais antigo da América Latina, fundado em 1825 por Miranda Falcão e sendo impresso a partir da *Typographia Nacional*, com os mesmos tipos e prelos das primeiras ferramentas gráficas com que se imprimiu o *Aurora Pernambucana*. O jornal se tornou um veículo de informação importante durante o século XIX por imprimir notícias vindas do mundo todo, mudando seu posicionamento a partir de 1828, quando se torna um combatente da liberdade, lutando contra os impulsos de D. Pedro I. Além disso, o *Diário* promovia a cultura local, destacando eventos e artistas, assim como temas políticos, econômicos e culturais.

O interesse pelo tema surgiu durante um estágio que realizei no *Diário de Pernambuco* entre 2021 e 2022. Durante esse período, tive a oportunidade de me envolver em um projeto voltado para a edição comemorativa do jornal, que me proporcionou acesso a uma vasta gama de informações históricas sobre a trajetória do periódico. Essa experiência não apenas ampliou meu conhecimento sobre a história do jornalismo em Pernambuco, mas também despertou uma curiosidade sobre a junção de história e design gráfico.

Paralelamente à minha graduação em Design Gráfico no IFPE e ao estágio, participei de duas pesquisas no PIBIC, ambas centradas na temática da tipografia, sob orientação de Eduardo Souza e Josinaldo Barbosa. Uma das pesquisas abordou o revival de uma tipografia do século XV, me proporcionando estudar aspectos históricos e visuais desse elemento no design gráfico. Esse trabalho não apenas me aproximou de temas históricos, mas também proporcionou uma compreensão mais rica sobre como a tipografia se reinventa ao longo do tempo.

A presente pesquisa propõe analisar e descrever o uso dos tipos móveis nos anúncios do

---

*Diário de Pernambuco* ao longo da década de 1850 a fim de demonstrar as mudanças ocorridas durante esse período. Como objetivos específicos elencamos: Contextualizar a história do *Diário de Pernambuco*; Compreender o contexto das mudanças tipográficas ocorridas entre 1800 e 1859; Identificar modismos e tendências, comparando a utilização de tipos no *Diário* durante a década de 1850; Mapear uma parte do acervo tipográfico do jornal.

A década de 1850 foi escolhida uma vez que, através de uma pesquisa exploratória, percebemos um aumento na variedade tipográfica nos anúncios do *Diário* ao longo da década estudada. A época é chamada por Jambo (1975) como “época de ouro”, sendo marcada pela modernização do jornal.

A pesquisa exploratória foi realizada na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional para coletar informações históricas e visuais acerca do *Diário*. Assim, foram percebidas grandes mudanças no uso de tipografias ao longo do século XIX, como o início da utilização de tipos de título nas páginas de anúncios, que são caracterizados por serem grandes e de fácil leitura. Os anúncios analisados na presente pesquisa são aqueles textos que anunciam bens materiais, sejam eles produtos físicos ou ofertas de serviços. Eles se encontram nas seções de vendas, compras e avisos diversos.

A metodologia utilizada se baseou em trabalhos como de Aragão (2016) e Cunha Lima, Figueredo e Cidrini (2015), onde realizamos uma abordagem histórica acerca da temática. Assim, após juntamente com a revisão bibliográfica, iniciamos a pesquisa exploratória visual e coletamos as amostras que seriam analisadas no capítulo 4. .

Assim, neste trabalho foram analisados os tipos utilizados nos títulos dos anúncios, a fim de mostrar as mudanças na utilização dessas tipografias durante a década de 1850. Essa abordagem resultou numa visão panorâmica das escolhas tipográficas e seus usos nos anúncios do *Diário*. Isso se torna importante para entender historicamente o uso desses tipos e mapear tendências tipográficas no Recife da época estudada.

Como principais resultados da pesquisa podem ser mencionados: a constatação do aumento no uso de tipos fantasia durante a década de 1850; o aumento de tipos diferentes compondo um mesmo anúncio e a identificação de alguns desses tipos oitocentistas.

Com isso, é essencial destacar a importância da tipografia de título, no contexto de publicações estruturalmente complexas como jornais, afirmando assim o grande impacto da tipografia na organização visual e na eficácia comunicativa de publicações de maior complexidade.

A metodologia da pesquisa contribui para a área do design da informação uma vez que as escolhas tipográficas impactam a legibilidade, a estética e a comunicação da informação. Isso

---

se torna importante para o design da informação, onde a clareza e a eficácia da comunicação são essenciais.

Este trabalho está dividido em quatro capítulos, sendo eles: *A história do Diário de Pernambuco e o contexto recifense*, *Metodologia*, *Entre tipos e anúncios*, *Mudanças tipográficas nos títulos dos anúncios do Diário de Pernambuco na década de 1850*, e *Conclusões*.

*A história do Diário de Pernambuco e o contexto recifense* trata dos acontecimentos retratados ao longo dos anos de história do jornal, perpassando seus diretores, mudanças institucionais e pontos importantes.

O capítulo *Metodologia* apresenta os procedimentos metodológicos utilizados na pesquisa, mais especificamente descreve como foi realizada a abordagem histórica e comparativa das tipografias do jornal. A pesquisa em acervos, como o do *Diário de Pernambuco*, apresenta desafios, como condições inadequadas de preservação de documentos. Parte do acervo físico está disponível no LIBER, na UFPE, mas os exemplares originais não podem ser manuseados devido à falta de manutenção e conservação. Os arquivos digitalizados são disponibilizados digitalmente na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.

*Entre tipos e anúncios* é um capítulo de referencial teórico, onde são discutidos conceitos referentes a tipos display, tipos de título, tipografia no século XIX, o início da atividade tipográfica no Brasil e classificações tipográficas.

O penúltimo capítulo, *Mudanças tipográficas nos títulos dos anúncios do Diário de Pernambuco na década de 1850*, retrata a utilização dos tipos fantasia no *Diário de Pernambuco* durante a década de 1850, demonstrando o aumento do uso desses tipos, alinhando a parte visual a uma cultura de consumo que foi se desenvolvendo durante o século XIX. O capítulo exhibe todos os anos da década de 1850 em ordem cronológica, apresentando e analisando suas tipografias. Por fim, é apresentada uma tabela contendo todos os tipos encontrados e em quais categorias de anúncios eles foram utilizados, bem como a quantidade de vezes que ele apareceu por ano e na década.

Na *Conclusão* são lembrados os objetivos da pesquisa e trazidos os resultados encontrados no capítulo 3. Assim como possíveis temáticas para pesquisas futuras, também são identificados os limites do presente trabalho.

# 1 A HISTÓRIA DO *DIÁRIO DE PERNAMBUCO* E O CONTEXTO RECIFENSE

## 1.1 OS PRECEDENTES DA IMPRENSA EM PERNAMBUCO

Após a retirada da censura em 1822, a Imprensa Régia passa a enfrentar concorrência das novas tipografias, levando o país a se desenvolver cada vez mais, recebendo os mais modernos equipamentos gráficos da época. O Brasil foi o primeiro país, depois da Inglaterra, a utilizar os prelos metálicos Stanhope, o maior avanço desde Gutemberg (MOLINA, 2015).

A primeira tipografia instaurada em Pernambuco pertencia ao comerciante Ricardo Fernandes Catanho, que mandou vir da Inglaterra. A licença para o funcionamento da tipografia foi concedida pelo governador Caetano Pinto de Miranda. Devido a falta de pessoas preparadas e especializadas para operar a tipografia, “a oficina ficou depositada nos armazéns do comerciante até estourar a revolução de 1817” (RAMIRES, 2017). Quando a Revolução Pernambucana ocorre, vê-se a necessidade de haver uma propagação de seus ideais através de algum meio de comunicação, utilizando então a tipografia que havia sido comprada por Fernandes Catanho.

A tipografia inicialmente recebe o nome de *Oficina Tipográfica da 2ª Restauração de Pernambuco*, sendo depois batizada de *Oficina Tipográfica da República de Pernambuco*.

Após o surgimento do Manifesto Preciso, algumas outras publicações foram impressas pela tipografia, porém, devido a uma forte pressão do governo central do movimento republicano, em 15 de setembro de 1817 foi baixado um aviso em nome do ministro Thomaz Antonio de Villa Nova Portugal que determinava o encerramento das atividades da tipografia (RAMIRES, 2017).

A tipografia é então parcialmente enviada para o Rio de Janeiro, mantendo ainda algumas de suas partes em Pernambuco. Alguns anos depois, após o movimento liberal de 1820 em Portugal, Luiz do Rego (então governador da província) se apossa do material que restou e, construindo um prelo de madeira, rebatiza a tipografia de *Oficina do Trem de Pernambuco*. Essa tipografia publica também o primeiro número da *Aurora Pernambucana* em 1821, sendo esse o primeiro periódico impresso no estado de Pernambuco (RAMIRES, 2017).

Durante um período de resistência ao presidente da província, Luiz Rêgo, também responsável por grande parte das publicações, a tipografia passa um curto período de tempo inativa. Voltou à atividade com o surgimento da junta governativa pernambucana, quando Gervásio Pires Ferreira é eleito presidente e ocorre a deposição do então governador Luís do Rego Barreto e expulsão dos exércitos portugueses do território pernambucano. Assim, há uma nova

mudança de nome para *Oficina do Trem Nacional de Pernambuco* (RAMIRES, 2017).

Já em 1822 foi decretado que se estabelecesse uma tipografia na província para realizar publicações oficiais do governo central e da Junta de Governo. Assim, com o aparato da tipografia da *Oficina do Trem Nacional de Pernambuco* cria-se a *Tipografia Nacional*, onde houve um grande investimento para trazer prelos da Inglaterra e montar uma tipografia moderna para os padrões da época.

## 1.2 A FUNDAÇÃO DO DIÁRIO DE PERNAMBUCO E SEUS ANOS INICIAIS

Quatro anos após o surgimento do primeiro jornal pernambucano, o *Aurora Pernambucana*, aparece em 7 de novembro de 1825 o *Diário de Pernambuco*, idealizado por Antonino José de Miranda Falcão. O periódico se propunha a circular diariamente e possuía um objetivo claro que anunciava na introdução do primeiro exemplar: pretendia ser antes de tudo uma folha de anúncios com a funcionalidade de “facilitar transações” aliada ainda do sentido de ser noticioso.

Antônio José de Miranda Falcão, ex-padre e professor de português, imprime em 1823 em sua oficina alguns dos exemplares do *Typhis Pernambucano*, periódico brasileiro fundado e editado por Frei Caneca. No final da confederação do Equador, em 1824, Antônio é preso e acusado de ser cúmplice dessa revolta. Porém, como a mão de obra era escassa e não havia muitas pessoas capacitadas para realização do trabalho de impressão, solta-se o ex-padre e a ele é dada a chamada *Typographia Nacional*. Assim, com essa máquina, ele imprimiria também o *Diário de Pernambuco* (SANTOS, 2006). O primeiro exemplar, impresso em oficina própria da firma Tipografia Miranda e Cia, foi produzido com os tipos e prelos das primeiras ferramentas gráficas com que se imprimiu o *Aurora Pernambucana* em 1821.

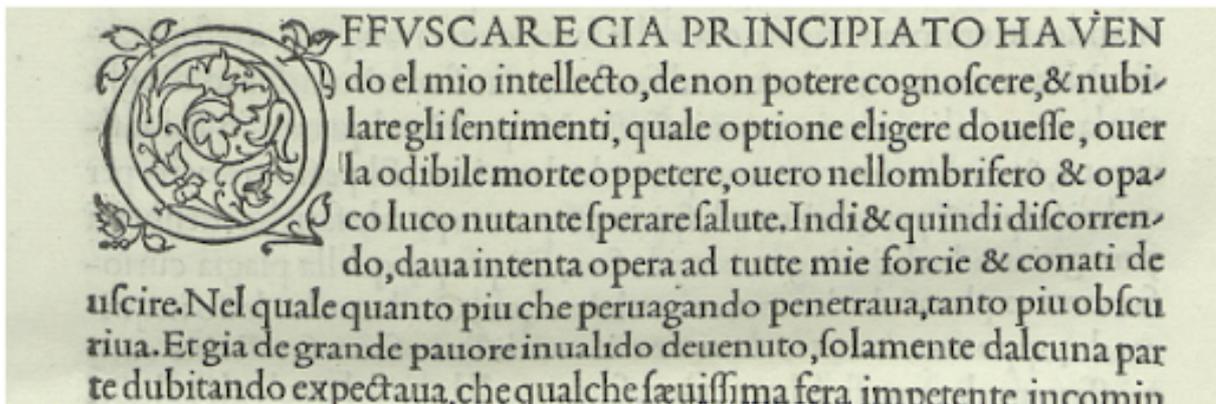
O periódico surge composto por 4 páginas, contendo 2 colunas cada, e custando 40 réis, ou dois vinténs. Sendo lançado como folha de anúncios, estampava 38 deles, sendo cada página com a dimensão de 24½ x 19 centímetros. O número 1 imprimiu 329 linhas de composição a mão e 1443 palavras. Composto por tipos chamados por Jambo (1975, p.79) como “tipo romano veneziano de jensen” (Figura 1). Ao classificar os tipos presentes na primeira edição do *Diário*, o autor se equivoca ao chamá-los de *jensen* quando, provavelmente, queria referir-se aos tipos criados por Nicolas Jenson, tipógrafo ativo em Veneza no século XV.

Eller (2020) traz em sua pesquisa que por volta de 1458, Jenson foi enviado a Mainz por Carlos VII. A missão refletia o interesse do então rei da França em conhecer a nova tecnologia

de impressão que surgia na Alemanha. Após dedicar-se a essa viagem, Jenson retorna à França com o conhecimento adquirido, mas é negligenciado pelo novo rei, sucessor de Carlos VII. Decidido a continuar nesse campo, Jenson muda-se para Veneza, onde atua como gravador de punções, editor e impressor. Em Veneza, aplica o saber adquirido diretamente do “berço da tipografia ocidental”, uma vez que foi aprendiz de Gutenberg Eller (2020, p.59).

O autor afirma que os trabalhos de Jenson realizados entre 1470 e 1480 inspiraram muitos designers de tipos. Seu primeiro livro publicado foi uma edição de Eusebius de 1470 (Figura 1). Os tipos produzidos por Jenson marcam a transição da imitação caligráfica para o estilo romano. Nesse primeiro livro, Jenson imprimiu minúsculas robustas, com proporções e formas que se mantêm até hoje. Sua inspiração inicial teria sido as letras inscritas na Coluna de Trajano, monumento em Roma inaugurado por volta de 113 d.C (ELLER, 2020).

Figura 1 – Fragmento de *Hypnerotomachia Poliphili*, impresso por Aldus Manutius em 1499



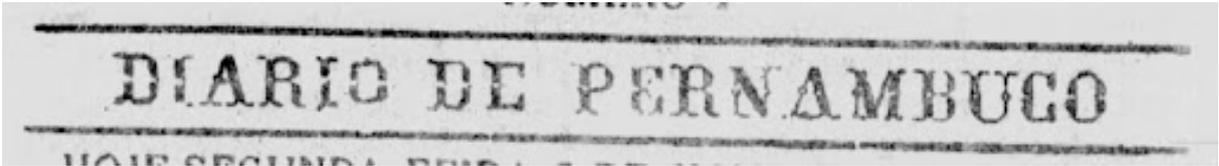
Fonte: Eller (2020)

O primeiro exemplar utilizou apenas três famílias tipográficas (Figura 2). Um tipo com serifas toscanas para o logotipo da folha (Figura 3), e outros dois de corpo 8 e 10, sendo o primeiro utilizado para o nome do santo do dia e subtítulos das Entradas e Saídas das embarcações (Figura 4), e o outro para nomes próprios, títulos de matérias e iniciação de períodos (Figura 5) (JAMBO, 1975, p.79).

Figura 2 – Primeira página do primeiro exemplar do *Diário de Pernambuco*, de 7 de novembro de 1825.

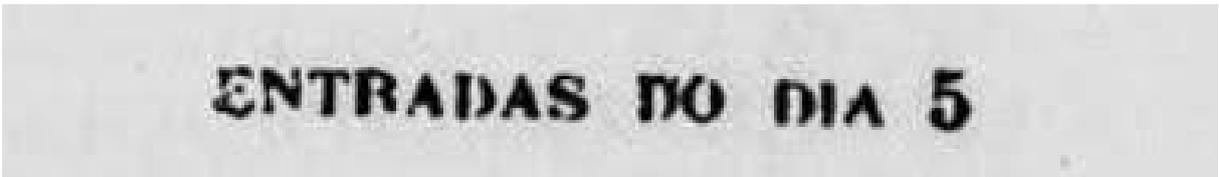


Figura 3 – Marca do *Diário de Pernambuco* em 7 de novembro de 1825.



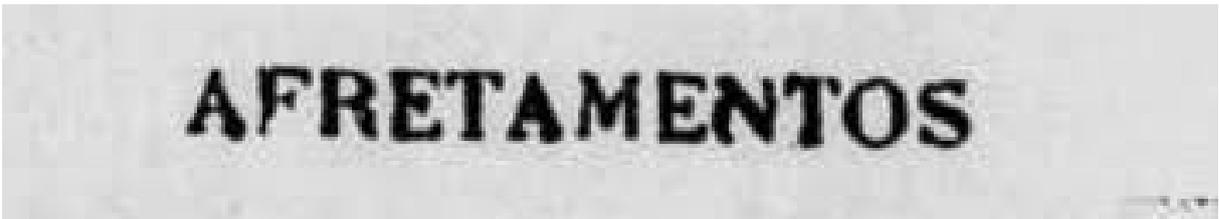
**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 4 – Fonte utilizada em subtítulos das Entradas e saídas das embarcações.



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 5 – Fonte utilizada nos títulos de matérias.



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Segundo Jambo (1975), seu primeiro gazeteiro seria provavelmente um escravizado ou ajudante de oficina, que com endereços anotados, saiu para distribuir os exemplares em Recife, Santo Antônio, São José e Boa Vista. Os assinantes, chamados na época de subscritores, seriam pessoas com interesse no comércio e em transações de compra e venda.

Trazendo no primeiro exemplar uma introdução no início de sua primeira coluna, afirma o propósito do periódico:

Faltando nesta cidade assaz populosa um Diario de Anúncios por meio do qual se facilitassem as transacções, e se comunicassem ao publico noticias, que a cada um em particular podem interessar, o administrador da Typographia de Miranda e Companhia se propoz a publicar todos os dias da semana excepto os Domingos somente o presente Diario, no qual debaixo dos titulos de -Compras-Vendas-Leilões-Alugueis-Arendamentos-Aforamento-Roubos-Perdas-Achados-Fugidas e Apprehensões de escravos-Viagens-Afretamentos-Amas de leite etc, tudo quanto disser respeito a taes artigos; para o que tem convidado a todas as pessoas, que houverem de fazer estes ou outros quaesquer anúncios, aos que lhes serão impressos gratis, devendo ir assignados. (Diário de Pernambuco, 7 de novembro de 1825, p.1)

Inicialmente o *Diário* se propunha a viver apenas das assinaturas, anunciando gratuitamente os produtos de quem interessasse. Isso se torna difícil uma vez que em 1825 o número de assinantes e anunciantes era pouco representativo. Assim, vemos que o destino do periódico não foi imutável como propunha Miranda Falcão inicialmente, uma vez que o proprietário tinha uma motivação determinada: “possuir um jornal com o correr do tempo, firmar-lhe uma imagem e fazê-lo útil para a comunidade” (JAMBO, 1975).

Com o passar do tempo, o jornal trazia em suas colunas além dos negócios, participações em debates, comentando a vida recifense e nacional, e abordando grandes temas, questões filosóficas e institucionais.

O primeiro exemplar do *Diário* foi impresso em um antigo prelo manual de madeira (Figura 6), muito similar ao de Gutenberg.

Figura 6 – Primeiro prelo tipográfico onde foi impresso o *Diário de Pernambuco*.



Fonte: Jambo (1975).

A primeira localidade a sediar o *Diário de Pernambuco* foi a Rua Direita, nº 267, onde se instalou pelos seus dois primeiros anos. Em seu terceiro ano de circulação, muda pela primeira

vez de endereço e passa a imprimir na Rua das Flores, agora não mais com a Tipografia Miranda Cia, mas com a Tipografia Fidedigna. De julho a dezembro de 1831, a Rua da Soledade é o local onde diariamente se passa a imprimir o *Diário*. Já de 1832 a 1834 o periódico se mantém na Rua do Sol e no Pátio da Matriz de Santo Antônio, sendo no primeiro local a instalação das Oficinas e no outro a redação. Em 1833, a Typographia do *Diário* se torna a responsável pela impressão deste jornal (SANTOS, 2006).

O *Diário* conservou-se como periódico exclusivamente comercial até 1828, quando aumentou o seu formato para 30cm x 20cm (NASCIMENTO, 1968, p.26) e começou a tomar feição política em meio aos conflitos partidários da época, “batendo-se ardentemente em prol dos princípios liberais, ao lado de A Abelha Pernambucana e de O Constitucional contra os órgãos absolutistas O Cruzeiro e O Amigo do Poro” (CARVALHO, 1908, p. 100). Durante os primeiros três anos seguintes a nova proposta do *Diário*, envolto em interesses e preocupações políticas, Miranda Falcão abandonou a parte noticiosa e comercial do jornal, ao qual faziam grande concorrência com a folha oficial, chamada de *Diario da Administração Pública de Pernambuco*, e *A Quotidiana Fidedigna*, de João Nepomuceno de Mello. Em meio a estes acontecimentos, Miranda Falcão aceita a proposta vinda da firma Pinheiro & Faria, a qual compra o *Diário* em 1835.

No século XIX também há a criação do ensino superior no Brasil, tornando Recife o precursor na emissão de diplomas universitários do Norte e Nordeste e avançando de maneira notável a educação no país.

A Faculdade de Direito do Recife surge em 1834 como combustível para a manutenção do *Diário de Pernambuco*, tornando-o um fervoroso meio de comunicação intelectual entre os estudiosos da cidade. À nova geração de acadêmicos no Brasil deve-se o mérito a então efervescência do processo de desenvolvimento cultural e político, onde eram trazidas novas ideias, aspirações e anseios (JAMBO, 1975).

Jambo (1975) pontua Miguel do Sacramento Lopes Gama, também conhecido como Padre Carapuceiro, como figura que desempenha no jornal um grande e valioso trabalho de difusão do jornalismo em Recife, influenciando para a preservação da crítica de costume, filosofia ou arte entre os assinantes do *Diário*. Nesse contexto é iniciada a fase de grande contribuição do *Diário de Pernambuco* no cenário cultural da cidade.

### 1.3 A PASSAGEM DE MIRANDA FALCÃO PELO *DIÁRIO*

Em 10 de maio de 1798, no bairro de Santo Antônio, nasce Antonino José de Miranda Falcão. No ano de 1825, o jovem professor Miranda Falcão possuía 27 anos e era fascinado pela arte da impressão, devendo ter iniciado até mesmo com James Pinches - primeiro tipógrafo a aportar em Pernambuco e quem ensinou e transmitiu a muitos tipógrafos os conhecimentos do ofício de imprimir (JAMBO, 1975).

Seu começo como tipógrafo se deu no Trem Nacional, no mesmo local onde surgiu o primeiro jornal do Norte e Nordeste. Teve acesso a diversos tipos de prelos como o que serviu Rodrigo da Fonseca Magalhães para compor e imprimir o primeiro jornal Pernambucano. Nomeado como diretor da Tipografia Nacional do Recife, possuía grande interesse e inclinação para o assunto da impressão. Também nomeado para professor do governo, fica evidente suas habilidades e qualidades. No Trem Nacional passa a ensinar crianças, e é nessa época que se torna diretor da Tipografia, cargo no qual, com fracasso da confederação do Equador, seria demitido e encarcerado como cúmplice do movimento (JAMBO, 1975, p.114).

Jambo (1975) afirma que o motivo pelo qual ele deixou o emprego - ou foi demitido- e como ele veio a adquirir um parque próprio não é muito conhecido, uma vez que há poucos documentos a respeito. Miranda Falcão, ao deixar a função de diretor da Tipografia Nacional, passa a se dedicar a imprimir jornais na Rua do Cutuvelo no ano de 1823, Alí imprimiu os seis últimos números de uma das *Sentinelas* de Cipriano Barata: "Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco". O autor afirma que possivelmente Cipriano Barata, bem como depois Frei Caneca, influenciaram a formação e conscientização política de Miranda Falcão (JAMBO, 1975, p.116). Além disso, a tipografia de Miranda Falcão, imprimindo algumas das principais folhas de Pernambuco, era a única a publicar em seus jornais ideais revolucionários para a época.

Após o "Sentinella da Liberdade" (1823), sua tipografia imprimiu os 26 primeiros números do "Typhis Pernambucano" (1823). "O Liberal" (1824), impresso inicialmente na Bahia pelo Padre João Batista de Fonseca, vem para Pernambuco e tem seus exemplares editados pela Tipografia Miranda e Cia, que também chega a editar o "Diário do governo". É importante ressaltar o viés político dos periódicos impressos em sua tipografia, uma vez que exemplares de "O Liberal" dizia: "Ser livre é tudo; é nada ser escravo"(NASCIMENTO, 1968, p.62).

O *Diário de Pernambuco* surge alguns meses depois de Miranda Falcão ter cumprido pena judicial devido às suas ideias durante a confederação do Equador. Em 1824 ele imprimia um

dos mais importantes jornais da revolução do mesmo ano. Jambo (1975) afirma que apesar do aparecimento de novas tipografias, a de Miranda Falcão ainda era uma das mais procuradas.

O jornal de Miranda Falcão não estava sequer nos dias do pioneirismo da publicidade jornalística (JAMBO, 1975, p.119), onde era impossível se manter financeiramente apenas com poucos assinantes e compradores pontuais. Com isso, surge para o proprietário a ideia de tornar o jornal realmente um diário, começando a aparecer as primeiras matérias, iniciando assim a mudança na seção *A Pedidos*.

Nesse período era muito comum haverem matérias em jornais escritas sob pseudônimos, o que chegou também no jornal de Miranda Falcão. Os primeiros exemplares do *Diário* passam a ser regados por uma coleção de artigos escritos com nomes “curiosos, ridículos, nativistas, folclóricos, gozativos” (JAMBO, 1975, p.120).

Nascimento (1968) fala que “foi, sozinho, o homem que teve coragem de, numa época de dificuldades, com deficiência de material gráfico, dar a público uma folha de publicação diária, cujo exemplar custava 40 réis, quando os periódicos de então eram vendidos a oitenta réis” (NASCIMENTO, 1968). Apesar das dificuldades materiais e financeiras que a época trazia, Miranda Falcão continuou a produzir o *Diário*.

Sua posição em relação ao periódico começa a mudar entre 1825 e 1828, onde antes se mantivera mais modesto e contido, apenas publicando e comunicando notícias, agora se torna um combatente da liberdade, lutando contra os impulsos de D. Pedro I.

Por volta de 1829, envolvido em atos republicanos, foi preso durante 14 meses na cadeia da Fortaleza do Brum. Isso se deu, segundo alguns estudiosos da época como Alfredo de Carvalho (1908), pelo aparecimento de panfletos subversivos contra o presidente da província. Jambo (1975) afirma que nenhum estudioso se debruçou exclusivamente sobre a revolução de 6 de março de 1829, onde a rebelião dotou-se de cunho popular, iniciando-se nas ruas de Afogados. Apesar de preso, o *Diário de Pernambuco* continuou a ser impresso em sua tipografia.

Miranda Falcão pagou pelo seu crime e então voltou a trabalhar em sua tipografia, publicando em suas páginas, além de anúncios, versos anônimos de poetas liberais.

#### 1.4 A DIREÇÃO DE FIGUEROA FARIA E A MODERNIZAÇÃO DO *DIÁRIO*

Em 1835, o jornal é vendido à Manoel de Figueroa Faria, proprietário da firma Pinheiro e Faria, onde junta a tipografia que já possuía e aquela utilizada para imprimir o *Diário*, mudando completamente seu cabeçalho e sua tipografia dos títulos das seções a partir de 3 de fevereiro

do mesmo ano (Figuras 7 e 8) e, aumentando o tamanho da folha para 41cm x 28cm e sendo diagramado em 3 colunas a partir de 2 de maio do mesmo ano (Figura 9). A marca do *Diário* é alterada de uma tipografia tridimensional com serifas toscanas<sup>1</sup> para uma que possui grande contraste entre as hastes e terminais retos, e os títulos das seções são alterados de um tipo gótico para um moderno (Figuras 7 e 8). Além disso, os novos donos, já em 3 de fevereiro do mesmo ano, noticiam o novo posicionamento do jornal:

Huma das principaes facultades, para o credito de hum Escripitor publico, he saber ajuizar dos successos com criterio , e saber moldar successos com os principios , os quaes vemos muitas vezes em desavença ; a ostentação literaria nem sempre casa com a natureza dos periodicos, aonde procurando-se ordinariamente a solução dos negocios do dia, enfastião apresentando bellissimas frases, ou relações neutras, sem satisfazer a expectativa dos leitores. He sabido que os periodicos farão adoptados para suprir em lição aos que não poderão seguir estudos methodicos, nem podem frequentar livrarias ; em nosso Paiz, aonde muito falta de todas estas cousas, o jornalismo tem conservado sempre hum caracter exclusivamente politico, e suposto lhe adjuntem o literario, moral e mercantil, são materias secundarias, de ordinario escolhidas para suprir lacunas juridicas. São as instituições, sociaes, o elemento vital das idéias preconisadas no seculo, e tem absorvido toda attenção, todo o gosto, dos Pernambucanos devotados com entusiasmo aos melhoramentos civis : desaprecia-se tudo que não tem relação com a liberdade, e de que não resulte uma these para discutir nos circulos patrioticos. [...] O Diario de Pernambuco, como jornal do commercio, será mais efectivo em dar noticias estrangeiras de que tanto se precisa e cuja falta nos tem feito pensar ao acaso sobre a politica do mundo. Dar-se- á diariamente as alterações da pauta da Meza das diversas rendas, assim em todas as occasiões oportunas, o preço corrente das differentes Praças, e todos os Sabbados os desta cidade, como até agora se tem praticado. Finalmente, trabalhando por ser util, instruir, harmonizar, e não offender, serão felizes os Redactores se tanto conseguirem. (CARVALHO, 1908, p.102)

De acordo com Santos (2006), a tipografia de Manoel de Figueroa era provavelmente a mais rica em produção em Pernambuco. Manoel era um olindense, filho de portugueses, que em 1831 montou a “Pinheiro Faria e Companhia”, sua primeira livraria. Carvalho (1908) afirma que, nesse período, Manoel de Figueroa imprimiu os primeiros livros de Pernambuco, uma vez que até então só existiam jornais, documentos e folhetos impressos no estado.

<sup>1</sup> De acordo com Gray (1976) os tipos com serifas toscanas são tipos ornamentados com decoração em sua “forma e face”. A autora afirma que letras como estas, produzidas a partir do final do século XVIII, são o marco da tipografia moderna da época.

Figura 7 – Edição de 31/01/1835.

ANNO DE 1835. SABBADO 31 DE JANEIRO. NUMERO 504.

**DIARIO DE PERNAMBUCO.**

Insere-se em manuscrito a 400 reis, adiantados, ao Typographo do Diario, para os Matras do Sr. Antonio Sobrado da parte larga e para os recibos correspondentes, e annuaes; e para inserções pagando de proprio assignamento e sem assignar.

Toda a parte dependente da sua officina, de nome provincia, off-deração, e annuaes; e para inserções como principiaes e annuaes assignadas com auctoridade sobre as Nações mais cultas.  
Procedimento da J. Municipal de Recife.

**Impresso em Pernambuco por A. J. de Miranda Falcao.**

**DIAS DA SEMANA.**

Sabbado-S. Pedro N.-Ral. de m. e aud do Vig G. de L.  
Domingo — S. Ignacio.

Falla que S. Exc. o Sr. Presidente na tarde de ontem 29 da corrente fez aos dignos e honrosos Corpos de Guardas Nacionaes das Districtos dos suburbios da Cidade.

**C**idadões Soldados! O Governo da Provincia delixaria de cumprir com seus deveres, se em nome da Patria não visse agradecer-vos os relevantes serviços, que achamos de prestar para o restabelecimento da ordem, tranquillidade publica, sustentação da Constituição do Imperio, e do Throno da nossa Jovem Patria o Sr. D. PEDRO 2.<sup>o</sup> Cidadões Soldados! Voltai aos vossos domicilios, e continuai nas vossas laboriosas occupações, e a obedecer a Lei, e as Authoridades legalmente constituidas, pois só assim he que poderemos alcançar a Liberdade e tranquillidade de que precisamos para chegarmos a aquelle grau de prosperidade e grandesa para que a Providencia parou nos ha destinado. Viva a Constituição do Imperio, e as Reformas Federativas! Viva o Sr. D. PEDRO 2.<sup>o</sup> Viva a Independencia e Liberdade da Nação Brasileira! E vivam os Guardas Nacionaes sustentadores da ordem.

*Manoel de Carvalho Pais d' Andrade.*

Quartil do Corpo Municipal Permanente 30 de Janeiro de 1835.  
Onze do Dia.

**G**uardas Municipaes Permanentes, vossa Comandante Geral é contente com o vossa honrosos comportamento nestes dias que amosava a nossa Capital os effeitos de uma ferida assignada: os chefes assignados e conselheiros, que assistindo com a vossa requiso, como se vêa nos Recibos Permanentes nos dias seguintes de vossos deveres, para manutenção da Ordem e sossego Publico; porém prompto se desorganizar. Os Subalternos Officiaes, e Officiaes Inferiores, que tão bom exemplo derão, aos Guardas, para o restabelecimento da Ordem, e Comandante Geral, cheio de prazer, e regozijo se dirige a elles louvando-os sem fazer distincção pela uniformidade de caracter, e sentimentos de todos, não podendo com tudo deixar de louvar em particular ao Sr. 1.<sup>o</sup> Comandante João Luis Brito Navegator, que com tanto desvelo dirige e com-

**Rebentos a Carga.**

**Para o Maranhão.**

O Brigue Marianna, que tem a maior parte de sua carga prompta, e sahirá em 30 do proximo Fevereiro: quem nelle quizer carregar ou ir de passagem dirija-se ao seu Capitão ou a Elias Baptista da Silva, rua da Cruz.

**Para Trieste.**

Segue viagem com toda a brevidade possível o Brigue Inglez Plaster, muito veloz, ferrado e encavilhado de cobre, de lota de 233 toneladas Inglezas: quem no mesmo quizer carregar dirija-se aos seus consignatarios Harrisons Latham & Hibert, rua da Alameda velha n. 9.

**Para a Bahia.**

O Brigue Espadarta recebe carga e passageiros para aquelle porto, o qual tem excellentes commodos, e sahirá impreterivelmente no dia 5 de Fevereiro: quem nelle quizer carregar, ou ir de passagem, dirija-se ao seu consignatario Manoel Francisco da Silva, rua do Collegio D. 10, primeiro andar.

**Compras.**

Um jogo de malha de salla em bom uso: na padaria de dentro da Pomba.

Dois pares de mangas de vidro larradas os seus: auctoria.

Dois milheiros de tijolos de parede, pozos o Estale antes quadro dias: na rua do Collegio D. 10 primeiro andar.

**Alugueis.**

Aluga-se um andar de um sobrado na rua da Freixo: quem o pertender dirija-se a rua da Cruz D. 7.

**Percas.**

Perde-se uma ordem usada por Antonio Ferraz Mendes Guimarães contra Antonio Jose da Costa Araujo da quantia de cento e cinco mil e trezentos re-

Figura 8 – Edição de 05/02/1835.

ANNO DE 1835. TERÇA FEIRA 3 DE FEVEREIRO NUMERO 1.

# DIARIO DE PERNAMBUCO.

---

**DIAS DA SEMANA.**

1 Segunda ✦ Partição de S. Jozé.

2 Terça S. BOM: Rel. do m. ant. do Jozé do Officio do t.

4 Quinta S. Antão: Sessão da Thes. Política.

5 Sexta S. Agostão: Rel. do m. ant. do Jozé do C. do m. e do t. d.º civ. do t. hon. e 15 m. do t.

6 Sesta do Chapão de Christo: Sessão da Thes. Política do m. e ant. do Jozé do Off. do t.

7 Sabado S. Romão: Rel. do m. e ant. do Vig. G. do t. em Onda.

8 Domingo S. João do Mato.

Tudo agora depende de adoção, de uma profusão, moderação, e energia: continuamos como independentes, e servimos a Pátria com submissão e com os braços mais callosos.

Proclamação da Assembléa Geral do Brasil.

Subscrição a 500 mil réis em notas pagas adiantadas para Typographia, e na Praça de Independência N. 25 e 26: onde se recebem correspondências legítimas, e annuncios inseridos nos grandes e pequenos annuncios, e vales assignados.

PERNAMBUCO NA TYP. DE PINHEIRO & FARIA; PATEO DA MATRIZ DE SANTO ANTONIO.

## INTERIOR.

**H**UMA das principaes faculdades, para o credito de hum Escripôr publico, he saber ajustar dos negocios com criterio, e saber mobilizar recursos com os principios, os quaes vemos muitas vezes, em desavencas: a contatção litteraria nem sempre caza com a natureza dos periodicos, sendo procurado-se ordinariamente a solução dos negocios do dia, e salta a apresentando bellissimas frases, ou relações neutras, sem satisfazer a expectativa dos leitores. He sabido que os periodicos feitos adaptados para suprir em lido aos que não são poderos segun estudos methodicos, nem podem frequentar as littersarias; em nosso Pais, sendo muito falta de todas estas coisas, o jornalismo tem conservado sempre hum caracter exclusivamente politico, e se limita a adjactem o litterario, moral, e mercantil, de materias secundarias, de ordinario revollidas para suprir pessoas juridicas. São as instituições seculares, e elemento vital das ideias precinçadas ao seculo, e tem observido toda attenção, toda a gasta, das Pernambucanos devotados com enthusiasmo aos melhoramentos civis: desaprovia-se tudo que não tem relação com a liberdade, e de que não resulte huma ideia para desculir nos círculos patrióticos.

Porém, desamirando os periodicos do brilhante prospecto tem que não consorciados, quantos periodicos sobre a prola não tem martirizado o bom senso, e não tem mesmo ameaçado a integridade nacional? A quem devemos a versatibilidade, a incoherência da opinião publica ainda depois do 7 de Abril! Como então por estabilidade, e senso, no meio de redondelões de votos encontrados? He evidente que o alto estado dos partidos, que ainda entre nós se comprime por idealidades, tem sido huma das causas da corrupção da liberdade de imprensa: no exultamento das facções, nós o tempo visto: a liberdade de se a cacha da guarda a rampada: pela submissão dos arranjos, adulterio, pido, requeem o melindre, e a desconfiança; desbarbaria-se, desbarbarando os periodicos, que pela sua alliança superior, a extracção da Pátria, foi

Autoridade, deve temer pela existencia, apelle que se atrevesse a imprimir huma palavra de censura. Quantos vezes tem o ferro decidido dos negocios da pena? O que tem resultado de todos estes desvarios, confundimos a despeito do apelo que nós damos pelo progresso da civilização Brasileira, o resultado tem sido desproporcionar-se de algum modo a liberdade da imprensa, desbarbarando-se, ou negando-se vantagens que chegam mil tropeços nos tem deparado. Infelizmente, pela opposição do Poder Judiciario, extra-legal, pelo influxo faccionario, tem desido de estima dos homens littersarios. Mas não será preciso esforços abalados da sciencia para reconciliar o jornalismo em Pernambuco ao meridiano da razão, e tornal-o proficuo: com alguma coragem, descriptão, e bom desaj de utilizar a Pátria, completa-se a empresa.

Pernambuco acha-se fatigado de revoluções: a intriga sanguinolenta que o tem dilacerado, o tempo aculmaria de momento em momento, e talvez despareceria como a espuma, se a imprensa publica, esculada por hum Governo energico, e prudente, que fulminando contra os prevaricadores, emprehende-se com firmeza, cerrar os golpes que em tempos antigos tem descurrigado as nossas sanguinarias. Pela escolha de artigos instructivos, pela adopção de principios racionais, pela rellaboração de doutrinas subversivas, ou arbitrarías, com dignidade, e sem rancor, he que o escripôr patriota, poderá dar a sua Pátria reputação de civismo; e ao Governo, esse acendido moral que consilia a sua primeira lista, como se tem tantas vezes repetido, e que, desdoidosamente em contrario, tem impellido a espirito da população, causando tanta divergência nos homens, tanta inflicção nos leis.

Se o Diario de Pernambuco, descurrido os signos de seu curso politico, e commercial, tem sido herido de contagens venenosas das individualidades, e reacções, sempre tem-mostrar que foi sempre o mais circunspeto, e meliorado, ainda quando compellido á impulso estranho (e muitas vezes em apoio de defesa) Para o principio common. Heje passando a nova Re-

Figura 9 – Edição de 02/05/1835.



Com o início da direção de Figueroa o jornal passa a ter sua oficina e redação na Rua das Cruzes, mantendo-se assim até 1870, quando após sua morte, muda-se de endereço para a Rua do Queimado. Apenas no início do século XX, sob comando do Conselheiro Rosa e Silva, o periódico se instala na famosa Praça da Independência, ou Pracinha, onde fica até o final do século.

Passados dez anos de turbulentos acontecimentos na história do país, Manoel de Figueroa almeja dar um novo sentido ao jornal. Segundo Jambo (1975, p.147), os primeiros jornais brasileiros “havia de se dotar até de um certo idealismo jornalístico, sem o qual não funcionariam as tipografias particulares e os impressores”. Assim, a continuidade do jornal que deveria circular diariamente se deu pelo seu proprietário agora ser também dono de tipografia.

É importante salientar que as oficinas não eram destinadas apenas a impressão desses jornais, mas a outros tipos de impressos também. A tipografia do *Diário* era responsável por imprimir papéis oficiais, comunicados, e contratos governamentais de serviços gráficos. Era esse tipo de negócio que garantiria a manutenção dos negócios tipográficos, uma vez que o número de anunciantes e assinaturas não faturaria o suficiente para manter as despesas do jornal.

Jambo (1975) também afirma que na primeira década sob a nova diretoria, o *Diário* se consolidou, tanto por conseguir se manter financeiramente, quanto pela procura dos leitores. Manoel de Figueroa visava atrair clientes, provocando a curiosidade de quem lia jornais. Tudo devia gerar curiosidade no público. Já em relação aos anúncios, eram adotadas práticas que, segundo o autor, “permitem que enxerguemos certa semelhança entre os atuais processos e regras utilizados pela publicidade dos veículos modernos” (JAMBO, 1975, p.157). Anunciava-se em suas páginas laboratórios farmacêuticos, pequenas indústrias e até mesmo cobranças para um devedor em atraso.

A procura para imprimir seus anúncios se tornara tão grande que se exigia um preço de tabela até às cinco horas da tarde, havendo um aumento de 320 réis a cada dez linhas de composição.

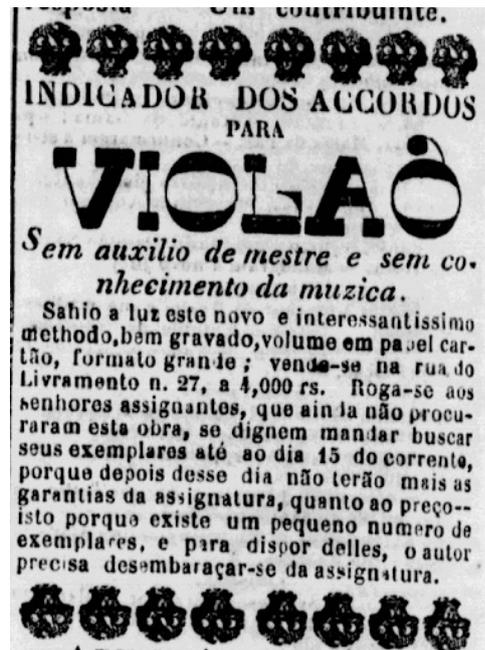
A partir de 1850 o jornal adentra sua melhor época relativa ao bom gosto jornalístico e de repercussão, segundo. Manoel Figueroa se dedica completamente ao aprimoramento do jornal, ampliando suas dimensões, aumentando noticiários e melhorando a impressão, motivado principalmente pela competição entre o *Diário* e os jornais da Corte (JAMBO, 1975). Vivendo uma fase de enorme popularidade, o periódico foca em melhorias gráficas como a mudança no tipo de papel e o uso de tipos grandes de leitura fácil nos títulos das seções e nos anúncios

(Figura 10 e 11).

Figura 10 – Texto em 5 colunas e tipografias sem serifa no topo de cada seção. Edição de 24 de dezembro de 1850.



Figura 11 – Tipos grandes e de fácil leitura em 7 de agosto de 1851. Edição de 07 de agosto de 1851.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Em relatório do Governador José Bento da Cunha e Figueroa à assembléia Provincial em 1855 já são registradas algumas referências ao seu pequeno parque gráfico, que se tornou então o mais procurado na capital recifense para os serviços impressos:

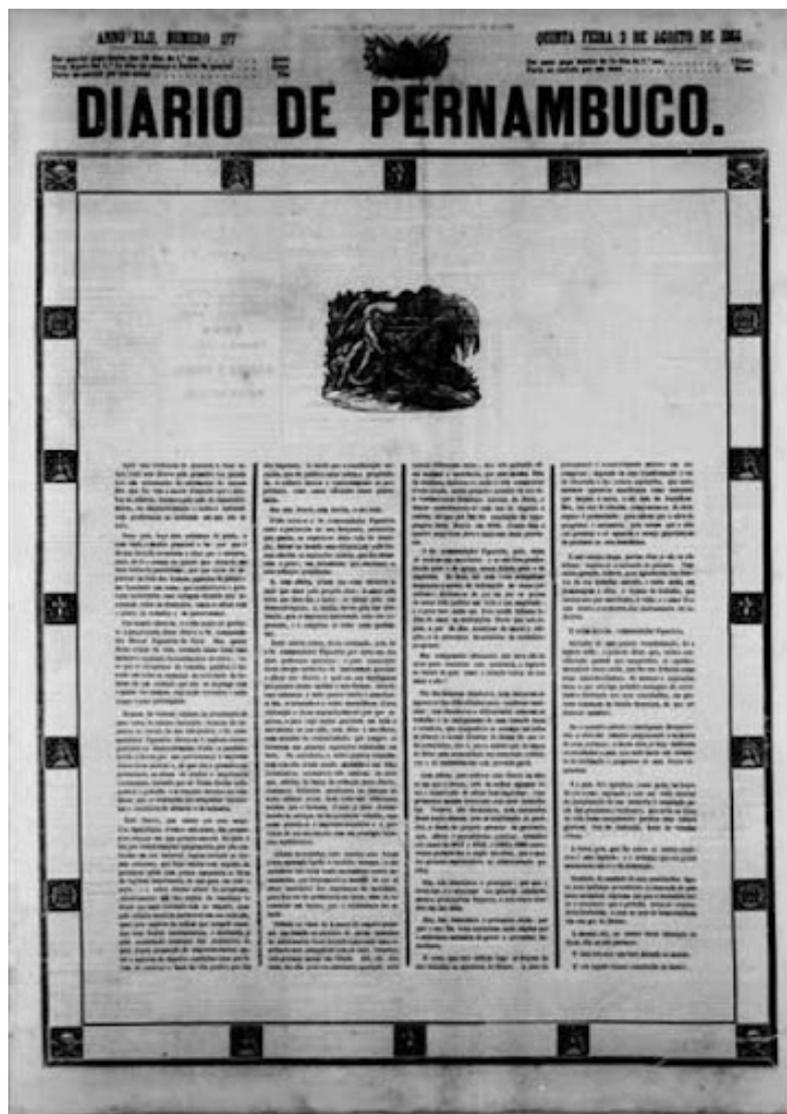
Tipografia do DIARIO DE PERNAMBUCO, propriedade do cidadão Manuel Figueroa de Faria; tem hoje montada uma grande mecânica que imprime o DIARIO, e é igual à que imprime a “Ilustração Francesa”; possui além disso, outra máquina e seis prelos de ferro que imprimem diversas obras menores; conta a oficina 150 pares de caixeta de tipos; ocupa diariamente 72 pessoas, das quais só três são estrangeiras; vencem de 100\$000 a 1:500\$000 (JAMBO, 1975, p.167)

Em 1859, Recife já é vista como a mais importante das capitais provinciais do Norte e Nordeste, tendo em suas terras o Teatro de Santa Isabel, o Palácio do Governo, iluminação à gás carbônico e o projeto da ferrovia Recife-São Francisco iniciado. É nesse ano que a cidade recebe a visita de D. Pedro II e da Imperatriz Tereza Cristina, e como um dos maiores periódicos do seu tempo, o *Diário* documenta sua visita. Os melhores redatores do jornal tecem apaixonados versos em prosa de como a cidade do Recife se fazia merecedora da visita do imperador. De outra forma, parte dos trabalhadores do *Diário*, certamente operários de ideias republicanas, se manifestaram contra tanto saudosismo e em uma das matérias sobre a visita imperial, ao pé da composição de texto, um dos tipógrafos imprime a frase: “Vem aí o sacana-mor do império” (JAMBO, 1975, p.196), se referindo à D. Pedro II. No dia seguinte

os exemplares foram recolhidos, sendo raro encontrar hoje em dia um que tenha o protesto estampado (JAMBO, 1975).

A sucessão do comando do *Diário* estava nas mãos dos 7 filhos de Figueroa. A orientação para os filhos é de que eles conduzissem o jornal, tendo lhes ensinado o ofício, utilização das artes gráficas e táticas e estratégias para a continuidade do periódico. Após a morte de Figueroa, em 1º de agosto de 1866, dois de seus filhos, aqueles com mais destreza e intimidade com as práticas gráficas, passam a gerir o *Diário*, iniciando assim uma nova fase para o jornal. No dia seguinte ao seu falecimento, o jornal estampa em sua primeira página uma homenagem ao patriarca (Figura 12).

Figura 12 – Primeira página da edição de 2 de agosto de 1866, onde se anuncia a morte do Comendador Figueroa Faria



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Os anos decorrentes da administração dos irmãos Figueroa foram os mais intensos para o jornal do ponto de vista cultural-jornalístico e de enormes contribuições para a história do progresso intelectual pernambucano sendo, mesmo assim, anos que não se comparam ao grande ritmo de ascensão visto no comando do primeiro Figueroa. Algumas dificuldades foram surgindo nas mãos dos irmãos Figueroa, como o fator político dos liberais no poder e a elevação do custo do papel e dos maquinários vindos da Europa. Em 1860, o *Diário* passa a não mais publicar os Atos Oficiais do governo, implicando em um prejuízo para a empresa, uma vez que eram estes contratos com a sua tipografia para a impressão de obras gráficas e repartições estaduais (JAMBO, 1975). Com isso, muito do ganho do periódico vinha através de transcrições, como os debates da Câmara Geral, no Rio, que haviam de ser republicados nas colunas do DP. É também a partir dessa década que a tipografia passa a se chamar “Tipografia Manoel Figueiroa de Faria Filhos”.

O periódico sofreu diversas modificações ao longo dos anos em que os Figueroa o gerenciou, renovando quase sempre seus tipos, alguns dos equipamentos mecânicos, tamanho e até mesmo as seções, sobre os mais variados assuntos. Podendo-se dizer que a nova diretoria do *Diário* não o gerenciava sob o caráter neutro e imparcial proposto pelo primeiro Figueroa, possuindo uma coluna do Partido Conservador e empunhando bandeiras muitas vezes oportunistas. Durante a guerra do Paraguai o periódico foca em contribuir intensamente para uma conscientização acerca do papel do Brasil na luta, empolgando os jovens com “um comportamento psicologicamente bélico, mas heróico, desprendido e indispensável ao país” (JAMBO, 1975, p.173). Ademais nesse período, que é por onde o movimento intelectual Pernambucano se delinea, os poemas heróicos dos mais variados tipos e tamanhos eram estampados nas folhas do *Diário*.

Nesse momento percebe-se uma pequena mudança na linha do *Diário*, que antes vinha crescendo e se modernizando abruptamente na gerência do primeiro Figueroa. Contudo, muito se deve aos impulsos e tendências seguidas pela nova geração dirigente do periódico (JAMBO, 1975). Apesar dos fortes impactos econômicos e financeiros, é nessa fase que se revela um dos mais agitados e intelectuais períodos da vida participante do *Diário* nas atividades culturais de Pernambuco. Assim a literatura, ciências, jurisprudência e variedades tiveram grande espaço no jornal entre as décadas de 1850 e 1880, apesar das grandes limitações de reprodutibilidade dos exemplares.

É também nessa fase que vemos o que o autor chama de “movimentação da inteligência” (JAMBO, 1975, p.191), onde o *Diário*, devido a grande sabedoria de seu proprietário, publicava

os mais importantes debates, projetando o periódico no terreno da literatura e discussão de ideias. Essa segunda metade do século XIX é a “idade de ouro” do *Diário de Pernambuco*, segundo Jambo (1975, p.191).

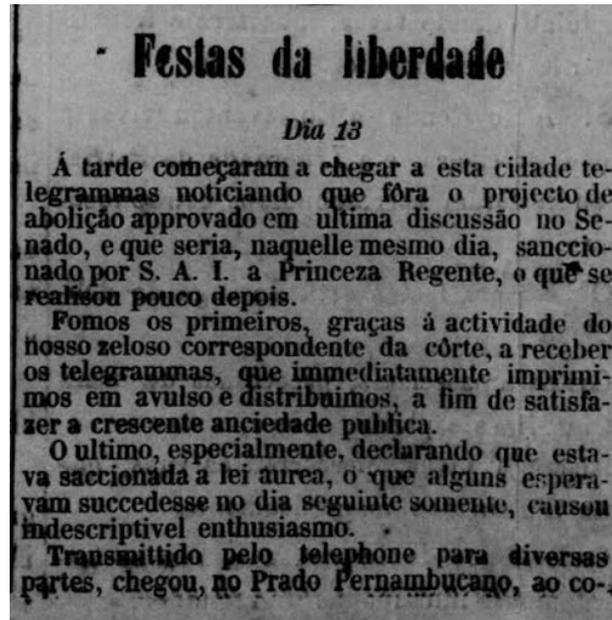
O *Diário* conta com importantes passagens durante esse período, onde nomes importantes da literatura brasileira se fazem presentes nas páginas do periódico: Fagundes Varela, Rui Barbosa e Castro Alves estiveram impressos em suas páginas. A passagem de Castro Alves - que seria futuramente o “poeta dos escravos”, como o povo o apelidou (PEIXOTO, 1922, p.76) da terceira fase do romantismo - pelo periódico é interessante e peculiar, onde em um anúncio de cobrança de dívida seu nome aparece como devedor de um montante de dinheiro. Ademais, a idade de ouro do *Diário* trouxe o início de uma grande variedade tipográfica, iniciando assim a era de propagandas publicitárias.

Nas últimas duas décadas do século XIX o periódico assume posições de apoio a abolição da escravatura, sendo na década de 80 a intensificação das propagandas abolicionistas. A seção “Publicações e Pedidos” tecia matérias acerca de extinguir o “odioso e fatal regime”, entretanto essas publicações eram todas publicidades pagas. Apesar de parte dos redatores do jornal serem abolicionistas, ainda havia a presença de jornalistas que se mostravam a favor do regime de exploração vigente. É o caso do jornalista Afonso de Albuquerque, porta-voz dos senhores de terra e produtores agrícolas, que através do seu espaço no periódico trazia artigos onde justificava a prorrogação do regime escravocrata, uma vez que os donos de terras dependiam majoritariamente da força braçal dos escravizados Jambo (1975, p.201).

Em 1888, com a notícia do decreto da abolição, o *Diário* divulgou um boletim após o telegrama recebido às 13h. De noite saiu outro, dessa vez transcrevendo a mensagem da sanção da lei pela Princesa Isabel. Mais tarde foram impressos no periódico as “festas da liberdade” (Figura 13), onde o *Diário* liberou seus trabalhadores para comemorar o fim da escravidão. Analisando a edição de 17 de maio de 1888 é possível encontrar essas matérias que expressavam o contentamento da instituição pelo fim do regime escravocrata. Na página 3 foi impresso um comunicado que dizia:

Em virtude das festas da liberdade das quaes não nos era lícito provar os operario de nossas officina e a pedido destes, deixamos de dar jornal ante hontem e hontem. Os nossos assignantes nos desculparão certamente em face da justa causa, que privou-os do jornal nesses dias. Em compensação receberão hoje além do n.111 do *Diário de Pernambuco* um numero unico em edicção especial, consagrada e dedicada ao conselheiro João Alfredo Coriês de Oliveira (Diário de Pernambuco, 17 de maio de 1888, p.3).

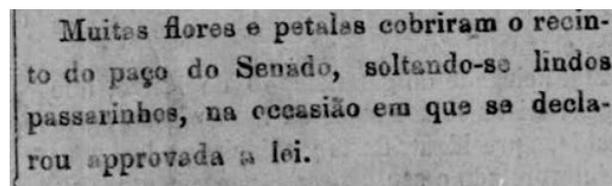
Figura 13 – Edição 17 de maio de 1888, página 2 da edição especial, coluna 3



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

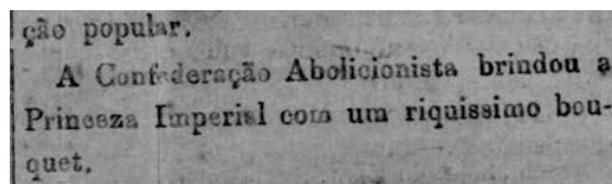
Junto a esta edição foi veiculado um exemplar especial que trazia em grande parte notícias sobre a abolição. Em uma coluna intitulada “Serviço particular do *Diário* o jornal noticia de maneira detalhada como foi dado o processo de lei de abolição, nos permitindo visualizar a emoção do povo brasileiro, bem como o posicionamento do jornal diante desse acontecimento (Figuras 14 e 15).

Figura 14 – Edição 17 de maio de 1888, capa da edição especial, coluna 4



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

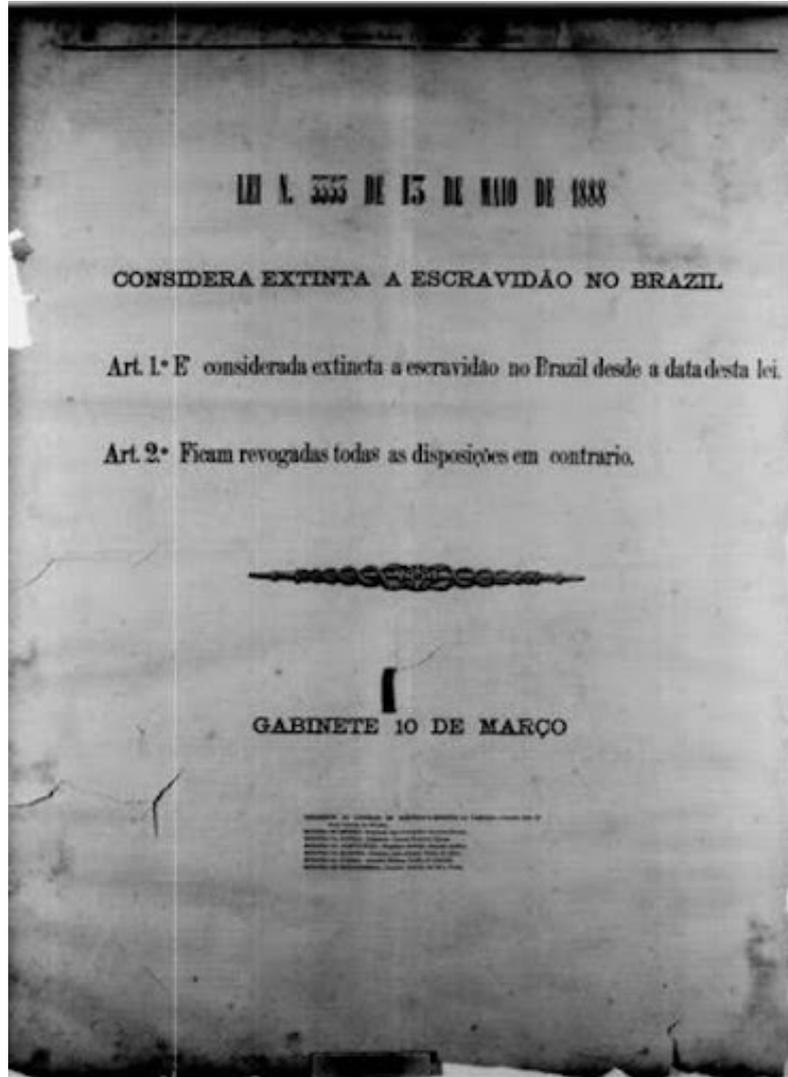
Figura 15 – Edição 17 de maio de 1888, capa da edição especial, coluna 4



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Na última página do exemplar foi anexada uma cópia dos artigos da lei Áurea, trazendo escrito: “Considera extinta a escravidão no Brasil” (Figura

Figura 16 – Edição 17 de maio de 1888, capa da edição especial, coluna 4



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Em relação à quantidade de colunas do periódico, o primeiro exemplar do *Diário* é impresso em duas colunas (Figura 17), sendo composto apenas por classificados. Em maio de 1835, o jornal passa a ter 3 colunas (Figura 17), agora já contendo matérias de notícias. Em fevereiro de 1836 é impresso em 4 colunas (Figura 17). Em julho de 1849, o *Diário* tem 5 colunas (Figura 17), 6 colunas em primeiro de julho de 1851 (Figura 18) e 7 colunas em 1854 (Figura 18).

Figura 17 – Edições de 07 de novembro de 1825 (canto superior esquerdo), 02 de maio de 1835 (canto superior direito), 26 de fevereiro de 1836 (canto inferior esquerdo) e 02 de julho de 1849 (canto inferior direito)

NUMERO 1

## DIARIO DE PERNAMBUCO

HOJE SEGUNDA FEIRA 7 DE NOVEMBRO E 311 DIAS DO ANNO DE 1825

S. FLORENCIO, B.

---

**INTRODUÇÃO**

Faltando nesta cidade assaz populosa um Diario de Annuncios, por meio do qual se facilitassem as transações, e se communicassem ao publico noticias, que a cada um em particular podem interessar, o administrador da Typographia de Miranda a Companhia se propoz a publicar todos os dias da Semana excepto os Domingos somente o presente Diario, no qual deixo dos títulos de Compras, Vendas, Leilões, Aluguis, Arrendamentos, Afretamentos, Roubos, Perdas, Aclausos, Fugas, e Apprehensões de escravos, Viagens, Afretamentos, Amas de leite etc, tudo quanto disser respeito a tales artigos; para o que tem convidado a todas as pessoas, que houverem de fazer estes ou outros quaesquer annuncios, nos levarem a mesma Typographia que lhes serião impressos gratis, levando ir assignados.

Tambem se publicarão todos os dias as entradas e saídas das embarcações do dia antecedente, portos de onde vierão, dias de viagem, passageiros, cargas, e noticias, que trouxeram. Alem disto todas as sema-

nas se darão os pregos correntes dos generos de importação e exportação com um alista de dois negociantes dasa cidade.

Porque para muitas passagens seria incommodo dirigir-se a Typographia, para entregar os seus annuncios, se tem prevenido este inconveniente fazendo se no Recife no Noite, na Loja da Gazeta de Pernambuco e na Boa Vista na Rua de Nossa Senhora da Conceição, e no Largo da Matriz, os annuncios que se quiserem assignar, e se vende este Diario pelo preço de 10 rs. cada folha.

**COMPRAS**

1. Quem tiver alguma casa terrea nesta Cidade, que não seja de alto preço, diga-se e rua dos Martires casa N. D. S onde achará quem pretende comprar huma tal propriedade

**VENDAS**

2. Vende-se, ou afreita-se o Brigue Escuna Americano Abbas de 133 toneladas, em muito bom estado, e prompto de todo o necessario e muito veleiro; quem o quizer comprar ou afre-

ANNO DE 1835. SABBADO

DIAS DE MAIO, N. 120

## DIARIO DE PERNAMBUCO.

PUBLISHED BY THE PROPRIETOR, EST. 1825.

---

**NOTA DE SERVICO**

1. O presente Diario publica-se todos os dias, excepto os Domingos e dias de festa, e sempre a cada semana de 311 dias.

2. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

3. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

4. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

5. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

**INTRODUÇÃO**

Faltando nesta cidade assaz populosa um Diario de Annuncios, por meio do qual se facilitassem as transações, e se communicassem ao publico noticias, que a cada um em particular podem interessar, o administrador da Typographia de Miranda a Companhia se propoz a publicar todos os dias da Semana excepto os Domingos somente o presente Diario, no qual deixo dos títulos de Compras, Vendas, Leilões, Aluguis, Arrendamentos, Afretamentos, Roubos, Perdas, Aclausos, Fugas, e Apprehensões de escravos, Viagens, Afretamentos, Amas de leite etc, tudo quanto disser respeito a tales artigos; para o que tem convidado a todas as pessoas, que houverem de fazer estes ou outros quaesquer annuncios, nos levarem a mesma Typographia que lhes serião impressos gratis, levando ir assignados.

Tambem se publicarão todos os dias as entradas e saídas das embarcações do dia antecedente, portos de onde vierão, dias de viagem, passageiros, cargas, e noticias, que trouxeram. Alem disto todas as sema-

nas se darão os pregos correntes dos generos de importação e exportação com um alista de dois negociantes dasa cidade.

Porque para muitas passagens seria incommodo dirigir-se a Typographia, para entregar os seus annuncios, se tem prevenido este inconveniente fazendo se no Recife no Noite, na Loja da Gazeta de Pernambuco e na Boa Vista na Rua de Nossa Senhora da Conceição, e no Largo da Matriz, os annuncios que se quiserem assignar, e se vende este Diario pelo preço de 10 rs. cada folha.

**COMPRAS**

1. Quem tiver alguma casa terrea nesta Cidade, que não seja de alto preço, diga-se e rua dos Martires casa N. D. S onde achará quem pretende comprar huma tal propriedade

**VENDAS**

2. Vende-se, ou afreita-se o Brigue Escuna Americano Abbas de 133 toneladas, em muito bom estado, e prompto de todo o necessario e muito veleiro; quem o quizer comprar ou afre-

ANNO DE 1836. SEXTA FEIRA

DIAS DE FEVEREIRO, N. 49

## DIARIO DE PERNAMBUCO.

PUBLISHED BY THE PROPRIETOR, EST. 1825.

---

**DIAS DA SEMANA**

1. O presente Diario publica-se todos os dias, excepto os Domingos e dias de festa, e sempre a cada semana de 311 dias.

2. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

3. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

4. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

5. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

**NOTA DE SERVICO**

1. O presente Diario publica-se todos os dias, excepto os Domingos e dias de festa, e sempre a cada semana de 311 dias.

2. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

3. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

4. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

5. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

**INTRODUÇÃO**

Faltando nesta cidade assaz populosa um Diario de Annuncios, por meio do qual se facilitassem as transações, e se communicassem ao publico noticias, que a cada um em particular podem interessar, o administrador da Typographia de Miranda a Companhia se propoz a publicar todos os dias da Semana excepto os Domingos somente o presente Diario, no qual deixo dos títulos de Compras, Vendas, Leilões, Aluguis, Arrendamentos, Afretamentos, Roubos, Perdas, Aclausos, Fugas, e Apprehensões de escravos, Viagens, Afretamentos, Amas de leite etc, tudo quanto disser respeito a tales artigos; para o que tem convidado a todas as pessoas, que houverem de fazer estes ou outros quaesquer annuncios, nos levarem a mesma Typographia que lhes serião impressos gratis, levando ir assignados.

Tambem se publicarão todos os dias as entradas e saídas das embarcações do dia antecedente, portos de onde vierão, dias de viagem, passageiros, cargas, e noticias, que trouxeram. Alem disto todas as sema-

nas se darão os pregos correntes dos generos de importação e exportação com um alista de dois negociantes dasa cidade.

Porque para muitas passagens seria incommodo dirigir-se a Typographia, para entregar os seus annuncios, se tem prevenido este inconveniente fazendo se no Recife no Noite, na Loja da Gazeta de Pernambuco e na Boa Vista na Rua de Nossa Senhora da Conceição, e no Largo da Matriz, os annuncios que se quiserem assignar, e se vende este Diario pelo preço de 10 rs. cada folha.

**COMPRAS**

1. Quem tiver alguma casa terrea nesta Cidade, que não seja de alto preço, diga-se e rua dos Martires casa N. D. S onde achará quem pretende comprar huma tal propriedade

**VENDAS**

2. Vende-se, ou afreita-se o Brigue Escuna Americano Abbas de 133 toneladas, em muito bom estado, e prompto de todo o necessario e muito veleiro; quem o quizer comprar ou afre-

ANNO XXV. Segunda-feira 2

DIAS DE JULHO, N. 145

## DIARIO DE PERNAMBUCO.

PUBLISHED BY THE PROPRIETOR, EST. 1825.

---

**PARTE OFFICIAL**

**MINISTERIO DA GUERRA**

1. O presente Diario publica-se todos os dias, excepto os Domingos e dias de festa, e sempre a cada semana de 311 dias.

2. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

3. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

4. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

5. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

**GOVERNO DA PRAVIA**

1. O presente Diario publica-se todos os dias, excepto os Domingos e dias de festa, e sempre a cada semana de 311 dias.

2. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

3. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

4. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

5. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

**INTERIOR**

1. O presente Diario publica-se todos os dias, excepto os Domingos e dias de festa, e sempre a cada semana de 311 dias.

2. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

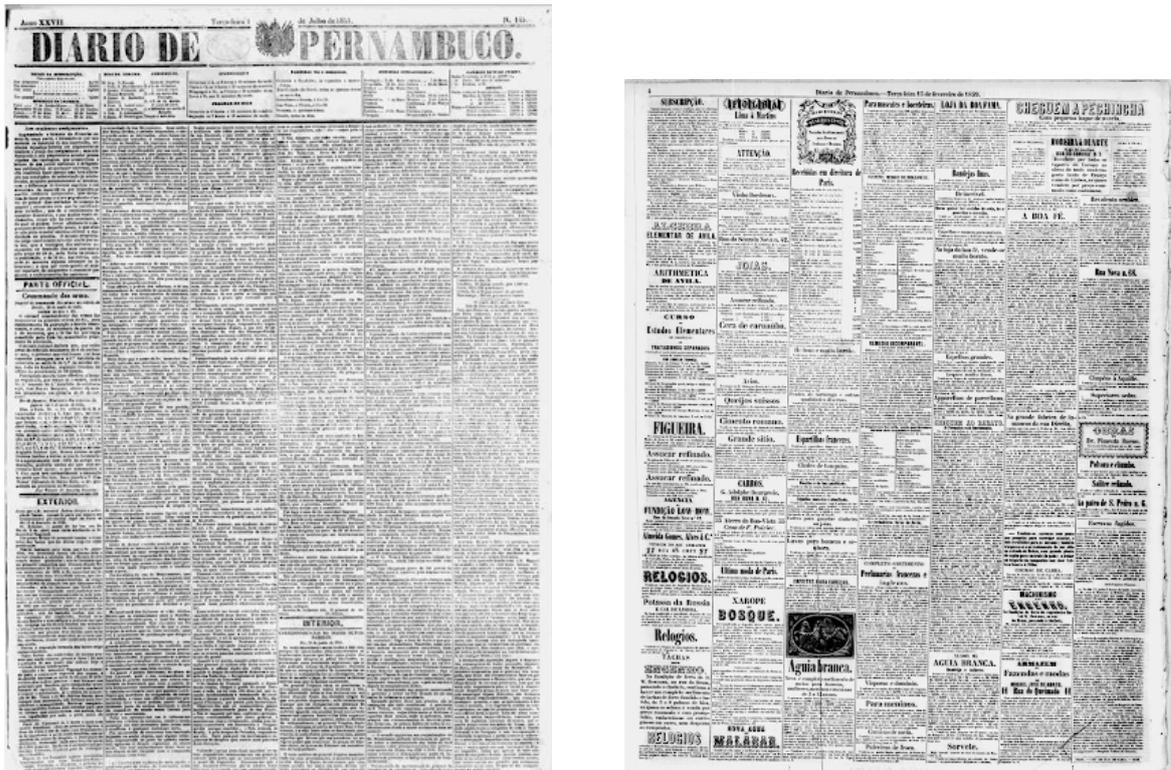
3. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

4. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

5. O presente Diario publica-se em 10 rs. cada folha, e a cada semana de 100 rs.

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>.

Figura 18 – Edições de 01 de julho de 1851 (esquerda) e 13 de fevereiro de 1854 (direita)



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Após a compra do *Diário de Pernambuco* por Manoel de Figueroa Faria, o jornal entrou em contínuo processo de modernização, adentrando em 1850 sua melhor época em relação ao bom gosto jornalístico e de repercussão. Manoel Figueroa se dedica ao aprimoramento do jornal, motivado principalmente pela competição entre os outros jornais da corte. Nos anos finais do século XIX, o jornal apoiou a abolição da escravatura. Em 1888, ao receber a notícia da abolição, o *Diário* celebrou o fim do regime escravocrata e liberou seus trabalhadores para participar das comemorações. O periódico marcou essa conquista histórica com edições especiais que refletiam o entusiasmo pelo novo período de liberdade.

## 2 METODOLOGIA

No que diz respeito aos procedimentos escolhidos para a pesquisa, assumimos uma abordagem histórica e comparativa, analisando múltiplos casos a fim de realizar uma reflexão geral.

Esta abordagem foi escolhida uma vez que a pesquisa assume caráter histórico, havendo um aprofundamento na cultura e sociedade local e temporal. Já o método comparativo se dá devido às comparações que foram realizadas entre os anúncios e com os estilos tipográficos referentes à época.

Por se tratar de um projeto de teor histórico e de análise visual, a metodologia que utilizamos é semelhante a outras utilizadas em pesquisas históricas em design, como Cunha Lima (2006), Aragão (2016), Lotufo (2019) e Aragão e Cunha Lima (2019). Portanto, podemos enumerar as etapas dessa pesquisa da seguinte maneira: Revisão bibliográfica, pesquisa exploratória, coleta e organização da amostra, separação dos tipos de título e identificação e quantificação dos tipos.

### 2.1 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

A revisão bibliográfica realizada inicialmente foi fundamental para a compreensão do contexto histórico do objeto de estudo, bem como para analisar o comportamento do periódico em diferentes momentos de sua trajetória, com destaque para a década de 1850, período estudado nesta pesquisa. Diversos autores foram essenciais para o entendimento da temática abordada, se estruturando em três grandes grupos temáticos, sendo eles: Tipografia, História da imprensa e *Diário de Pernambuco*. Em tipografia foram estudados principalmente Cunha Lima (2006), Aragão (2016) e Farias e Silva (2004). Em História da imprensa, (MOLINA, 2015), (CARDOSO et al., 2009) e (RAMIRES, 2017). Já acerca da história do *Diário de Pernambuco* foram abordados Jambo (1975), Nascimento (1966).

### 2.2 PESQUISA EXPLORATÓRIA

Parte do acervo do *Diário de Pernambuco* está disponível digitalmente na Hemeroteca Digital, onde estão catalogados quase todos os seus exemplares já impressos, com exceção de alguns que estavam em péssimas condições ou não foram encontrados. No laboratório LIBER,

do Departamento de Ciência da Informação, situado na UFPE, estão presentes exemplares originais do *Diário de Pernambuco*, porém nem todos estão disponíveis para manipulação, uma vez que ainda não se encontram restaurados e prontos para o manuseio. Assim, para a presente pesquisa, não tivemos acesso aos exemplares do *Diário* da segunda metade do ano de 1859. A Figura 19 mostra o estado de um dos exemplares do ano de 1859 que se encontra no acervo do LIBER, na UFPE.

Figura 19 – Estado de conservação de exemplar do *Diário de Pernambuco* no LIBER (UFPE)



**Fonte:** Arquivo pessoal da autora (2024).

A metodologia utilizada para seleção e análise dos exemplares consistiu em uma pesquisa exploratória, documental e bibliográfica. A revisão bibliográfica feita inicialmente foi de extrema importância para compreender o contexto histórico do objeto e como o periódico se comportava em diferentes momentos durante sua trajetória, especialmente na década de 1850, período estudado neste trabalho.

A princípio foi feita uma pesquisa exploratória ampla, onde, antes de selecionar efetivamente o período a ser estudado, observamos exemplares selecionados aleatoriamente durante todo século XIX através da Hemeroteca Digital. O segundo passo consistiu em, ainda pela Hemeroteca, realizar uma busca voltada para termos chave através de uma ferramenta de busca

de palavras disponível no no próprio site a fim de encontrar termos específicos, novas aquisições de prelos ou tipografias e informações sobre a história do jornal. As palavras pesquisadas consistiam em: *typographia, prelos, typos, novidade, aniversário*.

A próxima etapa da pesquisa exploratória foi dada através de buscas pelos primeiros e últimos exemplares de cada década do século XIX a partir de 1825, visualizando possíveis mudanças gráficas. Havendo diferenças em: tipografia do título, número de colunas e de direção, buscamos pelos exemplares referentes à metade da década, e assim diminuindo o intervalo entre os exemplares a fim de encontrar exatamente o ponto de mudança do elemento no jornal. Pinsky et al. (2008) afirma que as mudanças na administração se fazem sentir na documentação resultante da atuação de cada órgão. Com base nessa informação, buscamos os exemplares que marcaram as novas direções do *Diário* a fim de registrar as mudanças ocorridas. Assim, iniciamos o mapeamento de anúncios através da Hemeroteca Digital.

Concomitantemente à pesquisa bibliográfica, continuamos com a pesquisa exploratória, onde exemplares referenciados foram selecionados pela bibliografia de Jambo (1975) como aqueles que possuíam alguma mudança visual, acontecimento histórico ou mudança de localidade. Percebemos mudanças tipográficas significativas na parte de anúncios e classificados da década de 1850, período referenciado por Jambo (1975, p.191) como “a idade de ouro do *Diário de Pernambuco*”, onde houve grandes investimentos no periódico.

### 2.3 COLETA E ORGANIZAÇÃO DA AMOSTRA

De acordo com Bauer (2002), “as datas do calendário são um referencial de amostragem confiável, de onde pode extrair uma mostra estritamente aleatória”, afirmando que a amostragem estatística fornece um racional para estudar um pequeno número de textos e tirar conclusões sobre a coleção como um todo (BAUER, 2002, p.196). Esse método consiste em coletar amostras referentes a um dia de cada semana do mês, extraíndo os dados de forma aleatória, sendo assim mais confiável. Dessa forma, adaptando a semana artificial para a atual pesquisa, foi decidido coletar um exemplar por mês, sempre em dias de semanas diferentes, durante todo o período de 1850 a 1859.

Devido ao grande número de exemplares, justificado pelo caráter diário do jornal, foram selecionados apenas alguns exemplares que julgamos suficientes para analisar e demonstrar o objetivo dessa pesquisa. Assim, foram selecionados ao total 120 exemplares.

A semana artificial foi utilizada como base para a coleta dos exemplares, onde em cada

ano foi selecionado 1 exemplar por mês, com data próxima a metade do mês, mas sempre em dias da semana diferentes. A tabela 1 exemplifica o método adaptado.

Tabela 1 – Tabela de exemplo de amostra utilizando a semana artificial para o ano de 1853

<b>Mês</b>	<b>Dia</b>	<b>Data</b>
Janeiro	Segunda	17/01/1853
Fevereiro	Terça	15/02/1853
Março	Quarta	16/03/1853
Abril	Quinta	14/04/1853
Maiο	Sexta	13/05/1853
Junho	Sábado	18/06/1853
Julho	Segunda	18/07/1853
Agosto	Terça	16/08/1853
Setembro	Quarta	14/09/1853
Outubro	Quinta	13/10/1853
Novembro	Sexta	18/11/1853
Dezembro	Sábado	16/12/1853

**Fonte:** Elaborada pela autora (2024)

Não foram utilizados os dias referentes ao domingo pois o jornal não publicava exemplares.

Após identificar quais exemplares seriam analisados, iniciamos a coleta de imagens na Hemeroteca Digital, onde foram baixadas páginas completas e salvas em documentos do *Adobe Illustrator* separados por anos (Figura 20).

Figura 20 – Disposição dos arquivos *Adobe Illustrator*.

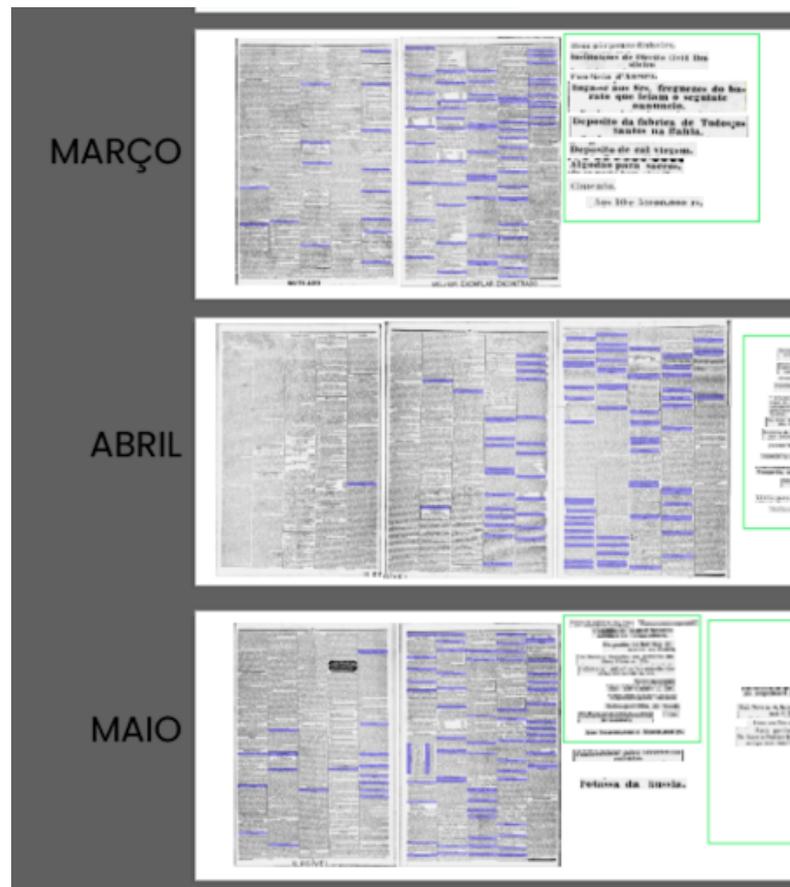
Nome	Status	Data de modificação	Tipo	Tamanho
 1850		19/10/2023 21:52	Adobe Illustrator ...	163.858 KB
 1851		20/10/2023 11:18	Adobe Illustrator ...	105.111 KB
 1852		20/10/2023 11:49	Adobe Illustrator ...	98.803 KB
 1853		23/10/2023 18:49	Adobe Illustrator ...	97.309 KB
 1854		23/10/2023 19:50	Adobe Illustrator ...	70.705 KB
 1855		23/10/2023 21:27	Adobe Illustrator ...	93.239 KB
 1856		23/10/2023 23:01	Adobe Illustrator ...	79.391 KB
 1857		23/10/2023 23:23	Adobe Illustrator ...	87.882 KB
 1858		23/10/2023 23:44	Adobe Illustrator ...	65.560 KB
 1859		23/10/2023 23:59	Adobe Illustrator ...	69.863 KB
 tipografias		23/10/2023 20:52	Adobe Illustrator ...	3.867 KB

**Fonte:** Arquivo pessoal da autora (2024).

Devido ao número de exemplares coletados, é possível que as amostras não representem o total de fontes de título dos seus respectivos anos, uma vez que se trata de um jornal de publicação diária. A amostra coletada representa apenas 3% dos periódicos presentes na década de 1850, podendo assim, haver anos em que a amostragem não indique um aumento significativo de tipos de título.

A próxima etapa consistiu em separar as edições do jornal por mês. Em cada arquivo do *Adobe Illustrator*, criado para cada ano, foram inseridas pranchetas referentes aos meses de janeiro a dezembro a fim de colar os recortes de cada exemplar coletado (Figura 21).

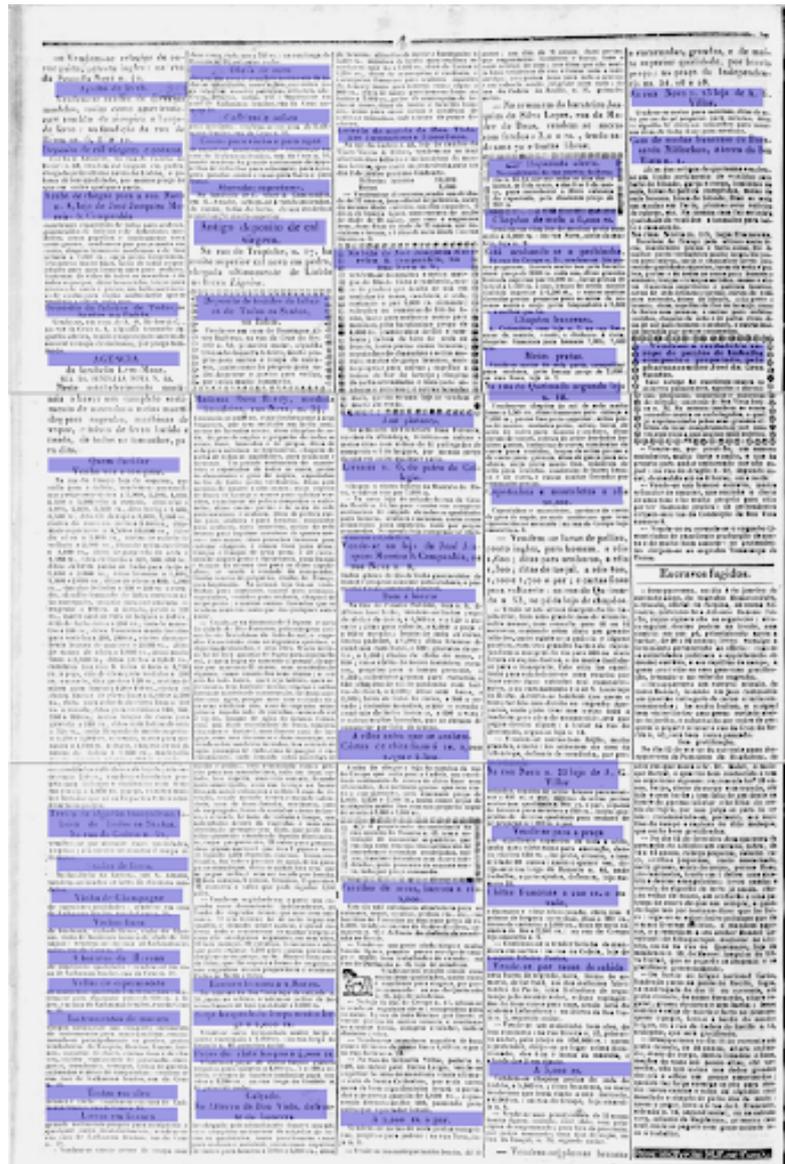
Figura 21 – Edições do *Diário de Pernambuco* em cada mês



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Para selecionar os anúncios, destacamos todos os títulos dos anúncios impressos nas partes de “anúncios diversos”, “compras” e “vendas” (Figura 22). Em “anúncios diversos”, foi necessário filtrar o teor de cada texto, uma vez que muitas vezes o que estava impresso não se caracterizava como anúncio.

Figura 22 – Estratégia de seleção dos anúncios na página



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

## 2.4 SEPARAÇÃO DOS TIPOS DE TÍTULO

O próximo passo consistiu em quantificar as tipografias por ano, criando dentro dos documentos contendo as imagens das páginas completas de cada ano, uma prancheta para cada mês, tornando a contabilização mais fácil de ser efetuada (Figura 23).



indicadas por um asterisco não foram contabilizadas. Isso acontece em decorrência da ausência de um alfabeto completo com todos caracteres caixa-baixa pertencentes a essas fontes para sobreposição e comparação.

Após realizar a separação das tipografias em grupos de suas similares, contabilizamos suas ocorrências e adicionamos a uma tabela que foi desenvolvida ao longo do processo.

## 2.5 IDENTIFICAÇÃO E QUANTIFICAÇÃO DOS TIPOS

Após separar as fontes presentes em cada anúncio, as contabilizamos para inserir na tabela de fontes apresentada no Capítulo 4, onde estão presentes todas as fontes utilizadas nos anúncios e a quantidade de ocorrências de cada uma.

Algumas ocorrências não foram passíveis de identificação pois a impressão não estava clara. Assim, o número de ocorrências é um valor aproximado de aparições de cada tipografia.

Para contabilizar os tipos foi utilizada uma metodologia de sobreposição digital, onde através de softwares de edição de imagem como o *Adobe Photoshop* e *Adobe Illustrator*, sobrepomos as imagens dos tipos impressos no jornal, identificando e agrupando os tipos semelhantes, assim como Aragão (2016).

Para identificar a ocorrência das tipografias por ano, montei um esquema com base no trabalho apresentado por Cunha Lima, Figueredo e Cidrini (2015) (Tabela 2), modificando alguns pontos para se adequar melhor às necessidades da presente pesquisa.

Tabela 2 – Tabela de aparições de tipografias por ano no *Almanak Laemmert*

Quantidade de aparições por Ano											
	1857	1858	1867	1868	1877	1878	1887	1888	1897	1898	Total
Fonte 01	0	0	10	5	15	5	2	2	5	4	48
Fonte 02			7	6	8	11	3	1			36
Fonte 03	5	3	4	4	11	4			1		32
Fonte 04			1	1	17	5	2	3	1	1	31
Fonte 05			5	3	12	2		1	3	1	27
Fonte 06	10	3	1	1	2	3					20
Fonte 07	5	3			4	2	1	1			16
Fonte 08			6	8					1	1	16
Fonte 09		4	3	3	5						15
Fonte 10			2	3	6	2		1			14
Fonte 11			1		2	6	2	1	1		13
Fonte 12			3	1	3		1	1	2	1	12
Fonte 13	1	3							2	3	9
Fonte 14			1	1	4				1	1	8
Fonte 15	3		1						1	2	7
Fonte 16			1	1	2			1	2		7
Fonte 17			1		4	1			1		7
Fonte 18							3	2	1		6
Fonte 19			1	1	2		1		1		6
Fonte 20							1		4		5
Fonte 21		4	1								5
Fonte 22					1		2		1		4
Fonte 23			2	1	1						4
Fonte 24					1	1			1	1	4
Fonte 25			3	1							4
Fonte 26	1	1			1					1	4
Fonte 27			2	1	1						4
Fonte 28							1	2			3
Fonte 29			2								2
Fonte 30		2									2
Fonte 31				1						1	2
Fonte 32									1	1	2
Fonte 33	1	1									2
Fonte 34	1	1									2
Fonte 35			1			1					2
Fonte 36							1	1			2
Fonte 37									1	1	2
Fonte 38						1					1
Fonte 39									1		1
Fonte 40				1							1

Fonte: Cunha Lima, Figueredo e Cidrini (2015)

Para a elaboração das tabelas apresentadas no Capítulo 4, as tipografias foram organizadas em uma coluna à esquerda, enquanto os anos foram dispostos em ordem crescente à direita, indicando a quantidade de vezes em que cada tipografia foi registrada nos anúncios em cada ano do *Diário*. Além disso, os tipos inéditos de cada ano estão marcados em verde, a fim de destacá-los dos demais. Na tabela de ocorrências de tipos, as tipografias de texto indicadas por um asterisco apontam para aquelas que possuem ao menos uma ocorrência, mas que, em decorrência da ausência de mais caracteres para realizar comparações e sobreposições, não foi

possível sua identificação. A Tabela 3 é um exemplo dessa notação.

Tabela 3 – Exemplo da tabela que representa a quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano 1850.

		<b>1850</b>
Fonte 1		X
Fonte 2		1*

**Fonte:** Elaborada pela autora

Assim, é possível ter uma visão das mudanças tipográficas ao longo das décadas, podendo comparar as ocorrências de cada tipo em cada ano estudado.

Gray (1976) apresenta em sua obra uma vasta catalogação de fontes referentes ao século XIX, se mostrando assim essencial para ajudar na identificação dos tipos dos anúncios do *Diário* na década de 1850. Há outros catálogos de fontes oitocentistas, porém datados do final do século, como o Catálogo de Henrique Rosa que apresenta amostras em francês, português, alemão (poucos) e espanhol (poucos) (ARAGÃO; FARIAS; CUNHA LIMA, 2014). Este catálogo pode nos dar uma direção e entender se aqueles tipos usados no jornal eram “novos” ou “antigos”, embora certamente não espelhe o momento exato estudado.

Para realizar a identificação dos tipos coletados foi utilizada a metodologia de sobreposição vista em Aragão (2016), aqui os desenhos dos tipos foram pesquisados em catálogos do século XIX e comparados com aqueles recortados das amostras do *Diário de Pernambuco* a fim de encontrar o ano e autor da criação.

### 3 ENTRE TIPOS E ANÚNCIOS

#### 3.1 TIPOS NO BRASIL

##### 3.1.1 Tipografia no Brasil oitocentista

O início da atividade impressora no Brasil se dá tardiamente comparado a outros países. Enquanto a Europa estava reinventando a imprensa, o Brasil ainda não havia sofrido nenhuma forte influência estrangeira por conta da proibição portuguesa.

Eller (2020) afirma que desde o início do século XVI, o Brasil foi alvo de várias invasões, incluindo a ocupação holandesa no Nordeste durante a primeira metade do século XVII, sob o comando de Maurício de Nassau. Recife, capital da região chamada Nova Holanda ou Brasil Holandês, foi o centro dessa ocupação. Os holandeses, reconhecidos pela sua habilidade na impressão, tentaram introduzir a tecnologia tipográfica no Brasil. O conselho que administrava a *Dutch West India Company* teria, meses depois, atendido a um pedido de Nassau e mandaria para ele um prelo e alguns tipos, além disso, adiantava que embarcaria também para o Brasil o mestre impressor Pieter Janszoon, que na Holanda exercia a profissão de tipógrafo. Entretanto, até os fins de 1642 o pedido não teria sido atendido, quando precisou ser reforçado pelo Conselho do Brasil. Consta que, no ano seguinte, o Conselho dos XIX<sup>1</sup> informou que mandou ao Brasil o referido impressor (ELLER, 2020, p.108).

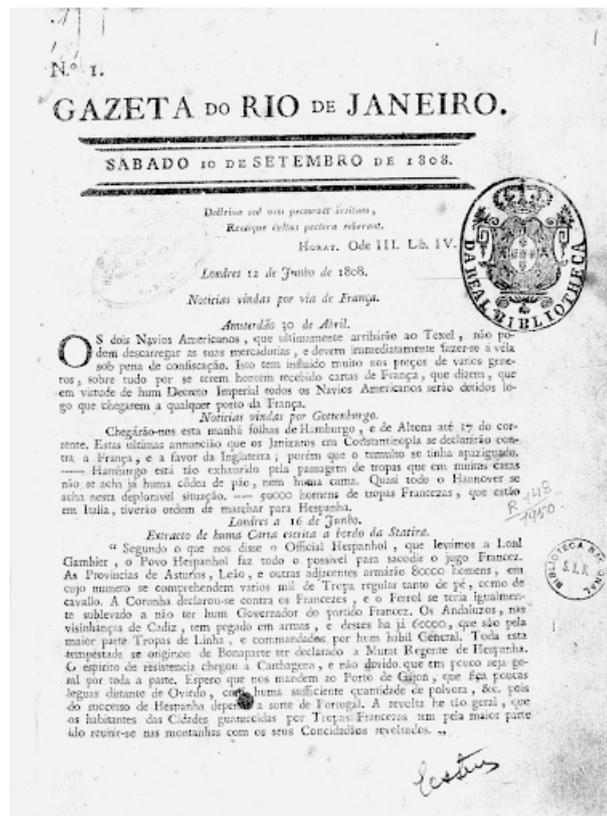
Quando parecia que a tipografia seria finalmente instalada no Brasil, uma carta de Recife informou que o impressor Pieter Janszoon havia falecido antes de iniciar o trabalho. Alguns pesquisadores afirmam que o impressor teria falecido após chegar ao Brasil. Não havendo encontrado um substituto para o tipógrafo, a instalação foi adiada. Em 1645, o conselho holandês da Companhia das Índias ainda estava à procura de algum tipógrafo que quisesse ir ao Brasil, contudo não havia ainda encontrado um substituto para o mestre falecido. Maurício de Nassau havia retornado à Holanda em 1644, e a Insurreição Pernambucana de 1645 resultou na expulsão dos holandeses. Apesar disso, acreditou-se por um tempo que o livro *Brasilsche Gelt-Sack*, de 1647, tivesse sido impresso no Brasil Holandês, embora não haja evidências de uma tipografia ativa em Recife na época (ELLER, 2020).

Fugidos de Portugal, os membros da coroa chegam ao Brasil em 1808 após a invasão

<sup>1</sup> Conselho formado por pastores e empresários, órgão máximo de direção da Companhia das Índias (ELLER, 2020).

napoleônica às suas terras, trazendo consigo nos navios prelos e tipografias europeias. A impressão Régia surge em 13 de maio de 1808, com autorização para imprimir apenas a *Gazeta do Rio de Janeiro*, réplica da *Gazeta de Lisboa*, sendo lançada para divulgar os atos do governo, e tendo como inauguração a impressão um folheto de 27 páginas (Figura 25).

Figura 25 – Primeira edição da *Gazeta do Rio de Janeiro*



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Ao contrário dos reinos e vice-reinos espanhóis na América, Portugal não via vantagem em investir no desenvolvimento dos seus reinos da mesma forma que seguia a Europa. Os espanhóis dispunham pelo menos do instrumento tipográfico, porém no Brasil nada existe a demonstrar essa presença antes do início do século XVIII. Isso porque a Espanha, ao contrário das outras potências coloniais, não buscava apenas o “Eldorado” (CAMARGO; GORDINHO, 1991).

Os materiais utilizados na impressão régia são os que foram trazidos pelos navios da corte, transportados por Antônio de Araújo e Azevedo, futuro conde da barca. Era uma gráfica que se destinava a atender aquele ministério em Lisboa, e que recém adquiridas de Londres, ainda estavam em seus caixotes (CARDOSO et al., 2009, p.29). Mesmo antes da liberação da atividade impressora no Brasil, o país já contava com a impressão de algumas obras de formas ilegais, que seriam censuradas a mando da coroa e teriam suas tipografias recolhidas e

impressos destruídos. Nesse período, também foi controlada a entrada de qualquer impresso no Brasil, tentando assim limitar a circulação de ideias e novas correntes que pudessem chegar do estrangeiro, dificultando também o desenvolvimento cultural e econômico brasileiro (MOLINA, 2015).

Após sua chegada, Antônio de Araújo e Azevedo instala no térreo de sua residência a gráfica que havia trazido nos navios da corte, onde se iniciou oficialmente as atividades de impressão no país. Ademais, junto a essa tipografia teriam vindo as primeiras pensas em talho-doce e dois burilistas portugueses (CARDOSO et al., 2009, p.47).

Assim, com a instalação da Imprensa Régia no território brasileiro, todo documento autorizado a circular seria impresso em suas máquinas. Alguns jornais importantes durante o século XIX saíram de suas prensas, como: Gazeta do Rio de Janeiro (1808), O Patriota (1808) e o Revérbero Constitucional Fluminense (1822). Apesar deste controle imposto pela coroa, houve diversas tentativas de se implementar oficinas tipográficas e distribuir impressos pelo Brasil antes do final da censura. Na área tipográfica, tem-se a instalação de uma tipografia na Bahia em 1811 e outra em Pernambuco em 1815. Nelas foram impressos os primeiros jornais brasileiros.

Após a Revolução Constitucionalista do Porto, em agosto de 1820, uma das primeiras medidas tomadas foi a liberação da imprensa (CARDOSO et al., 2009). Após a retirada da censura em 1822, a Imprensa Régia passa a enfrentar concorrência das novas tipografias, levando o país a se desenvolver cada vez mais, recebendo os mais modernos equipamentos gráficos da época. O Brasil foi o primeiro país, depois da Inglaterra, a utilizar os prelos metálicos Stanhope, o maior avanço desde Gutenberg (MOLINA, 2015).

Todavia, apesar da forte censura imposta pela coroa, em 1706 um empreendedor, de nome desconhecido, estabeleceu no Recife uma pequena tipografia, em que se limitava à impressão de letras de câmbio e breves orações devotas. O então governador de Pernambuco, Francisco de Castro Moraes permitiu sua atuação, diferentemente da corte de Lisboa que, ao ter notícia de suas atividades, pela ordem régia de 8 de Julho de 1706, mandou: “sequestrar as letras impressas e notificar os donos dellas e os officiaes da typographia, que não imprimissem nem consentissem que se imprimissem livros, ou papeis avulsos.” (CARVALHO, 1908). Já com a licença do governador-geral Gomes Freire, Antônio Isidoro da Fonseca instalou a sua oficina no Rio de Janeiro, com corpos, família de tipos, uma impressora e papéis trazidos de Portugal. Os primeiros trabalhos desta oficina realizados no Brasil foram impressos, porém a corte logo considerou a atividade nociva aos interesses do reino, e ordenou que fechassem a tipografia,

pois tudo deveria ser impresso em Lisboa. (CAMARGO; GORDINHO, 1991, p.16)

A inexistência de tipos móveis não evitou que as ordens reais fossem burladas. É então que em Vila Rica, em 1806, é impresso pelo padre José Joaquim Viegas De Menezes um livro chamado Canto Encomiástico. O padre trabalhou na oficina tipográfica, calcográfica e literária do Arco do cego em Lisboa, produzindo a obra a partir de chapas de cobre. Ou seja, ele utilizou o processo calcográfico para desenhar letras sobre o metal com instrumento de ponta afiada, imprimindo-as sobre o papel através da pressão (CAMARGO; GORDINHO, 1991).

Já em 1746, no Rio de Janeiro, o governador-geral Gomes Freire, assim como acontecera no Recife, permite a abertura de uma tipografia na cidade. Antônio Isidoro da Fonseca vem ao Brasil em 1747, trazendo em sua bagagem um material tipográfico com o qual montou na cidade uma pequena oficina. A sua tipografia chegou a imprimir alguns trabalhos, mas a metrópole agiu rapidamente e mandou que liquidasse imediatamente a oficina (MOLINA, 2015).

Em 1813, mesmo antes da liberação da censura de impressos, a primeira Junta da Imprensa Nacional enviou o tipógrafo Alexandrino José das Neves para estudar em uma fundição de tipos inglesa, aprendendo assim a fabricação de punções, gravação e fundição de tipos (FARIAS; CUNHA LIMA, 2016). Porém, o jovem se mostrou desinteressado no trabalho, sendo demitido e se mudando para Portugal.

Como mencionado anteriormente, a censura finda em 1820, havendo, entretanto, tentativas de instalações da imprensa anteriores a esta data. As tipografias que operaram no Brasil antes da Independência foram: a de Manoel António da Silva Serva, na Bahia (1811); em 1815 no Recife, a de Ricardo Rodrigues Castanho, que só funcionou em 1817; em 1821 a instalada no Maranhão pelo Governador Bernardo Silveira e, no mesmo ano, a montada por Daniel Garção de Melo em Belém do Pará; e duas em Vila Rica, a Patrícia e a Provincial (RIZZINI, 1945 apud MARTINS; CUNHA LIMA; CUNHA LIMA, 2018).

É comum estudiosos mencionarem que no Brasil não se tem registro de desenhos de tipos feitos no país durante o século XIX, porém, em 1821, João Francisco Madureira não apenas imprimiu, mas construiu sua tipografia sem conhecimentos prévios e fundiu os tipos necessários para dar conta de seus objetivos (MARTINS; CUNHA LIMA; CUNHA LIMA, 2018).

Apesar de existirem fundidores pontuais no Brasil do início do século XIX, nessa época era bastante comum haver compra de matrizes de outros países, sendo replicadas nas fundições (processos chamados de galvanoplastia), enquanto que as punções continuavam pertencendo àqueles que as fabricaram inicialmente. Além do comércio de tipos móveis, havia também um

grande comércio de matrizes, novas e usadas, sendo as últimas mais baratas. Martins, Cunha Lima e Cunha Lima (2018) afirma que sabe-se da venda de matrizes para fundição de tipos por terceiros desde o século dezesseis. Alguns anúncios do *Almanak Laemmert* examinados pela autora dizem explicitamente que foram adquiridas matrizes no exterior para fundir os tipos localmente.

A galvanoplastia, ou banho galvânico, é um processo de obtenção de matrizes inventado por Moritz von Jacobi em 1838 e adaptado às artes gráficas. Nos EUA, Thomas W. Starr patenteou em 1845 um método para gravar matrizes usando esse processo. Esta técnica permitia a obtenção de matrizes a partir de tipos móveis para impressão. Esse tipo era colocado no chamado banho galvânico, que, atravessado por uma corrente elétrica, fazia com que partículas de cobre se fossem depositando sobre o olho da letra, dando assim origem a um molde (DIOGO, 2016, p.40). O autor afirma que a técnica consistia em submergir um caractere em uma solução galvânica, onde partículas de cobre se depositavam sobre ele, criando um molde. Esse método facilitou a produção de tipos ornamentados, mas também levou à pirataria de tipos, pois uma *type foundry* poderia facilmente copiar um tipo popular. Contudo, as matrizes feitas por galvanoplastia eram menos duráveis e de qualidade inferior às feitas por punção.

### 3.1.2 Início e desenvolvimento da impressão no Brasil

A impressão com tipos móveis surge na Europa durante o século XV, idealizada e aplicada por Johannes Gutenberg, gravador alemão, substituindo a escrita caligráfica nas produções em massa. Os primeiros tipos móveis foram fundidos em chumbo (ou em uma liga de chumbo), como afirma Smeijers (2015). Nessa época os designers de tipos eram os chamados puncionistas, sendo aqueles profissionais que cortavam as punções<sup>2</sup>.

Cunha Lima (2006) apresenta o processo de criação de um tipo móvel, onde um puncionista esculpia cada caractere de uma fonte em um bastão de aço, utilizando buris de aço temperado. Para abrir as partes brancas eram gravados contrapunções, que eram aplicadas sobre os punções, assegurando que todas as partes em branco dos caracteres de uma mesma fonte apresentassem formato e tamanho consistentes. Assim, as punções eram batidas com um martelo em matrizes de metal mais maleável, como o cobre. Cada punção de aço pode dar origem a várias matrizes de cobre mas, embora fosse possível produzir muitas matrizes a partir de punções, esta quantidade era limitada por vários fatores, como o contraste entre hastes,

<sup>2</sup> Pedaco de metal onde é esculpido negativamente o desenho da letra.

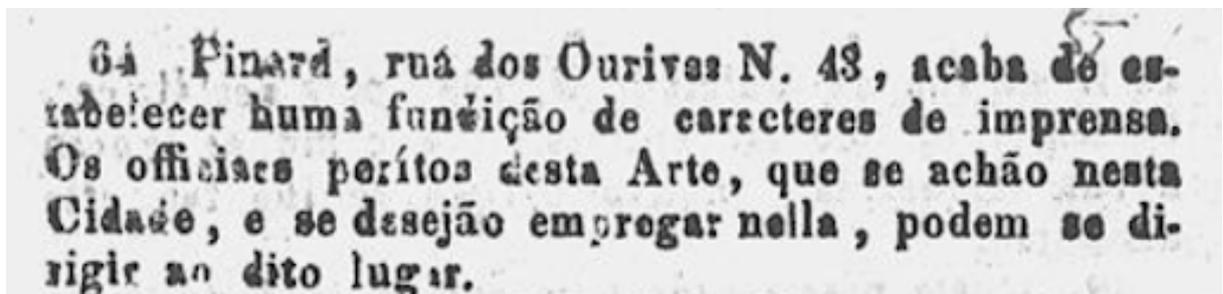
hastes muito finas, o corpo (CUNHA LIMA, 2006).

O instrumento usado para a fundição manual de tipos é denominado molde. A autora explica que se trata de um sistema macho/fêmea, no qual há um espaço específico para a inserção da matriz, permitindo que uma liga derretida de antimônio e chumbo seja derramada. Após a solidificação da liga fundida, obtém-se o tipo móvel, composto por uma liga de antimônio, estanho e chumbo.

A partir disso, foi possível compor páginas inteiras com diferentes corpos e desenhos de tipos, possibilitando uma maior e mais rápida reprodutibilidade dos impressos.

De acordo com Cunha Lima (2010), Pierre Joseph Pinart foi possivelmente o primeiro fundidor de tipos a se estabelecer no Rio de Janeiro. Situado na cidade desde 1817, anuncia a abertura de sua fundição de tipos no *Diário do Rio de Janeiro* em 3 de fevereiro de 1829 (Figura 26). Também publicou anúncios solicitando pessoas para trabalhar em sua empresa. Desistiu do negócio em 1832, anunciando no mesmo jornal a venda de um “sortimento de moldes para uma fundição de tipos” (CUNHA LIMA, 2010, p.2) no dia 25 de janeiro do mesmo ano.

Figura 26 – Anúncio da fundição de Pinard. *Diário de Pernambuco*, edição de 3 de fevereiro de 1829, pag. 4.



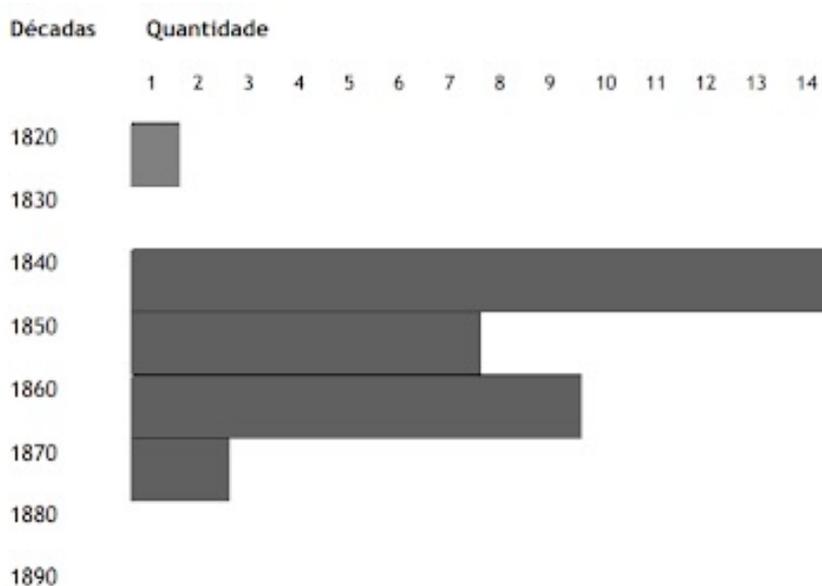
**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

A próxima fundição de tipos surge apenas em 1837, quando o retratista e estampador de 26 anos Isaac Balonchard, chega da França ao Brasil. Assim, enquanto sua mulher estabelece um comércio de “flores, fitas finas e objetos de enfeite”, Balonchard abre o que seria a fundição de tipos mais duradoura do Rio de Janeiro (CUNHA LIMA, 2010, p.3). No fim do mesmo mês, anunciava a que veio:

Balonchard, chegado a pouco de Paris, tem a honra de prevenir os srs. Impressores desta capital que ele tem estabelecido, na Rua da Guarda Velha no 32, uma fundição de tipos. Ele espera, pela moderação de seus preços e pela perfeição de suas obras, obter a confiança dos seus fregueses. No mesmo estabelecimento, vende-se tinta de imprimir. (Jornal do Commercio, 31 de julho de 1837)

Através da pesquisa acerca das fundições de tipo do Século XIX: anunciantes no *Almanack Laemmert*, Cunha Lima (2006, p.58) afirma que Gray (1976) “localiza, em uma tabela constituída de várias páginas de sua obra, tipos de origem inglesa, americana e francesa, cujas primeiras inserções em catálogos de fundidoras se dão nas décadas 1800 -1890“. A autora também afirma, através de sua pesquisa no *Almanack Laemmert*, que como a empresa de Balonchard se lançou no mercado nos anos 1840 (Figura 27), tornou-se natural que a maior parte dos designs fossem desta fase. Este fato se torna essencial para esta pesquisa com tipos de título no *Diário de Pernambuco*, uma vez que os efeitos e ornamentos só vão aparecer nos anúncios após a década de 1840.

Figura 27 – Incidência de designs de tipos por década (Com base em Nicolette Gray) 1820-1870



**Fonte:** Cunha Lima (2006)

A autora afirma que uma vez que Balonchard chega ao Brasil, os tipos existentes podem ter sido adquiridos por ele ainda na França, e que provavelmente seriam os “clássicos” dos tipos fantasia <sup>3</sup> dos anos da Revolução Industrial, comprados mesmo depois de entrarem em moda na Europa, possivelmente por preços mais em conta.

Ao longo dos anos que seguiram sua morte, a empresa de Balonchard passou por diversas outras direções, mudando também seu nome. Cunha Lima (2006) traz uma tabela que mostra as diferentes mudanças de direção da Fundição Francesa, nome fantasia adotado por Secretan

<sup>3</sup> Fontes cujo design chama atenção para o título ou partes do texto. A nomenclatura adotada, de tipos fantasia, é a mais popular, mas mostra-se adequada para o exame de fontes oitocentistas (CUNHA LIMA, 2006).

e Bouchaud desde o início de sua sociedade, de acordo com os registros anuais no *Almanack Laemmert* (CUNHA LIMA, 2006, p.53).

Tabela 4 – Fundação Francesa

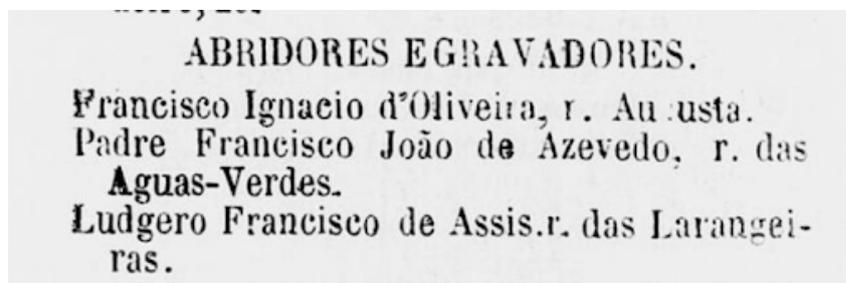
Tabela 1		Fundição Francesa 1845-1900	
1845  1847	Balochard		Rua da Cadeia, 93
1848  1851	Pedro Secretan & C.	Rua da Cadeia, 93	Rua da Assembléia, 83
1852  1856	Pedro Secretan & Eugenio Bouchaud		Rua da Ajuda, 76
1857  1865	Eugenio Bouchaud		Rua da Ajuda, 76
1863  1865	E. Aubertie		Rua da Assembléia, 85
1866  1879	E. Bouchaud & Aubertie		Rua da Assembléia, 83
1877  1887	E. Bouchaud & Sobrinho		Rua da Ajuda, 75
1888  1893	J.H. Bouchaud		Rua da Ajuda, 23
1891  1892	Viúva Bouchaud		Rua da Ajuda, 75
1894  1896	Viúva J.H. Bouchaud		Rua da Ajuda, 23
1897  1898	Casa Bouchaud (Mme. F. Xavier)		Rua da Ajuda, 23
1899	Casa Bouchaud (Alph. Bruck)		Rua da Ajuda, 23
1900	Fundição Sul-Americana (Alph. Bruck e Laemmert)		Rua do Hospício, 93

Fonte: Cunha Lima (2006, p.53)

### 3.1.3 Breve contextualização da fundição de tipos no Recife

Já no Recife, em 1861, encontra-se no *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Província de Pernambuco (PE)* o registro de três “gravadores e abridores” (Figura 28).

Figura 28 – Registro de abridores e gravadores.

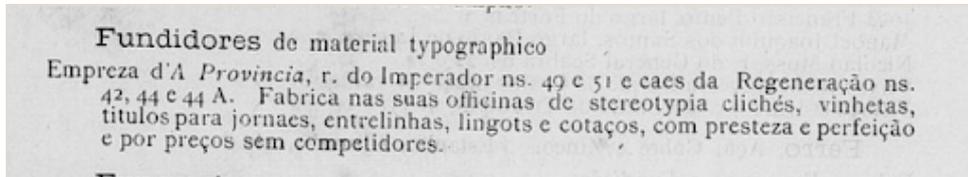


Fonte: Vasconcelos et al. (1861, p.282).

No ano de 1894, em Recife, tem-se o registro de uma empresa fornecendo fabricação de material tipográfico por meio da estereotipia no *Almanak do Estado de Pernambuco: Administrativo Mercantil Agrícola e Industrial*, na seção de Fundidores de material tipográfico.

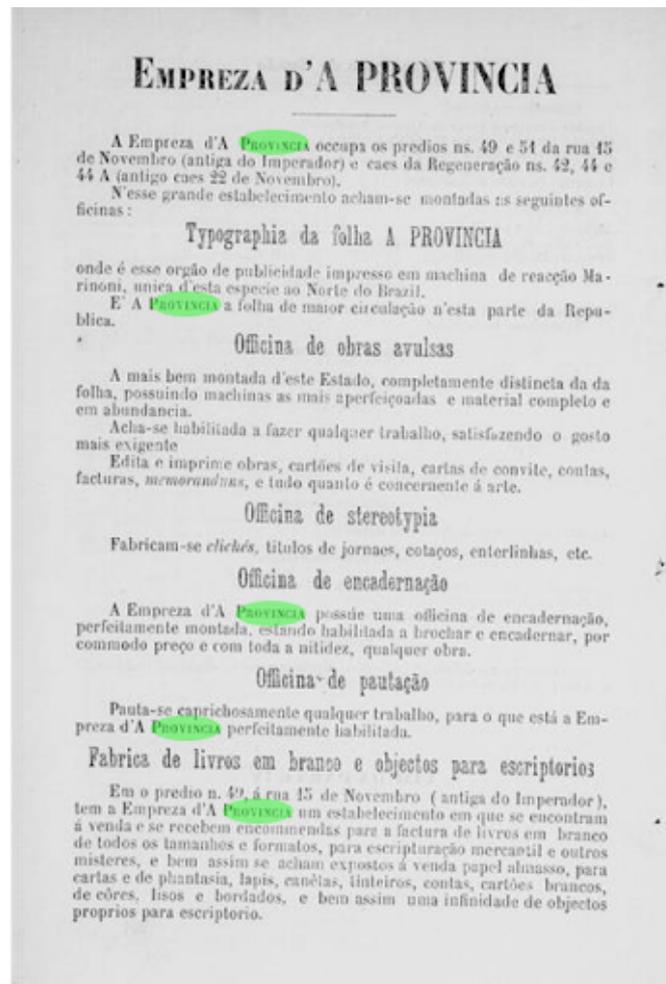
Entretanto, não se trata de uma fundição de tipos móveis como apresentado anteriormente (Figura 29).

Figura 29 – Registro de fundidores de material tipográfico no Brasil.



Fonte: Vasconcelos et al. (1894, p.274).

De todo modo, é relevante para o estado ter um estabelecimento que fornecia títulos este-reotipados, provavelmente a partir de suas fontes. A *Empreza d'A Provincia* ficava localizada na rua do Imperador, ocupando os prédios de números 49 e 51. No estabelecimento constavam diversas oficinas, como vemos na imagem abaixo: Tipographia da folha *A Provincia*, oficina de obras avulsas, oficina de estereotipia, oficina de encadernação, oficina de pautação e fábrica de livros (Figura 30).

Figura 30 – Exempral do *Almanak do Estado de Pernambuco*.

Fonte: Vasconcelos et al. (1894, p.274).

De acordo com Arezio (2017), estereotipia é o processo de converter em formas sólidas, na altura do tipo, as páginas compostas em caracteres tipográficos ou clichês em galvano, madeira ou zinco etc. Em outras palavras, a estereotipia consiste em obter em um só bloco, de metal derretido e apropriado, uma página idêntica àquela que se compõe com os caracteres tipográficos, oferecendo a vantagem de poder ser conservada para tiragens sucessivas, sem novos trabalhos de composição.

### 3.2 O DESENHO TIPOGRÁFICO NO SÉCULO XIX

O desenho tipográfico tem forte relação com as tecnologias de reprodução de seu período histórico. Bringhurst (2005) afirma que a tipografia, como qualquer outra arte, pode ser vítima de mal uso. O autor continua dissertando que a tipografia é um ofício pelo qual os significados

do texto podem ser “honrados, clarificados e compartilhados” (BRINGHURST, 2005). O papel da tipografia é, além de trazer legibilidade ao texto, dar vida ao que está sendo dito, sendo também o ofício que dá forma visível e durável à linguagem humana. Segundo o autor:

Letras que honram e elucidam o que os homens vêem e dizem também merecem ser honradas. Palavras bem escolhidas merecem letras bem escolhidas; estas, por sua vez, merecem ser compostas com carinho, inteligência, conhecimento e habilidade. A tipografia é um elo, e como tal deve ser tão forte quanto o resto da corrente, por uma questão de honra, cortesia ou puro deleite (BRINGHURST, 2005, p.24)

Meggs e Purvis (2009) afirmam que a Revolução Industrial no século XIX gerou uma grande mudança no papel social e econômico da comunicação tipográfica. Até então, a disseminação de informações era dada através de livros e folhetos, porém, com a rápida urbanização e industrialização da sociedade, tornou-se necessário aderir a uma comunicação em massa, impulsionando assim o desenvolvimento de impressos de material publicitário, anúncios e cartazes. A partir do século XIX não era mais suficiente que os tipos funcionassem apenas para textos longos. A industrialização traz consigo a necessidade de formas de alto contraste e boa visualização, podendo então relacionar esse contexto histórico a um rápido desenvolvimento na área tipográfica, e havendo grandes mudanças no desenho dos caracteres.

Para a autora, no século XIX “não era mais necessário que as letras do alfabeto funcionassem apenas como símbolos fonéticos”(MEGGS; PURVIS, 2009, p.176), ou seja, as letras agora deveriam ser vistas de longas distâncias, serem chamativas e convidativas à vista. Sendo assim, o século XIX viu um enorme surgimento de desenhos de tipos diferentes e inéditos, tendo a Inglaterra papel central nessa revolução tipográfica. Alguns fundidores começaram a desenvolver tipos cada vez mais grossos, levando a invenção dos tipos com hastes grossas, chamados também de *fat face*, categoria inovada por Robert Thorne no início do século XIX. A autora define o estilo como “[...] um tipo romano cujo contraste e peso foram aumentados pela expansão da espessura dos traços pesados”(MEGGS; PURVIS, 2009, p.177). A Figura 31 ilustra uma tipografia *fat face* de Robert Thorne, datada de 1851.

Figura 31 – Tipo *fat face*

**MINT  
main.**

**Quousque tandem abutere,  
Catilina, patientia nostra?  
quamdiu nos etiam furor is  
te tuus eludet? quem after  
CONSTANTINOPLE  
£1234567890**

Fonte: Meggs e Purvis (2009).

De repente, o artesão inglês começou a usar uma técnica artística complexa de uma forma muito diferente do que era comum em sua cultura. A escola vitoriana de design também tem uma característica que estende sua importância para além do campo do interesse estético, adentrando o da história. As mudanças de que são percebidas nos designs de tipos vitorianos não são as do artista individual, mas um reflexo das tendências da sociedade. As tipografias foram desenhadas pelos funcionários anônimos de fundições, fornecendo tipos comerciais para firmas e impressores. Para ter sucesso nisso, eles precisavam estar à par das tendências do momento. Seus interesses eram puramente comerciais (GRAY, 1976, p.16).

Ainda no século XIX surgem as chamadas fontes egípcias, ou *egyptians*, nome que aparece no livro de amostras de Thorne publicado por Thorowgood em 1821, dado para as fontes de serifa retangular, com pouco contraste entre hastes. Também chamadas de *slab serif*, podem ter sido inicialmente nomeadas de egípcias pelo interesse da época pelos aspectos da cultura do Egito antigo (Figura 32). (MEGGS; PURVIS, 2009, p.177) comenta que viam-se semelhanças de design entre os alfabetos geométricos corpulentos e as qualidades visuais de alguns artefatos egípcios.

Figura 32 – Fonte egípcia

# **Quosque tandem abu- tere Catilina patientia FURNITURE 1820**

Fonte: Meggs e Purvis (2009).

Dessa forma vão surgindo o que hoje chamamos tipos *display*. Na Idade Média, já eram utilizadas letras referenciadas como capitulares, que possuíam propósito estético e de ornamentação, destacando o início de cada parágrafo com intenção de guiar a leitura em ambientes escuros, como igrejas, uma vez que maiores e mais contrastantes, ajudariam a leitura (MARCOS, 2007). Gray (1976, p.21) afirma que a introdução acerca de fontes modernas é importante quando se fala do século XIX, como um gesto de proclamar a liberdade do designer para inventar e experimentar, onde agora uma nova ideia de caligrafia foi descoberta. Para a autora, com a invenção da *fat face*, o campo se tornou pronto para desenvolver novas formas, explorando a capacidade de exagerar as proporções, pesos, terminais.

Na obra *Nineteenth Century Ornamented Typefaces* (GRAY, 1976), a autora afirma que procurou descrever diversos tipos publicados, enfatizando seu design e as conexões com as tendências dos seus respectivos anos de publicação.

Fontes com altura, largura e profundidade notáveis aparecem: “expandidas, contraídas, sombreadas, vazadas, engordadas, lapidadas e floreadas”(LUPTON, 2021, p.19). Outra grande inovação tipográfica do início do século XIX foi o tipo sem serifa, aparecendo pela primeira vez em 1816 em um na seção de tipos *display* do livro de amostras lançado por William Caslon IV (Figura 33). Meggs e Purvis (2009) afirmam que os tipos sem serifa, inicialmente, eram usados principalmente para legendas e descrições que apareciam embaixo de tipos ultra pretos e egípcios (MEGGS; PURVIS, 2009, p.179).

Figura 33 – Primeira ocorrência de tipo sem serifa

**W CASLON JUNR LETTERFOUNDER**

**Fonte:** Meggs e Purvis (2009, p.179).

Em 1815, no livro de amostras de Figgins, é apresentada a primeira versão das letras toscanas (Figura 34). No mesmo ano, Figgins introduziu estilos que criavam a ilusão de tridimensionalidade, fazendo com que os caracteres parecessem objetos sólidos em vez de simples formas bidimensionais. Esse método ganhou enorme popularidade, e os livros de amostras começaram a apresentar variações em perspectiva para diversos estilos possíveis. Além disso, surgiram variações com diferentes níveis de profundidade de sombreado, que iam desde sombras sutis feitas a lápis até perspectivas mais profundas. Com essas inovações como perspectivas e contornos, foi possibilitada criação de uma infinidade de variações, e as fundições passaram a espalhar fontes com grande frequência (MEGGS; PURVIS, 2009).

Figura 34 – Tipo com serifa toscanas

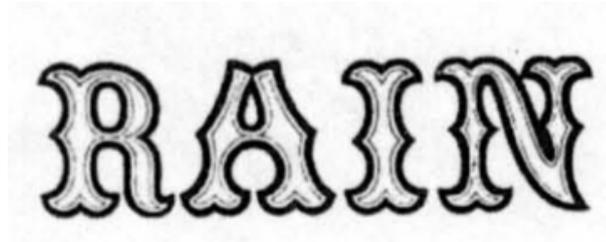
**WIDER  
THICKER  
THIN**

**Fonte:** Meggs e Purvis (2009, p.178).

Outra reflexão acerca dos tipos *display* é apresentada por Farias e Cunha Lima (2016) ao abordarem o tema de fontes toscanas do século XIX (Figura 35). As autoras escrevem que

esses tipos ajudam a criar pontos focais e hierarquia na leitura de páginas com estruturas complexas, contendo textos curtos, muitas tabelas, anúncios. Assim, as letras ornamentadas, em especial as toscanas, usadas para títulos ajudam a compor visualmente uma página melhor estruturada.

Figura 35 – Tipo toscano apresentado no livro de Gray (1976)



Fonte: Gray (1976).

A fim de nos referirmos às letras tendo como base a sua forma, utilizamos a obra de Dixon (2002)<sup>4</sup> que, apesar de ter sido criada para tipos do século XX possui os chamados “atributos formais” e “padrões”, que se tornam apropriados para descrever a forma oitocentista das letras mencionadas. Dixon (2002) divide os atributos formais em:

1. construção (construction),
2. forma (shape),
3. proporções (proportions),
4. modelagem (modelling),
5. peso (weight),
6. terminações (terminations),
7. caracteres chave (key characteres) e
8. decoração (decoration).

Farias e Silva (2004) definem os termos como:

1. Construção - traços contínuos, quebrados ou interrompidos;

<sup>4</sup> Dixon faz no projeto Central Lettering Record uma nova classificação baseada no BS 2961 (british standards). Esse projeto busca catalogar todo tipo de manifestação de design de letras, não se limitando à tipografia (enquanto estudo de tipos para impressão), mas incluindo também letras pintadas, desenhadas, esculpidas, gravadas, etc

2. Forma - dá-se com traços contínuos, com traços quebrados ou interrompidos; variações nas formas tradicionais, tratamento das curvas, aspecto das curvas, detalhes das curvas, hastes retas, e outros detalhes;
3. Proporções - compreende uma série de observações quanto às dimensões da letra e a ocupação do espaço. São analisadas a largura da letra, as proporções relativas das capitulares, as proporções entre ascendentes e capitulares, e entre altura-x e altura do corpo;
4. Modelagem - combina observações sobre o grau de contraste existente nos traços de uma fonte, o eixo e a forma de transição deste contraste; Peso - descreve a proporção relativa da espessura dos caracteres em relação a suas dimensões;
5. Terminações - descreve a variedade de terminais encontrados nas fontes, e a forma como foram aplicados;
6. Caracteres chave - Sobre aqueles caracteres que carregam marcas distintivas em uma fonte.
7. Decoração - abarca origens vernaculares do século XIX, como inline, outline, sombreado, stencil e decorado.

Já o componente chamado de “padrões”, lista configurações recorrentes dos atributos formais, por exemplo: No século XIX houve uma grande reprodução de tipos com serifas toscanas, podendo assim, inserir as toscanas no grupo “vernacular do século XIX”. A autora comenta que:

Os exercícios que realizei ao brincar com o posicionamento relativo das categorias classificatórias levou à sua representação diagramática mais formalizada, determinada por relacionamentos hierárquicos e históricos. Então, à medida em que ficou claro que muitos tipos necessitam de uma descrição mais precisa, a ênfase mudou para uma análise visual dos critérios que definem estas categorias. O resultado foi a identificação de uma série de três componentes descritivos —origens [sources], atributos formais [formal attributes] e padrões [patterns]—, que juntos formam uma nova estrutura de descrição. (DIXON, 2002)

Fazendo um retrospecto histórico, desde a antiguidade, escribas e tipógrafos se dedicaram à tarefa de configurar o espaço visual da página (ARAUJO; MAGER, 2018). As autoras afirmam que tradicionalmente, a característica semântica que se buscava atingir na produção da página era a harmonia, de modo que o texto agradasse ao olho e a mente do leitor. Mesmo nos anúncios

---

publicitários, apesar da variedade de tipos e tamanhos numa mesma página, sua diagramação era fundamentalmente linear, buscando deixar a página com o máximo de harmonia possível para obter melhor legibilidade.

### 3.3 ANÚNCIOS EM JORNAIS

#### 3.3.1 Contextualizando e definindo anúncios

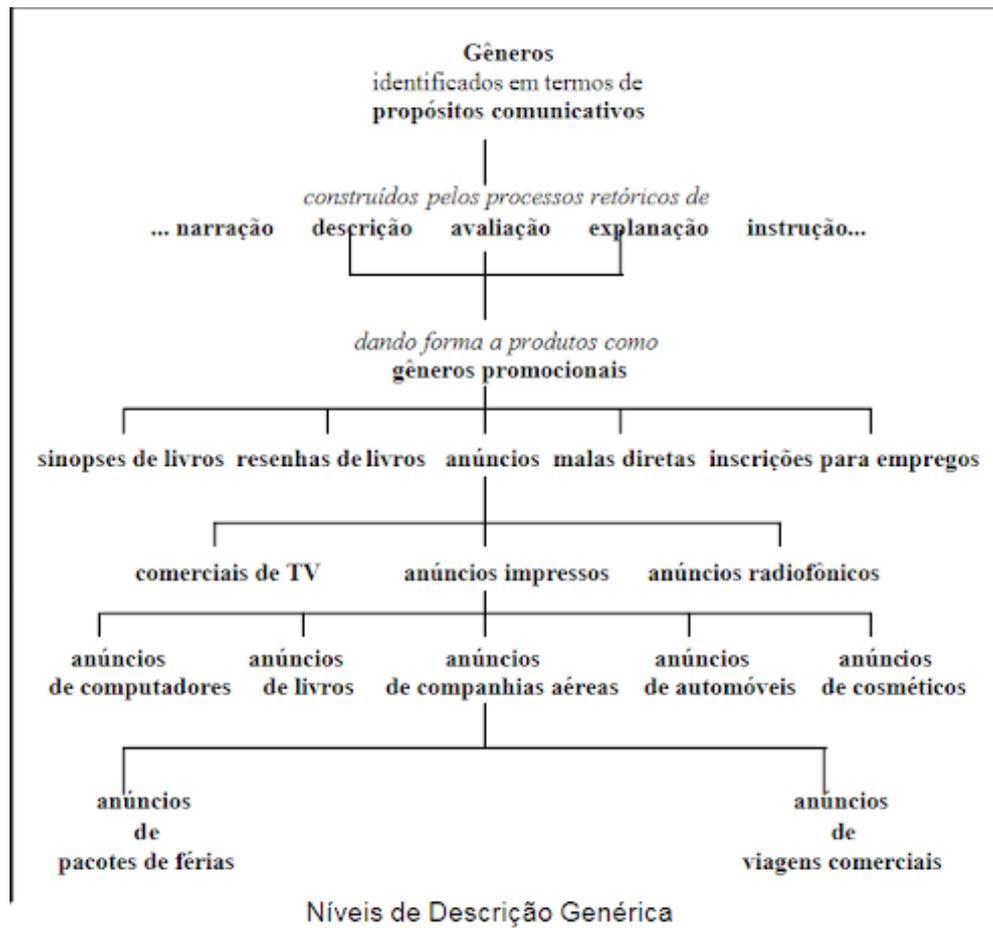
Nesta seção será discutida a definição do termo anúncio - uma vez que o *Diário de Pernambuco* é referenciado na bibliografia como um “jornal de anúncios” - para assim visualizar quando o jornal passa a utilizar de recursos visuais para criar distinção entre os variados tipos de anúncios que eram impressos, trazendo assim uma hierarquização da informação, característica que não era vista nas primeiras décadas do jornal.

Para definir o termo “anúncio” me proponho a trabalhar com autores como Bhatia (2001), Rebouças e Bastos (2017), Sousa (2017), (SANT’ANNA, 2005), Sampaio (2013), Vestergaard et al. (1996), Kaufman e Rodríguez (1995), relacionando especificamente com o objeto de estudo da presente pesquisa.

A palavra “propaganda” provém do latim *propagare*, que significa: “técnica do jardineiro de cravar no solo os rebentos novos das plantas a fim de reproduzir novas plantas” (CAMPOSTOSCANO, 2009, p.50). Com a Bula *Inscrutabili Divinae*, documento Papal de 22 de junho de 1622, promulgada pelo Papa Gregório XV, teve início o período constitutivo da Congregação, com o nome de Propaganda Fide, com a finalidade de difundir a fé católica; assim, a propaganda tem raízes religiosas.

Para essa pesquisa, interessa os termos publicidade e propaganda, uma vez que os anúncios são considerados como um gênero pertencente ao guarda chuva de gêneros promocionais (BHATIA, 2001), como mostra a (Figura 36).

Figura 36 – Esquema guarda-chuva de gêneros



**Fonte:** Bhatia (2001).

O diagrama da figura 36 exemplifica a existência de diferentes níveis de generalização, apesar de os gêneros serem identificados essencialmente em termos dos propósitos comunicativos aos quais tendem a servir. Um exemplo são os gêneros promocionais, que possuem o maior nível de generalização, onde estão intimamente relacionados e dotados do mesmo propósito comunicativo de promover um produto ou serviço a um cliente potencial (BHATIA, 2001). Alguns exemplos de gêneros promocionais são: anúncios, cartas promocionais, panfletos comerciais e turísticos, sinopses de livros, entre outros.

Sant'Anna (2005) afirma que publicidade e propaganda, embora usadas muitas vezes como sinônimos, não significam rigorosamente a mesma coisa. Para o autor, o termo publicidade deriva de público (do latim publicus) e designa a qualidade do que é público, significando o ato de tornar público um fato, uma ideia, sendo veículo de comunicação de massa. Já propaganda, compreende a ideia de propagar ideias religiosas, princípios, doutrinas (SANT'ANNA, 2005, p.75). Ademais, complementa que a publicidade possui o papel de comunicar, tornar público,

enquanto a propaganda diz respeito ao conjunto de técnicas de comunicação, com o propósito de vender produtos ou serviços, além de provocar ações benéficas ao anunciante e atitudes de aceitação por parte do consumidor (SANT'ANNA, 2005, p.76).

Com base em Rebouças e Bastos (2017), sabe-se que no século XIX aquilo que até então é chamado apenas de anúncio, é redigido no plano enunciativo do relato, ou seja, tendo como propósito somente a proclamação dos produtos existentes, com estrutura semelhante ao da notícia e não tendo elementos visuais que os diferenciam da mesma, podendo se observar a distinção apenas através da leitura.

O termo “anúncio” tem diversas classificações, Sampaio (2013) utiliza três conceitos em inglês para defini-lo mais precisamente em seus diferentes aspectos, são eles “advertising”, “publicity” e “propaganda”, nos interessando aqui o conceito de “advertising”:

Advertising: anúncio comercial, propaganda que visa divulgar e promover o consumo de bens (mercadorias e serviços); assim como a propaganda dita de utilidade pública, que objetiva promover comportamentos e ações comunitariamente úteis (não sujar as ruas, respeitar as leis de trânsito, doar dinheiro ou objetos para obra de caridade, não tomar drogas etc. (SAMPAIO, 2013, p.12)

Assim, o autor comenta que no processo de geração e realização da propaganda temos, no início, o anunciante. Ele tem alguma coisa a comunicar e alguma intenção de influenciar o consumidor, que é o final do processo. Entre o anunciante e o consumidor existe o veículo de comunicação. Este é o meio que torna a mensagem do anunciante acessível ao consumidor.

Kaufman e Rodríguez (1995) apresentam uma tipologia de textos, definindo anúncio como um texto publicitário, aquilo que anuncia algo tangível (material) ou intangível (imaterial) (SOUSA, 2017), podendo vir em jornais, revistas, cartazes e folhetos, estruturados muitas vezes com frases imperativas, definição que vamos usar no presente trabalho.

É importante aqui também apresentar o termo “anuncio classificado”, não abordado pelos autores citados anteriormente, mas de importância para a presente pesquisa. Vestergaard et al. (1996, p.2) distinguem anúncios de exibição e anúncios classificados. Para os autores, os anúncios de exibição são destacados em jornais e revistas para atrair a atenção dos leitores, cujo principal interesse não é um anúncio específico. Em contrapartida, os anúncios classificados são colocados em páginas especiais e organizados por assunto, sendo lidos principalmente por pessoas interessadas em um produto ou serviço específico. Normalmente, os anúncios de exibição são feitos por grandes empresas, enquanto os classificados são pequenas empresas locais ou indivíduos que os escrevem. Embora os classificados sejam publicados com o objetivo

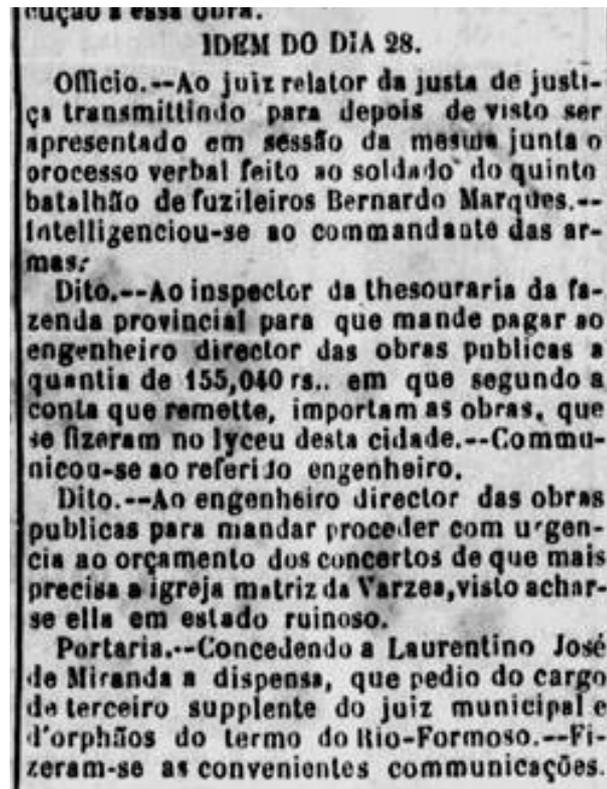
de promover vendas, os elementos de persuasão são praticamente inexistentes, fazendo pouco ou nada para convencer os compradores a lerem o anúncio. Dessa forma, os classificados se assemelham mais a uma simples notícia, informando os interessados sobre a disponibilidade de algo a certo preço, e também se aproximam da comunicação entre iguais, especialmente quando o anunciante é um cidadão particular e o produto não pode ser considerado uma mercadoria.

Encontramos, nesse gênero, o uso de abreviações, números, palavras destacadas, por exemplo, através do uso do negrito. Esses recursos multimodais são usados para facilitar o acesso a uma informação específica e objetiva para o possível consumidor de um produto e/ou serviço divulgados por um gênero anúncio classificado (SOUSA; LOPES, 2011).

Ainda, para esta pesquisa, são considerados como anúncios publicitários aqueles que se diferenciam dos classificados, ou seja, aqueles que são de natureza publicitária têm a intenção de venda muito latente, a qual se realiza de forma exacerbadamente persuasiva. Vestergaard et al. (1996) pontuam que o publicitário deve, primeiramente, garantir que o anúncio chame a atenção do leitor. Em seguida, o anúncio deve manter essa atenção, mostrar que o tema é relevante e criar ou destacar uma necessidade do produto. Além disso, é crucial que o anúncio demonstre que a marca é superior às concorrentes. Idealmente, o anúncio deve ser estruturado para transmitir sua mensagem mesmo para aqueles que optam por não ler o texto (VESTERGAARD et al., 1996, p.70-74).

Sousa e Lopes (2011) afirmam que anúncio publicitário, através de uma linguagem eloquente e do uso de imagens, tem a intenção genuína de conquistar a atenção de um possível consumidor, pretendendo criar nesse possível consumidor o desejo e a necessidade de obter o produto e/ou serviço divulgado (SOUSA; LOPES, 2011, p.153). Para o atual trabalho, são definidos como anúncios classificados aqueles que não possuem papel focal na hierarquia visual e são compostos por características visuais semelhantes a de uma matéria oitocentista, como na Figura 37. Desse modo, os classificados são geralmente compostos por uma tipografia de título romana em tamanho maior do que a do texto, e outro tipo também romano e serifado para o corpo do texto.

Figura 37 – Matéria do dia 12 de julho de 1850.



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Com base em *O manual do aprendiz compositor* (CLAYE, 2017), fonte referente ao século XIX, os anúncios são caracterizados da seguinte forma:

Textos de anúncios precisam ser escritos com perícia e logicamente arranjados, fazendo-se um recorrido que chame a atenção, a fim de se alcançar os resultados almejados. [...] Os anúncios devem ser compostos em tipos claros e bem legíveis. De igual importância é a simplicidade no desenho, o agrupamento criterioso e o arranjo das diferentes partes, de modo que o olho do leitor apanhe os dizeres e a mente absorva o sentido da mensagem sem esforço perceptível. (CLAYE, 2017, p.238)

Ainda acerca do trabalho de CLAYE (2017), são enumeradas características que um anúncio deve ter a fim de atrair a atenção do leitor, excitar seu desejo ou necessidade de obter a mercadoria ou o serviço oferecido. São elas: ser atraente e convidativo à vista, ser de fácil leitura e exercer uma influência favorável ao leitor a fim de se conseguir tudo isso.

Como os autores que definem e categorizam os tipos de anúncios estudam a publicidade a partir do século XX, não é possível descrever com precisão essas definições quando falamos do século XIX, uma vez que a preocupação com a hierarquização da informação e a parte estética dos anúncios ainda estava surgindo. Sendo assim, através dessas definições, o presente trabalho busca analisar a mudança tipográfica dos títulos dos anúncios como um todo, sendo

---

ele diagramado similar a uma matéria ou não, uma vez que não temos propriedade para diferenciar estes dois tipos de anúncios nos exemplares do século XIX.

Vale ressaltar que o termo *anúncio* é bastante abrangente, podendo ser tanto um classificado quanto um publicitário, não tirando assim, do classificado, sua identidade de anúncio por não apresentar elementos de persuasão. O que temos em vista aqui são as tipografias presentes em ambos os tipos de anúncios, em particular os tipos utilizados para títulos, que na década de 1850 ganharam novas formas e variedade, como veremos mais adiante

Através da pesquisa exploratória feita na Biblioteca Nacional, pudemos observar que nos primeiros anos do *Diário de Pernambuco* a maioria dos anúncios se mantém com a configuração de anúncios classificados, não possuindo assim elementos de persuasão até a década de 1850. A partir dessa década, os anúncios começam a ter algumas características dos anúncios publicitários que conhecemos hoje em dia, com o uso dos tipos *display*. Observando as páginas de 30 de dezembro de 1850 e 31 de dezembro de 1859, já é possível identificar um número muito maior de fontes diferentes sendo utilizadas no fim da década (Figuras 38 e 39).



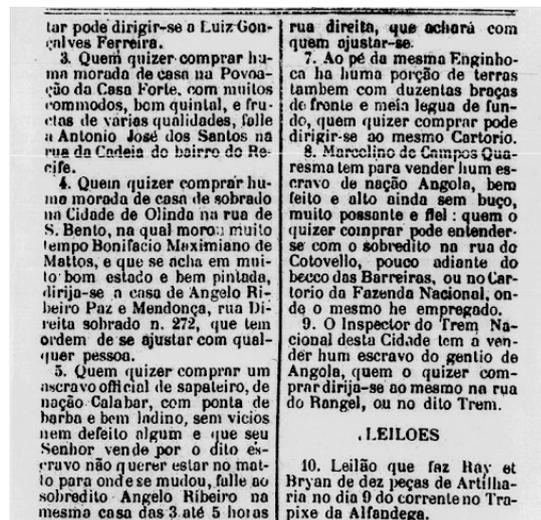
Figura 39 – Edição de 31 de dezembro de 1859



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

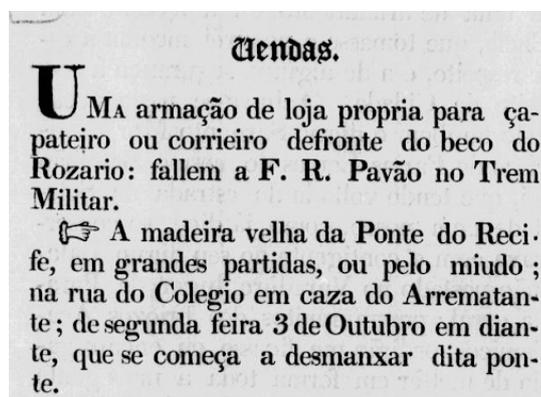
Observando exemplares anteriores à década estudada mostrados nos capítulos passados, podemos perceber que mudanças se iniciam na década de 1850 e são constantes na diagramação do *Diário* e na seção de anúncios, o que nos leva até as diferenças mostradas neste capítulo. Nas primeiras edições do periódico eram utilizados números para topificar os anúncios (Figura 40), que sempre são encontrados nas últimas páginas do jornal, e a partir de 1º de outubro de 1831 passou-se a usar manículas<sup>5</sup> para enumerar seus anúncios (Figura 41). Na edição de 1º de fevereiro de 1843, o jornal passa a utilizar, além das manículas, travessões para numerar os anúncios, mantendo ainda a mesma tipografia no corpo dos classificados (Figura 42).

Figura 40 – Edição de 07 de setembro de 1825



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 41 – Edição de 01 de outubro de 1831



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

<sup>5</sup> “Pequenas mãos desenhadas nas margens dos fólhos, que podiam influenciar na compreensão do texto, ao hierarquizarem diferentes trechos” (SILVA, 2017, p.190)

Figura 42 – Edição de 01 de fevereiro de 1843

— Aluga-se ou vende-se uma canôa que pega em oito centos tijollos de alvenaria ; cuja está quaze nova; quem a pertender , dirija-se ao Trapixe novo, que achará com quem tratar.

— Preciza-se de uma ama para servir em uma casa de pouca familia , distante desta praça 6 legoas ; a pessoa que quizer dirija-se a travessa de S. José , n. 35 primeiro andar.

— João Keller ; retira-se para fora da Provincia.

— Offerece-se um rapaz portuguez de 20 annos de idade , para caixeiro de qualquer occupação , sendo para fora desta praça o qual tem bastante pratica de negocio ; quem do seu prestimo se quizer utilizar dirija-se ao largo de S. Pedron. 5, que se dirá com quem se ha de tratar , e sendo preciso dá fiador a sua conducta.

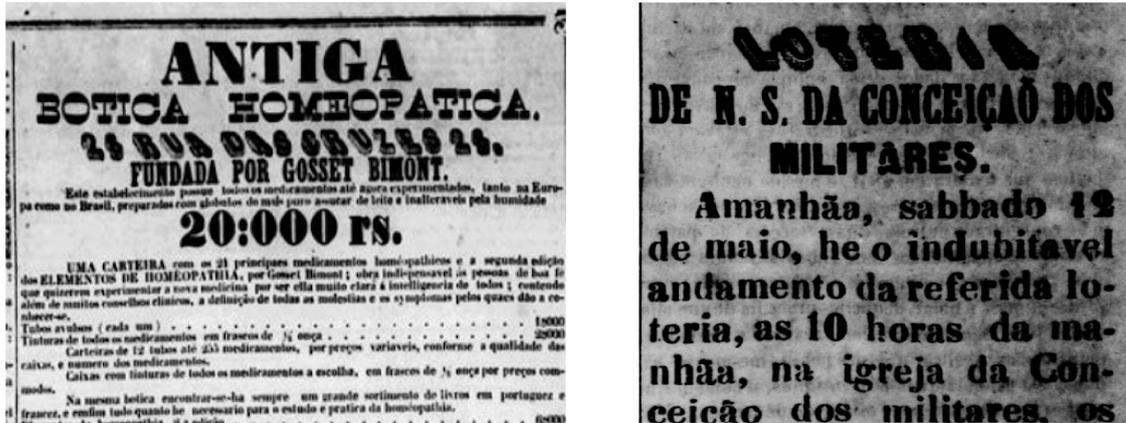
**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Com o início da utilização de tipos de título para destaque e hierarquização da informação, na década de 1850, o jornal passa a imprimir anúncios que começam a destoar da definição de classificados.

Cunha Lima (2006) afirma que os catálogos do século XIX eram complexos, com centenas de fontes e layouts demonstrativos de seu uso. Era nesses catálogos que os impressores, compradores de matrizes e tipos vivendo no Brasil se baseavam para escolher o que importar. Alguns compravam diretamente no exterior, ou indiretamente através de agentes locais das empresas estrangeiras que anunciavam seus serviços em jornais locais (CUNHA LIMA, 2006).

Assim, no século XIX era comum que as tipografias possuíssem um catálogo com todas as fontes disponíveis, e com isso os anunciantes poderiam escolher suas tipografias. Em decorrência disso, anúncios de diferentes produtos, e até mesmo segmentos, poderiam ser compostos pela mesma tipografia (Figura 43). O exemplo abaixo mostra dois anúncios que utilizam a mesma tipografia fantasia tridimensional (*RUA DAS CRUZES* e *LOTERIA*), porém o primeiro se trata de um anúncio de farmácia homeopática, e o segundo de uma loteria.

Figura 43 – Comparação de anúncios de diferentes segmentos contendo a mesma tipografia fantasia. Respetivamente 1853 e 1855.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Em relação aos anúncios, são vistos alguns momentos de mudanças tipográficas e configuracionais em suas reproduções. Como mostrado anteriormente, até a metade da década de 1840 os produtos ofertados em “avisos diversos”, “compras” e “vendas” vinham antecedidos por uma manícula, sendo evidente o ainda não surgimento de artimanhas publicitárias com finalidade de persuasão ou até mesmo a hierarquização da informação.

Em 1845 é vista uma primeira diferença tipográfica na seção de vendas, onde um anúncio apresenta tipografias diferentes, em variados tamanhos, percebendo-se assim o início de uma possível preocupação com a hierarquia dos produtos e serviços ofertados (Figura 44). Durante a segunda metade da década de 1840 a evolução gráfica das propagandas é contínua, sempre aumentando o número de anúncios que buscam estratégias gráficas diferentes, sendo observadas neste trabalho o uso de tipografias com diferentes corpos, pesos e efeitos. Porém, a utilização de ilustrações e clichês ainda não era maioria, havendo pouca ou nenhuma ocorrência na seção de anúncios (Figura 45).

Figura 44 – Edição de 30 de dezembro de 1845



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

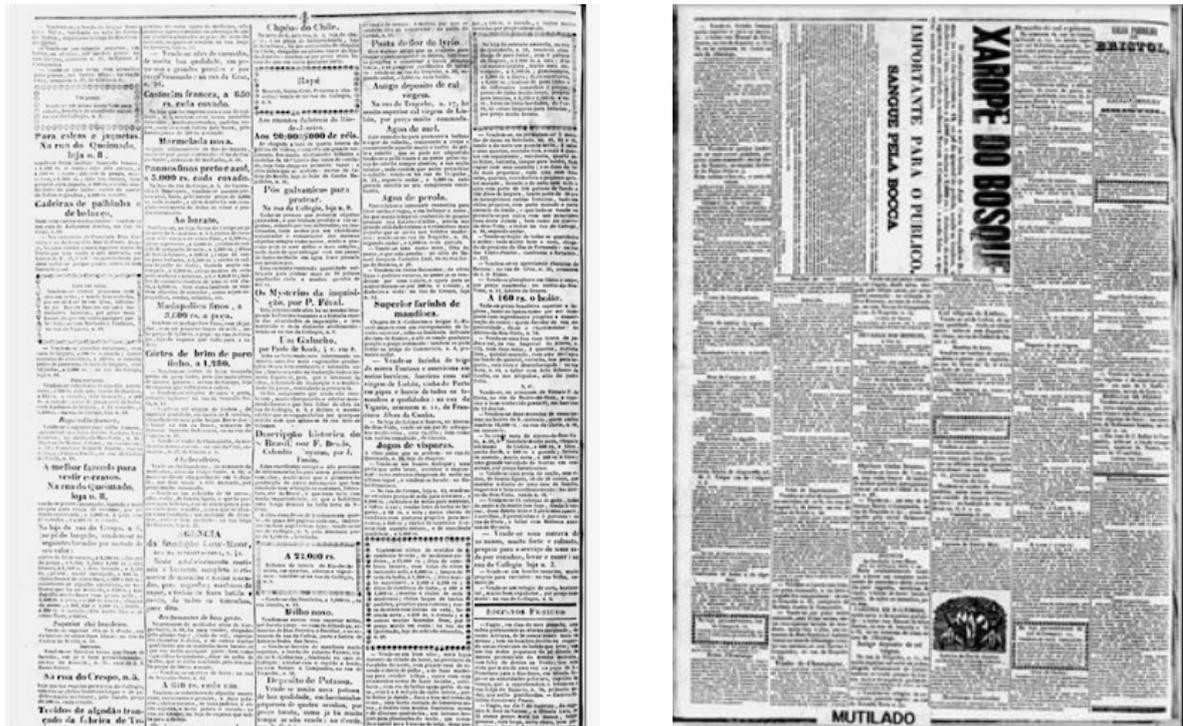
Figura 45 – Edição de 13 de setembro de 1849. Página sem pontos focais gerados por tipografias e os anúncios ainda se configurando como matérias do século XIX.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Assim, com embasamento na pesquisa exploratória visual das páginas do *Diário de Pernambuco*, é visto que a partir década de 1850 se inicia o uso de tipografias com desenhos diferentes daqueles até então vistos, como *fat face*, sendo utilizadas nos títulos dos anúncios e dando entrada em um período onde ocorrem as primeiras grandes mudanças tipográficas e hierárquicas nas páginas do *Diário* (Figura 46).

Figura 46 – Comparação entre exemplares de 1849 (esquerda) e 1852 (direita)



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Na edição de 1849 apresentada na figura acima não havia nenhuma distinção ou ponto focal na página, sendo todos anúncios impressos em fontes com corpo pequeno e ainda assemelhando-se à configuração de uma matéria. Já em 1852 tem-se a ocorrência de alguns tipos diferentes daqueles de texto utilizados até então, como uma tipografia sem serifa, e uma de título, auxiliando assim a criação de pontos de atenção e de leitura hierárquica (Figura 47).

Figura 47 – Edição de 31 de janeiro de 1952.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

### 3.4 ANÚNCIOS EM PERIÓDICOS BRASILEIROS DO SÉCULO XIX

Para compreender melhor o meio no qual o comércio do *Diário* estava inserido, é pertinente analisar brevemente a seção de anúncios de alguns dos maiores concorrentes do periódico durante a década estudada.

O século XIX foi marcado pelo início da mídia impressa no Brasil, onde a imprensa se desenvolveu significativamente e teve um papel importante na formação da opinião pública e na luta pela independência do país. Além do *Diário de Pernambuco*, outros periódicos importantes se desenvolveram no início do século XIX, como: *Gazeta de Pernambuco* (Pernambuco, 1821), *A Província* (Pernambuco, 1833), *O Liberal* (Pernambuco, 1824), *Sentinela da Liberdade* (Pernambuco, 1823), *Typhis Pernambucano* (Pernambuco, 1823), *O Cruzeiro* (Pernambuco, 1829), *Gazeta Universal* (Pernambuco, 1836), *Diário do Povo* (Pernambuco, 1850), *O Commercial* (Pernambuco, 1850). O *Typhis Pernambucano*, *Sentinela da Liberdade* e *O Liberal* foram impressos pela *Tipografia de Miranda e Companhia*, onde mais tarde seria impresso o *Diário de Pernambuco*.

#### 3.4.1 O Cruzeiro: Jornal Político, Literário e Mercantil

Começa a circular no dia 4 de maio de 1829, no Rio de Janeiro, medindo 30cm x 20cm, composto por duas colunas de composição de texto e quatro páginas. Redigido principalmente pelo Padre Francisco Ferreira Barreto, o periódico era impresso em tipografia própria, chamada *Typographia do Cruzeiro*, situada na Rua da Cadeia, bairro de Santo Antônio, e custava 640 réis por mês (NASCIMENTO, 1966).

Nascimento (1966) afirma que o periódico se baseava na “circunspeção, afastando de suas páginas tudo o que pudesse concorrer para a destruição e anarquia” (NASCIMENTO, 1966, p.17). Teve seu último exemplar publicado em 6 de maio de 1831.

Figura 48 – Capa da edição de 4 maio de 1829 de *O Cruzeiro*.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Diferentemente das folhas vistas até agora, *O Cruzeiro* não possuía seção de anúncios de serviços e/ou mercadorias. Havia, portanto, em comum com o *Diário*, as chamadas “Notícias Marítimas”, mostrando entrada e saída de navios.

### 3.4.2 Diário do Povo

*O Diário do Povo* teve sua primeira publicação no dia 2 de Janeiro de 1850 em Recife, em formato de 30 x 20cm, contendo quatro páginas formadas por duas colunas. Impresso nas oficinas de Inácio Bento de Loiola, então redator, estava situado na Rua da Praia n. 45. O periódico informava: “anúncios a 20 réis por linha ordinaria”, com a seguinte concessão: “As pessoas que forem reconhecidamente pobres os seus anúncios se publicaram gratis” (NASCIMENTO, 1966, p.64).

Justificava a importância de sua periodicidade como: “A necessidade em que se acha a população desta cidade, por falta de um jornal diário que, em concorrência, facilite as publicações das correspondências e anúncios de público e particular interesse, especialmente

sobre o comércio, indústria e artes, que são as principais fontes de riquezas do país, nos induz a publicar este jornal" (NASCIMENTO, 1966, p.64). O *Diário do Povo* não publicava artigos que envolvessem a política nacional e também divulgava atos oficiais, editais, leilões, correspondências e anúncios que não ferissem "a moral pública e vida privada" (NASCIMENTO, 1966, p.64).

### 3.4.3 O Commercial: Jornal dos Interesses Comerciaes, Agricolas, Industriaes e de Litteratura

*O Commercial* surge, assim como o *Diário de Pernambuco*, na intenção de ser um jornal de anúncios, expresso em editorial: "Vamos empreender a agradável tarefa de escrever um jornal que satisfaça as necessidades morais e materiais do Comércio, da Agricultura e da Indústria do Brasil, com especialidade da Província de Pernambuco [...]" (NASCIMENTO, 1966, p.65).

O periódico surge em 15 de janeiro de 1850 na cidade de Recife, em formato de 45x28, com quatro páginas de quatro colunas. Custando 160 réis por exemplar, era impresso na tipografia da firma Viúva Roma Filhos, localizada na rua da Praia n. 55, e tinha como diretor o médico Sabino Olegário Ludgero Pinho. Seu último exemplar foi impresso em 1º de junho de 1850.

Figura 49 – Capa da edição de 15 de janeiro de 1850 de *O Commercial*.



O Commercial também possuía seções de compras e vendas, mantendo a configuração de anúncios classificados, assim como o *Diário* até meados de 1850. É importante observar que nos anúncios do “O Commercial” do ano de 1850 são impressas tipografias em corpos maiores para o título do anúncio e menores para o corpo do anúncio (Figura 50), seguindo assim o mesmo padrão percebido no *Diário* (Figura 51), como veremos mais adiante.

Figura 50 – Anúncio presente na edição de 15 de janeiro de 1850 de *O Commercial*.

**COMPRAS.**

Compra-se uma escrava preta que seja perfeita costureira e engomadeira e que saiba fazer um vestido, se agradar se pagará bem :  
Uma escrava preta que saiba engomar e cozinhar e que não seja viciosa, ambas são para fóra da provincia. Na Praça do Commercio n. 6 primeiro andar.

---

**VENDAS.**

**Pinho da Suecia.**  
Vende-se pinho da Suecia, em pranchões, assoalho, forro, cosjadinho, de todas as grossuras e comprimento, na rua da Cruz, armazem de trastes, n. 44.

**Cal de Lisboa.**  
na rua da Cadeia do Recife n. 50, vende-se ancoras com cal de Lisboa mais baratas do que em outra qualquer parte.

**Pannos finos pretos e de cores pelo baratissimo preço de 4\$500, 4\$000, 5\$600, e 3\$500 : A quaresma está á porta e quem quizer aproveitar a pechincha dirija-se á rua do Queimado, loja n. 51.**

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 51 – Anúncio presente na edição de 15 de janeiro de 1850 de *O Commercial*.

**Vendas.**

**Loteria do Rio-de-Janeiro.**  
Aos 20:000 000 de rs.  
Na praça da Independencia, n. 4, vendem-se bilhetes, meios e quartos da segunda loteria da Gloria.  
-- Vende-se, na rua Nova n. 21, uma armazem toda de vidraças, em meio uso e muito propria para loja de miudezas: quem pretender, dirija-se ao Senhor Henriques Harms, marceneiro, na rua da Aurora.  
-- Vende-se a relinçã da rua Direita, n. 22, bem afreguezada, tanto para a terra, como para o malto, com dous peritos negros da mesma officina, ou sem elles, por seu dono se quizer retirar para fóra: a tratar na mesma a qualquer hora.  
-- Vende-se, por preço commodo, rotim para empulhar cadeiras, em porções: no escritorio de Novas & Companhia, na rua do Trapiche, n. 24.  
**Aviso aos senhores fumantes.**

**Farinha de mandioca.**  
Vende-se a barbo do patacho *Industria*, chegado de San-Matheus, fundado defronte da escadinha do Collegio, a melhor farinha que ha no mercado, por ser muito nova, em grandes e pequenas porções, e por preço mais commodo do que em outra qualquer parte: trata-se a bordo do dito barco, ou na rua do Vigario, n. 19, com Mathias & Pinheiro.

**Instrumentos de musica.**  
Chegou a casa de Kalkmann Irmãos um completo sortimento de instrumentos de musica, como sejam:  
Violões de jacerantã, com machina; ditos ordinarios e entre finos e sem machina.  
Flautas de ebono com 4 a 6 chaves, e de bomba; ditos de bucho de 1, 4 e 6 chaves.  
Pifanos de do e si bnoil.  
Clarinetas superfinas com 13 chaves, estente abá e mi bnoil; ditos em do com 6 e 8 chaves.  
Requintas em fa, pretas e amarellas, de 8 chaves.

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

#### 3.4.4 Diário dos Pobres

Impresso pela primeira vez em 16 de janeiro de 1832 no Recife, o *Diário dos Pobres* passa a concorrer com o *Diário de Pernambuco*, uma vez que pretendia superar a linguagem atrevida do primeiro *Diário* (NASCIMENTO, 1966) e distribuía seus exemplares a um preço inferior. Contendo apenas uma coluna e 4 páginas, possuía tamanho 20 x 14 cm e era impresso por João Nepomuceno de Melo, na Tipografia Fidedigna na Rua das Flores. Como apresentação do jornal, da primeira à última página, foi impresso:

... podera um pobre, que mal pode ganhar com que se alimentar, comprar, diariamente, uma ou outra folha por quatro vinténs? não, de certo: e se êste tiver uma fôlha aonde lendo encontre a sua instrução por um vintém, deixará de comprar? parece-nos que não: logo, temos que as primeiras serão dos ricos e as segundas dos pobres. (NASCIMENTO, 1966, p.21)

O próximo capítulo abordará as mudanças tipográficas ocorridas durante a década de 1850 nos anúncios do *Diário de Pernambuco*, mostrando um panorama de suas tipografias, suas origens e pontuando algumas particularidades ocorridas nos exemplares analisados.

## 4 MUDANÇAS TIPOGRÁFICAS NOS TÍTULOS DOS ANÚNCIOS DO *DIÁRIO DE PERNAMBUCO* NA DÉCADA DE 1850

Este capítulo abarca os 10 anos estudados do *Diário de Pernambuco*, registrando as tipografias utilizadas em cada ano e identificando as mudanças ocorridas ao decorrer da década. Para melhor entendimento, os anos foram compilados em blocos de três anos mais 1850, o ano inicial. A escolha da divisão dos grupos foi feita desta maneira devido à similaridades presentes nos anos agrupados.

É importante ressaltar que por não ter acesso aos exemplares físicos do *Diário de Pernambuco*, a pesquisa se limitou àqueles disponíveis na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional. Na área tipográfica, a adição de uma serifa pode mudar completamente o desenho de um tipo, transformando-o em outro. Assim, é possível que haja algum tipo contabilizado de forma errônea, uma vez que não foi possível realizar essa análise minuciosa, principalmente das tipografias com corpo muito reduzido. Esses tipos com corpos pequenos não foram passíveis de serem contabilizados, ponto explicado ao decorrer do texto. Já desenhos impressos em tamanhos grandes e com detalhes bem definidos se tornam mais precisos na identificação. Dessa forma, é mostrado na tabela final o número máximo de ocorrências que foram registradas.

Souza (2022), ao estudar os títulos de pesquisas científicas, afirma que o título é o primeiro contato do leitor com o produto, seja ele uma tese, dissertação, monografia, artigo, resumo, livro, capítulo de livro, entre outros gêneros, tendo como uma de suas funções permitir que o leitor julgue o conteúdo e a natureza do que está sendo apresentado. Sendo assim, o título é um grau de hierarquia da informação identificado especificamente para cada caso de uso, podendo ser o título de vários tipos de materiais escritos.

### 4.1 1850 - O INÍCIO DA ÉPOCA DE OURO

Neste primeiro ano foram analisados 12 exemplares, um por mês, contabilizando o total de 31 páginas. A estrutura das páginas se mantém semelhante ao longo do ano, sendo apresentadas em 5 colunas e não contendo pontos focais. Para separar as seções são inseridos títulos no início de cada uma, indicando assim qual o tipo de anúncio o leitor está vendo. Em 1850 todos os anúncios possuem a configuração visual similar a de uma matéria oitocentista e alternam seus títulos entre quatro fontes diferentes. Ao total foram contabilizadas 4 tipografias.

Algumas tipografias não foram possíveis de serem contabilizadas, pois várias ocorrências

apresentavam desenhos indefinidos, seja por erro de impressão, característica do próprio tipo de metal ou até mesmo estado de conservação e digitalização do jornal. Dessa forma, esses tipos que não pudemos contar estão seguidos por um asterisco na tabela 5.

Tabela 5 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1850

<b>1850</b>		
Fonte 1	<b>Algodão para saccos.</b>	136x
Fonte 2	<b>Charutos de Havana.</b>	1*
Fonte 3	<b>Vinho de Champagne,</b>	1*
Fonte 4	<b>Lindas caixas de amendoas.</b>	6x

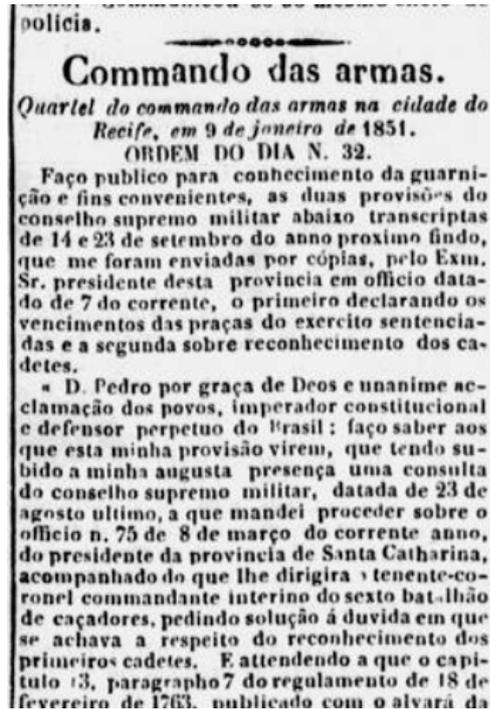
\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

**Fonte:** Elaborada pela autora

A Figura 52 mostra a mancha gráfica referente à uma página de anúncios de 1850, evidenciando a falta de tipos ornamentados e decorativos. O desenho dos tipos referentes aos títulos dos anúncios deste ano podem ser comparados aos títulos das matérias do século XIX, mostrando assim a semelhança entre ambos (Figuras 53 e 54).



Figura 54 – Matéria no *Diário de Pernambuco* de 1850.

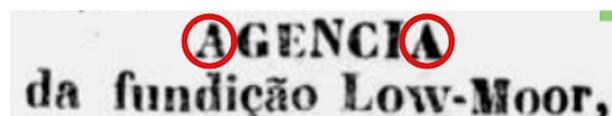


Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Estas tipografias não criam pontos focais ou hierarquização da informação devido a grande semelhança entre matéria e anúncio, podendo assim ser entendido que ainda não era comum o uso de tipos diferentes como estratégia de anunciar o produto ou serviço que estava sendo ofertado, não havendo ainda preocupação com a publicidade.

Ainda em 1850, há anúncios que apresentam diferentes estilos tipográficos na mesma palavra, sugerindo que os tipos podem ter sido trocados acidentalmente ou que algum tipo danificado precisou ser substituído, entre outras possibilidades. Enquanto o último caractere *A* da palavra *AGENCIA* tem vértice acentuado e uma grande diferença de peso entre as hastes, o primeiro possui menos diferença de peso e o vértice mais retangular, o que evidencia o fato de que ambos não pertencem à mesma fonte (Figura 55).

Figura 55 – Diferença entre os vértices do caractere *A*.



Fonte: Elaborado pela autora

### 4.2 1851 A 1853: O APARECIMENTO DOS TIPOS FANTASIA

Há um grande crescimento no número de tipos utilizados no período 1851-1854 comparado com 1850, onde apenas quatro foram encontrados. Através da metodologia utilizada para coleta do material a ser estudado, foram recolhidas 27 páginas de 12 exemplares diferentes do ano de 1851, 25 páginas de 1852 e 22 páginas de 1853.

No início de 1851 as páginas dos anúncios do *Diário* eram impressas em 5 colunas, como mostra o exemplar referente a março do mesmo ano (Figura 56). Já em dezembro, as mesmas páginas passaram a ser impressas em 6 colunas, aumentando o número de anúncios que o *Diário* poderia imprimir (Figura 57).

Figura 56 – Edição de 19 de março de 1851.



MELHOR EXEMPLAR ENCONTRADO

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 57 – Edição de 14 de novembro de 1851.



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Apesar de ainda não integrar grande parte da mancha gráfica da página, os clichês começam a aparecer com mais frequência, criando assim pontos focais na hierarquia da informação. Porém, a presente pesquisa se limita a tratar apenas dos tipos móveis, não se aprofundando na questão dos clichês, vinhetas e ornamentos.

Os anúncios publicados no ano de 1851 já mostram o início do crescimento na utilização de tipos diferentes daqueles utilizados até então, percebendo-se até a ocorrência de mais de um tipo em um mesmo anúncio, padrão que se torna recorrente nos próximos anos. Aparecem tipos sem serifa, tridimensionais, toscanos e de serifa quadrada, e em corpo menor e em caixa-alta as preposições *EM* e *DE*, impressas em letras romanas (Figura 58).

Figura 58 – Anúncio de 17 de setembro 1851 utilizando tipos fantasia.



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Ao longo das 27 páginas analisadas no ano de 1851, foram contabilizadas 13 tipografias, sendo 9 inéditas, com as ocorrências apresentadas na tabela 6.

Tabela 6 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1851.

1851					
Fonte 1	<b>Algodão para saccos.</b>	185x	Fonte 8	<b>HOTEL FAMILIAR</b>	2x
Fonte 2	<b>INDICADOR DOS ACCORDUS</b>	1*	Fonte 9	<b>SILVA</b>	1x
Fonte 3	<b>Vinho de Champagne,</b>	1*	Fonte 10	<b>SOUTHAMPTON</b>	1x
Fonte 4	<b>Lindas caizas de amendoas.</b>	30x	Fonte 11	<b>VINHOS PUROS E ESPIRITOS GENUINOS</b>	1x
Fonte 5	<b>VIOLEÃO</b>	1x	Fonte 12	<b>PAULO CORDEIRO</b>	1x
Fonte 6	<b>RAPE'</b>	1x	Fonte 13	<b>SALSA PARRILHA DE SANDS.</b>	1x
Fonte 7	<b>Sortes para os divertimentos</b>	1x			

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

**Fonte:** Elaborada pela autora

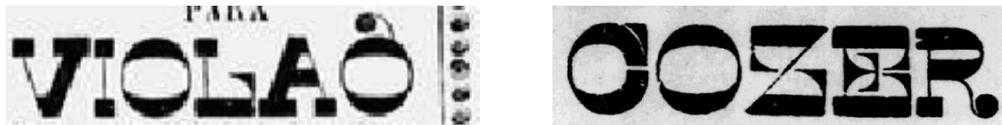
Dessa forma, é evidente o começo da preocupação com a hierarquização da informação, ao empregar tipos com diferentes desenhos e tamanhos na mesma página e até em um único anúncio. Essa abordagem cria pontos focais e leituras visualmente atraentes e convidativas.

Através da tabela é possível visualizar o crescimento do uso dos tipos nos títulos, tanto em quantidade de vezes que é impresso, quanto na diversificação de fontes utilizadas com o passar do tempo. Em 1851, observa-se que um tipo foi impresso com maior frequência em detrimento dos demais. Os tipos chamados por Cunha Lima (2006) de *fantasia* aparecem pela primeira

vez, mas ainda com pouca frequência. São estes os tipos que imprimem: *SILVA* (Fonte 9) e *SOUTHAMPTON* (Fonte 10), possuindo um efeito de sombra. Também há ocorrência de um tipo toscano com serifas trifurcadas como visto em *HOTEL FAMILIAR* (Fonte 8).

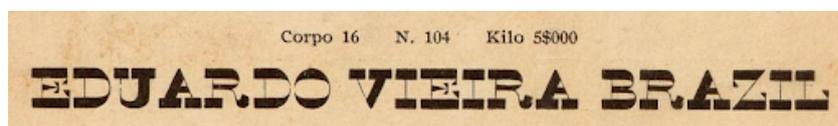
As palavras *VIOLAO* e *COZER* (Figura 59), impressos na Fonte 5, possuem alguns tipos semelhantes a um encontrado no Catálogo de Henrique Rosa (Figura 60). Ao sobrepor os caracteres observamos que o *O* é similar, porém o *A* e o *V* possuem vértices retos no recorte do *Diário* e agudos na ocorrência do catálogo. Além disso, o *R* possui a perna com formato diferente em ambas imagens. É interessante pontuar que o caractere *O* é impresso por um tipo *Q* invertido (Figura 61).

Figura 59 – Tipos recortados do *Diário de Pernambuco* em 16 de outubro de 1851 e 18 de dezembro de 1858, respectivamente



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 60 – Ocorrência de tipos parecidos no catálogo de Henrique Rosa



**Fonte:** Biblioteca Digital Luso-Brasileira. Disponível em: <<https://bndigital.bn.gov.br/home-custom/biblioteca-digital-luso-brasileira/>>.

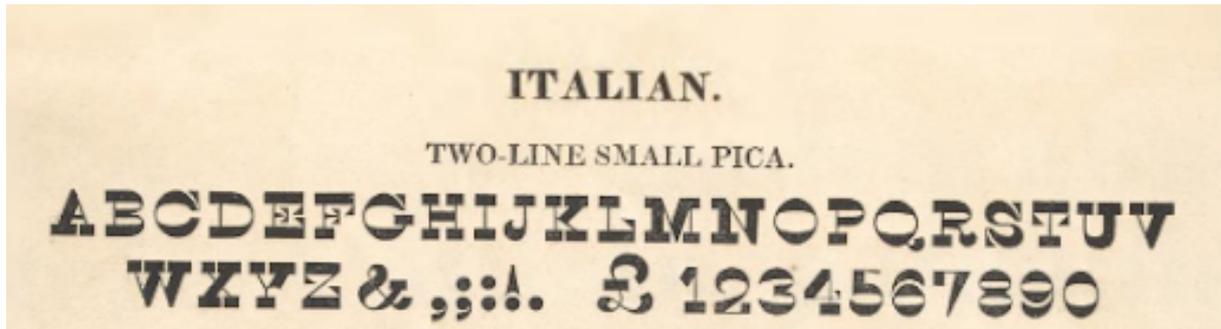
Figura 61 – Caractere *Q* utilizado como *Õ*



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Também foi encontrada uma tipografia similar a Fonte 5 no *Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood* (Figura 62). Ao sobrepor os caracteres observamos que o *Q* possui a cauda diferente e os vértices do *V* e do *A* são mais agudos do que a amostra coletada.

Figura 62 – Ocorrência dos tipos no *Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood*

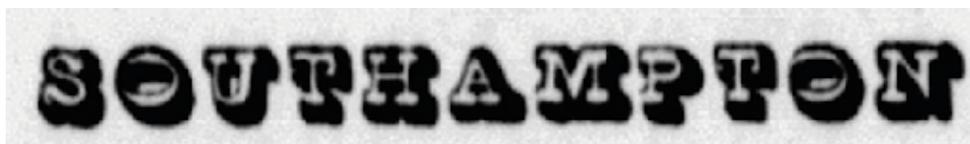


**Fonte:** Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood. Disponível em:  
 <[https://archive.org/details/19505\\_20211124/page/n1/mode/2up](https://archive.org/details/19505_20211124/page/n1/mode/2up)>.

Cunha Lima (2006) afirma que a presença de acentos sempre foi uma característica da ortografia do português europeu e brasileiro que impedia a compra de material tipográfico indiscriminadamente. Com isso, fundições portuguesas, em especial a Imprensa Régia de Lisboa tinha uma boa entrada no mercado nacional (CUNHA LIMA, 2006, p.57). Assim, querendo ganhar espaço no mercado dominado pelos franceses, começaram a editar os chamados “special characters”, incluindo letras caudatas, algarismos e acentos, além de letras acentuadas.

Na obra *Nineteenth Ornamented Typefaces* (GRAY, 1976), observa-se um tipo similar àquele encontrado pela primeira vez no ano de 1851 imprimindo *SOUTHAMPTON* (Fonte 10). O tipo é identificado como sendo de autoria pertencente a Caslon (1830). A autora afirma que o uso de sombras se dá inicialmente nas *fat faces*, com um outline branco e uma sombra preta pesada.

Figura 63 – Tipos recortados do *Diário de Pernambuco* em 17 de setembro de 1851



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 64 – Caslon (1830)



**Fonte:** Gray (1976).

Em *HOTEL FAMILIAR* (Fonte 8), é impresso pela primeira vez um tipo toscano do século XIX (Figura 65), identificado como sendo realizado por Thorowgood em 1824 por Gray (1976) (Figura 66). A partir deste momento, o jornal passa a imprimir uma diversidade cada vez maior de tipos, como veremos mais abaixo.

Figura 65 – Tipos recortados do *Diário de Pernambuco*



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 66 – Thorowgood (1824)



**Fonte:** Gray (1976).

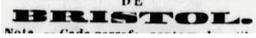
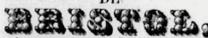
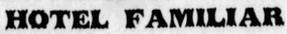
As tipografias que imprimem *INDICADOR DOS ACCORDOS* (Fonte 2) e *Vinhos de Champagne* (Fonte 3) tem suas aparições nos anúncios com grande frequência, porém torna-se difícil realizar a contagem de vezes em que ambas aparecem por ano uma vez que a impressão desses tipos não está em boa qualidade e os detalhes para identificá-los - como serifas, vértices, peso e ângulos - são imprecisos.

A mancha gráfica das páginas referentes ao ano de 1851 mantém-se similar aquela observada em 1850, sendo caracterizada pela ausência de pontos focais e pela presença de poucos clichês (Figura 67). Os anúncios ainda podem ser comparados às matérias dos periódicos oitocentistas, tendo escassez de elementos persuasivos, como um contraste maior entre os tamanhos das fontes utilizadas nos títulos e no corpo do texto.



A diversidade de tipos continua a crescer de forma rápida, aparecendo novas tipografias que não haviam sido identificadas anteriormente. Em 1852 foram contabilizadas 16 tipografias diferentes, sendo 9 inéditas (Tabela 7).

Tabela 7 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1852.

1852					
Fonte 1		26x	Fonte 15		1x
Fonte 2		1*	Fonte 16		12x
Fonte 3		1*	Fonte 17		1x
Fonte 4		26x	Fonte 18		4x
Fonte 5		1x	Fonte 19		4x
Fonte 8		1x	Fonte 20		2x
Fonte 13		16x	Fonte 21		1x
Fonte 14		3x	Fonte 22		2x

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

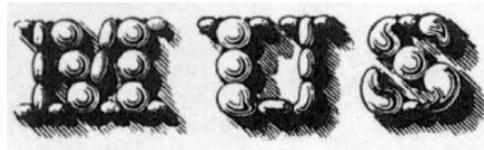
Em 1852 há a aparição de tipografias decoradas, como aquela utilizada em *BRISTOL* (Fonte 19) e (Figura 68), também atribuída a Thorowgood (1834) na obra de Gray (1976) (Figura 69), e neste ano tendo sido muito usada para anúncios de medicamentos. Na década de 1850 percebe-se um aumento nas propagandas de remédio, uma vez que nessa época o saber médico foi utilizado como referencial para extinguir os “costumes bárbaros” (SILVA, 2019) (SILVA, 2019), o que pode ser visto na grande quantidade de anúncios relacionados à saúde (medicamentos, livros, consultórios...) existentes nas páginas dos anúncios do *Diário*.

Figura 68 – Tipo fantasia presente em anúncios de edições do *Diário de Pernambuco* de 19 de janeiro de 1852, 17 de março de 1852, 14 de maio de 1852 e 18 de dezembro de 1852 respectivamente



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 69 – Thorowgood (1824)



**Fonte:** Gray (1976).

O tipo de Thorowgood tem formas volumosas, com caracteres que parecem ter uma profundidade por meio de um sombreamento que aplica um efeito tridimensional. Esse tipo de efeito era bastante comum ao longo do século XIX, de acordo com as ocorrências observadas em Gray (1976). Também vemos um estilo ornamentado e detalhado, refletindo uma complexidade no desenho de tipos. Fontes como essa eram normalmente usadas em títulos de anúncios, e se mostravam ideal para chamar a atenção em ambientes impressos e construir uma hierarquia informacional para o conteúdo.

Ainda no ano de 1852, percebe-se a mistura de duas tipografias na formação de alguns textos nos títulos dos anúncios. Ao comparar o caractere *N* de dois anúncios do dia 19 de janeiro de 1852, ambos parecem pertencer à mesma fonte, exceto pelos desenhos do *C* e do *A*, que aparentam ter vindo de outra tipografia. O *C* apresenta terminais e abertura diferentes, enquanto o *A* possui uma diferença nos vértices das duas ocorrências e suas hastes possuem mais contraste na segunda imagem (Figura 70). Assim, não foi possível fazer a contabilização das tipografias de texto indicadas na tabela por um asterisco, uma vez que, além de estarem

com as letras trocadas nas duas palavras mostradas e frequentemente estarem ilustradas com uma má impressão gráfica, muitas vezes os tornando indetermináveis, foram observadas outras ocorrências de trocas durante a separação dos tipos no software *Adobe Illustrator*, não podendo haver uma contabilização precisa.

Figura 70 – Tipos recortados do *Diário de Pernambuco* em 19 de janeiro de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

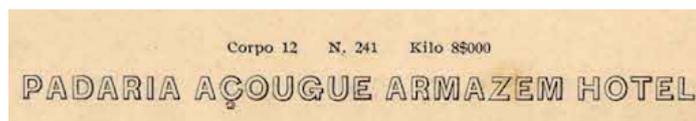
*ANTIGUIDADE E SUPERIORIDADE* (Fonte 22) e *A URNA FATAL* (Fonte 22) (Figura 71) são impressas em uma tipografia encontrada no catálogo da fundição Henrique Rosa, na página 39, número 241 (Figura 72). Para identificar essa fonte como a presente no catálogo foi essencial a presença da letra *G* caixa alta, uma vez que existem outras tipografias similares aos outros tipos do conjunto tipográfico, tornando assim o detalhe no gancho uma referência no momento das sobreposições.

Figura 71 – Tipo fantasia presente em anúncios de edições do *Diário de Pernambuco* de 17 de fevereiro de 1852 e 14 de maio de 1852 respectivamente



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 72 – Ocorrência dos tipos no catálogo de Henrique Rosa



**Fonte:** Biblioteca Digital Luso-Brasileira. Disponível em: <<https://bndigital.bn.gov.br/home-custom/biblioteca-digital-luso-brasileira/>>.

Outro ponto importante a ser observado é a reincidência da Fonte 5, que a partir de 1852, passa a ser impressa com algumas diferenças anatômicas (Figura 73). Assim, podemos concluir

que ao sobrepor digitalmente os tipos presentes no *Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood* (Figura 74) com estes agora apresentados (Figura 73), conseguimos identificar a origem dessa fonte.

Figura 73 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de fevereiro de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 74 – Ocorrência dos tipos no *Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood*



**Fonte:** *Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood*. Disponível em: <[https://archive.org/details/19505\\_20211124/page/n1/mode/2up](https://archive.org/details/19505_20211124/page/n1/mode/2up)>.

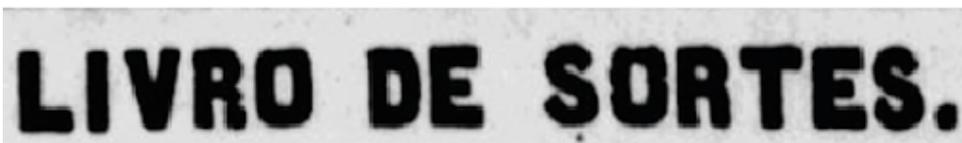
Observa-se também o início do uso de tipos sem serifa, uma grande inovação tipográfica do século XIX. As tipografias *SALSA PARRILHA DE BRISTOL* (Fonte 21) e *LIVRO DE SORTES* (Fonte 17), ambas sem serifa e impressas em 1852, apresentam algumas diferenças no desenho tipográfico. Por exemplo, o caractere *O* em *LIVRO DE SORTES* (Fonte 17) tem a parte superior achatada. Além disso, a espessura dos caracteres das duas fontes varia, evidenciando que se tratam de criações tipográficas distintas (Figuras 75 e 76).

Figura 75 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 19 de fevereiro de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 76 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 19 de junho de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Em *ATENÇÃO* (Fonte 15), vemos pela segunda vez a utilização de uma tipografia toscana ornamentada do século XIX. As letras parecem ter profundidade por causa do uso de sombras e elementos que criam uma ilusão de tridimensionalidade, recurso bastante utilizado nos desenhos tipográficos do século XIX. O tipo em questão também apresenta serifas trifurcadas, se classificando como um tipo toscano (Figura 77).

Ainda comentando acerca do tipo abaixo, o último caractere utilizado de *ATENÇÃO*, é um Q invertido (Figura 78). Isso se torna evidente devido a direção da sombra do desenho, que está seguindo para o lado oposto do restante da fonte.

Figura 77 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de fevereiro de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 78 – Recorte do caractere Q



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

O tipo foi identificado no *Catálogo da Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos* (1830) com a legenda *Text Gefigureerde*. O tipo apresenta serifas bifurcadas e hastes decoradas, possuindo um sombreamento que o projeta para frente criando uma sensação de tridimensionalidade.

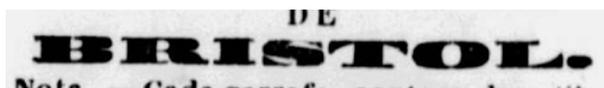
Figura 79 – Ocorrência dos tipos no *Catálogo da Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos*



**Fonte:** Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos (1830).

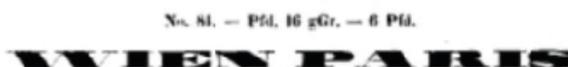
Outros tipos inéditos são vistos em *BRISTOL* (Fonte 16) e *PADARIA* (Fonte 14), onde o primeiro corresponde a um tipo achatado no eixo horizontal (Figura 80) e o segundo a uma tipografia gótica (Figura 82). *BRISTOL* (Fonte 16) é identificado no catálogo da fundição de Haenel (1847) (Figura 81).

Figura 80 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de março de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 81 – Ocorrência de tipos similares no catálogo de Haenel (1847)



**Fonte:** Fontes Originais em Inglês da fundição, cortadora e oficina de gravação de Eduard Haenel em Berlim (1847).

Figura 82 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de fevereiro de 1852



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Acerca da mancha gráfica, alguns exemplares de 1852 já aparecem ilustrando tipografias em corpos maiores com desenhos diferentes daqueles vistos até o momento, como em *XAROPE DO BOSQUE* (5ª e 6ª coluna de 19 de julho de 1852), *Salsa de Sands* (2ª coluna de 14 de outubro de 1852) e *A CIDADE DE PARIS* (3ª coluna de 14 de outubro de 1852), passando a apresentar pontos focais e criar uma hierarquia da informação (Figuras 83 e 84).

Figura 83 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 19 de julho de 1852

The image shows a page from the *Diário de Pernambuco* dated July 19, 1852. The page is filled with columns of text, organized into several sections. On the left side, there are sections titled "Atas da Academia" and "Lettres". The middle section contains a long, dense article with a sub-header "Mensagem do Imperador". To the right of this article is a table with multiple columns and rows, likely containing financial or administrative data. Below the table, there are several smaller notices and advertisements. At the bottom of the page, a large advertisement for "XAROPE DO BOSQUE" is prominently displayed. The advertisement features a small illustration of a bottle and the text "SEMPRE LEMBRAR-ME" above the product name. The main headline of the advertisement reads "Sendo falso o que não for vendido nesta casa." The advertisement text is written in a smaller font and provides details about the product and where to purchase it.

Figura 84 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de outubro de 1852



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

No ano de 1853 foram analisadas 22 folhas de anúncios do jornal, onde foram contabilizadas 21 tipografias diferentes, sendo 10 inéditas (Tabela 8).

Tabela 8 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1852.

## 1853

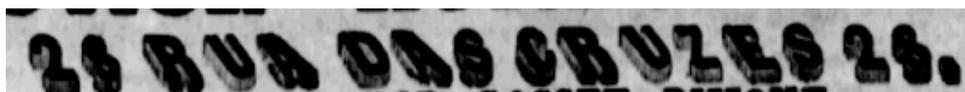
Fonte 2		1*	Fonte 23		8x
Fonte 3		1*	Fonte 24		1x
Fonte 4		18x	Fonte 25		1x
Fonte 5		3x	Fonte 26		1x
Fonte 16		19x	Fonte 27		4x
Fonte 17		3x	Fonte 28		6x
Fonte 18		2x	Fonte 29		303x
Fonte 12		3x	Fonte 30		3x
Fonte 20		4x	Fonte 31		8x
Fonte 21		6x	Fonte 32		136x
Fonte 22		3x			

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

Aparecem em 1853, anúncios impressos com ocorrências de outros tipos ornamentados, como na Fonte 25 e Fonte 26. A primeira é uma tipografia tridimensional com inclinação para esquerda, dando a impressão de estar deitada na página (Figura 85), com autoria atribuída a Figgins (1843) (Figura 86). Já a segunda é um desenho com serifas toscanas bifurcadas, as letras são grossas, com bordas escuras e contornos marcados, também possuindo efeito tridimensional (Figura 87 e 88), identificada como pertencente a Blake e Stephenson (1841) (Figura 89).

Figura 85 – Tipos fantasia recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 13 de outubro de 1853

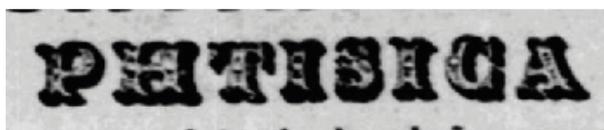


Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 86 – Figgins (1843)



Fonte: Gray (1976).

Figura 87 – Tipos fantasia recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de janeiro de 1853

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 88 – Tipos fantasia recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 18 de dezembro de 1858

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

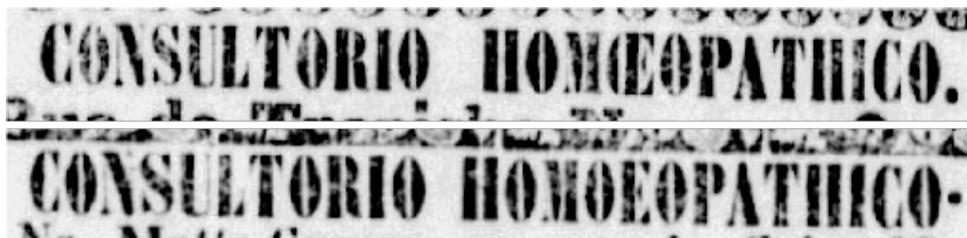
Figura 89 – Blake e Stephenson, 1841



Fonte: Gray (1976).

Ainda em 1853 é percebida uma particularidade no desenho do *O* e do *E* em alguns anúncios, onde há a ligatura *Œ*, se diferenciando dos demais caracteres pertencentes às outras ocorrências da mesma fonte (Figura 90). Fontana (2018) afirma que com o passar do tempo e a passagem de uma língua para outra, o conjunto de signos tornou-se cada vez mais sofisticado para expressar os sons particulares de cada cultura. A frequência de uso dos signos utilizados em diferentes línguas gerou incorporações. Com isso, o latim contribuiu com algumas ligaturas, entre elas o *œ*.

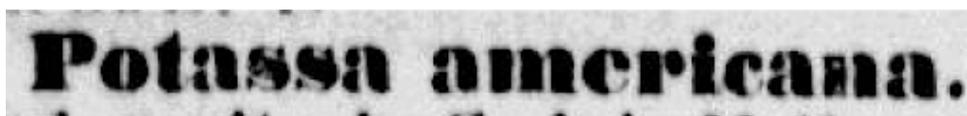
Figura 90 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 13 de maio de 1853



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Em *Potassa americana* (Fonte 31) e (Figura 91) vemos a ocorrência de um tipo *fat face*, com alto contraste entre as hastes e terminais em gota. O tipo é identificado em *Caslon's Specimen of Printing Types* (1840) (Figura 92).

Figura 91 – Tipos recortados de anúncio da edição do *Diário de Pernambuco* de 16 de março de 1853



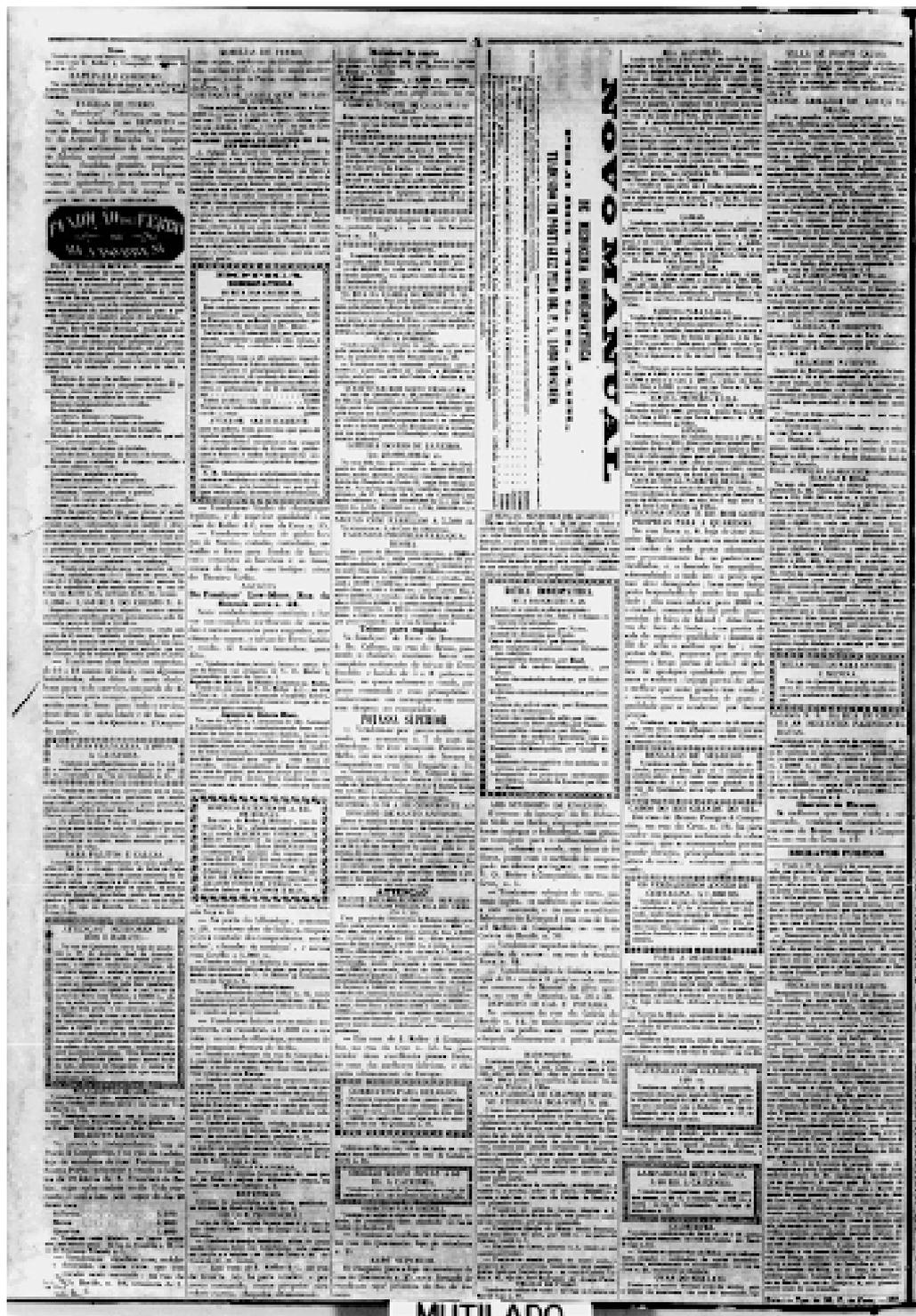
**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 92 – Ocorrência dos tipos no *Caslon's Specimen of Printing Types*

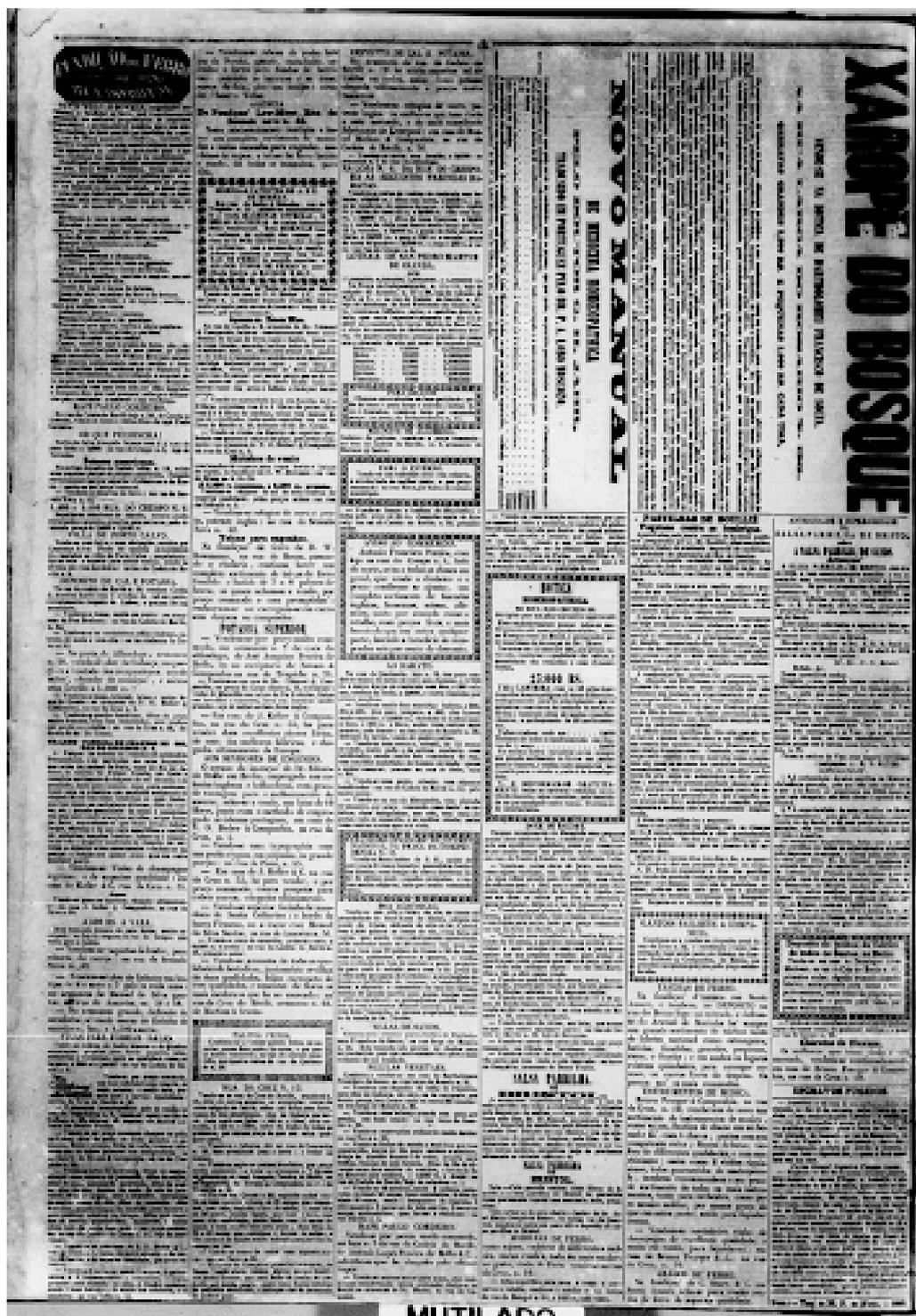


**Fonte:** Caslon's Specimen of Printing Types (1840).

Sobre a mancha gráfica, já é mais comum a ocorrência de tipos com corpos maiores do que aqueles utilizados nos textos dos anúncios, bem como tipografias com desenhos variados e anúncios ocupando mais de uma coluna, criando pontos de atenção bem definidos nas páginas (Figuras 93 e 94).

Figura 93 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 16 de março de 1853

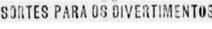
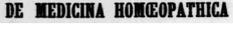
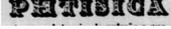
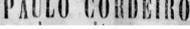
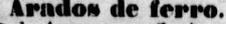
Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 94 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de abril de 1853

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Analisando visualmente a tabela que reúne os tipos dos três anos estudados (Tabela 9), é possível perceber a variedade e a frequência de diferentes tipografias ao longo desse período no *Diário de Pernambuco*.

Tabela 9 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece nos anos de 1851, 1852 e 1853.

		1851	1852	1853		1851	1852	1853
Fonte 1		185x	26x		Fonte 17			1x 3x
Fonte 2		1*	1*	1*	Fonte 18			4x 2x
Fonte 3		1*	1*	1*	Fonte 19			4x
Fonte 4		30x	26x	18x	Fonte 20			2x 4x
Fonte 5		1x	1x	3x	Fonte 21			1x 6x
Fonte 6		1x			Fonte 22			3x
Fonte 7		1x			Fonte 23			8x
Fonte 8		2x	1x		Fonte 24			1x
Fonte 9		1x			Fonte 25			1x
Fonte 10		1x			Fonte 26			1x
Fonte 11		1x			Fonte 27			4x
Fonte 12		1x	3x		Fonte 28			6x
Fonte 13		1x	16x		Fonte 29			303x
Fonte 14			3x		Fonte 30			3x
Fonte 15			1x		Fonte 31			8x
Fonte 16			12x	19x	Fonte 32			136x

Fonte: Elaborada pela autora

Algumas fontes aparecem com maior frequência em anos específicos, como é o caso da fonte usada em *Lindas caixas de amendoas* (Fonte 4), que foi registrada múltiplas vezes durante os três anos, outras aparecem em um ano, mas não em outro, indicando que o jornal poderia estar experimentando outras tipografias. Como é o caso da tipografia utilizada em *HOMEOPATHIA* (Fonte 29), que só possui ocorrências em 1853 e já inicia sua utilização com 303 impressões. Há também a possibilidade de se ter perdido alguma ocorrência durante a coleta dos exemplares, uma vez que não foi possível observar todos os exemplares do *Diário* durante a década estudada.

Acerca dos tipos decorados, observa-se o uso de fontes com ornamentos e detalhes, como no caso de *VIOLAÇÃO* (Fonte 5) e *A URNA FATAL* (Fonte 22). Essas fontes se destacam das outras pelo design mais elaborado, criando pontos focais. Há também mudanças ao longo dos anos, onde embora não haja uma mudança drástica na diversificação de tipos de 1851 para 1853, há evidências de flutuações no uso de certas fontes. Algumas surgem mais vezes em um

ano, enquanto outras são descontinuadas ou usadas com menor frequência nos anos seguintes.

Assim, podemos conjecturar que o *Diário de Pernambuco* estivesse explorando uma variedade de novas tipografias, tanto para questões estéticas quanto práticas, com diferentes estilos de fontes para diversos propósitos. O aumento ou a diminuição da frequência de certas fontes sugere que houve um processo de alternância com o design tipográfico ao longo dos anos.

Essa diversificação no uso de fontes também pode refletir as preferências estéticas dos tipógrafos, com uma maior valorização da tipografia como uma ferramenta não apenas funcional, mas também artística.

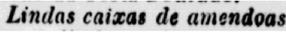
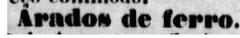
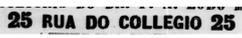
#### 4.3 1854 A 1856

Os anos de 1854 a 1856 não foram marcados por muitas mudanças tipográficas, mas se manteve estável em relação aos anos anteriores. Foram analisadas 24 páginas referentes aos três anos

A tabela referente a 1854 (Tabela 10) evidencia uma variedade tipográfica inferior àquelas vistas nos anos anteriores. Aparecem mais fontes sem serifa, porém, se comparado aos anos anteriores, o número de tipografias inéditas é muito baixo, contabilizando apenas quatro. Ao total são impressos 18 tipos diferentes.

Tabela 10 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1854

1854

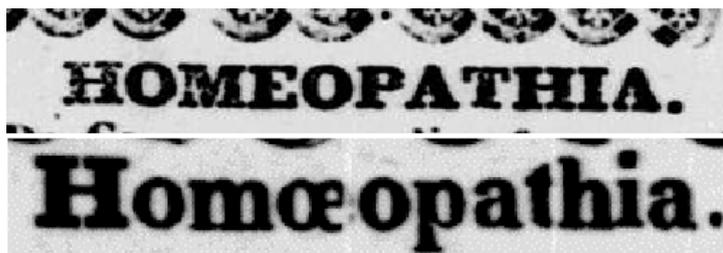
Fonte 2		1*	Fonte 23		38x
Fonte 3		1*	Fonte 28		7x
Fonte 4		1x	Fonte 29		105x
Fonte 11		1x	Fonte 31		1x
Fonte 13		6x	Fonte 32		93x
Fonte 16		3x	Fonte 33		6x
Fonte 17		5x	Fonte 34		1x
Fonte 21		7x	Fonte 35		3x
Fonte 22		1x	Fonte 36		6x

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

O tipo mais frequente é caracterizado por suas serifas quadradas, como em *HOMEOPATHIA* (Fonte 29), aparecendo 105 vezes. Mais uma vez, na caixa baixa aparece a ligatura œ (Figura 95).

Figura 95 – Tipos recortados das edições do *Diário de Pernambuco* de 13 de abril de 1854 e 12 de outubro de 1854, respectivamente



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

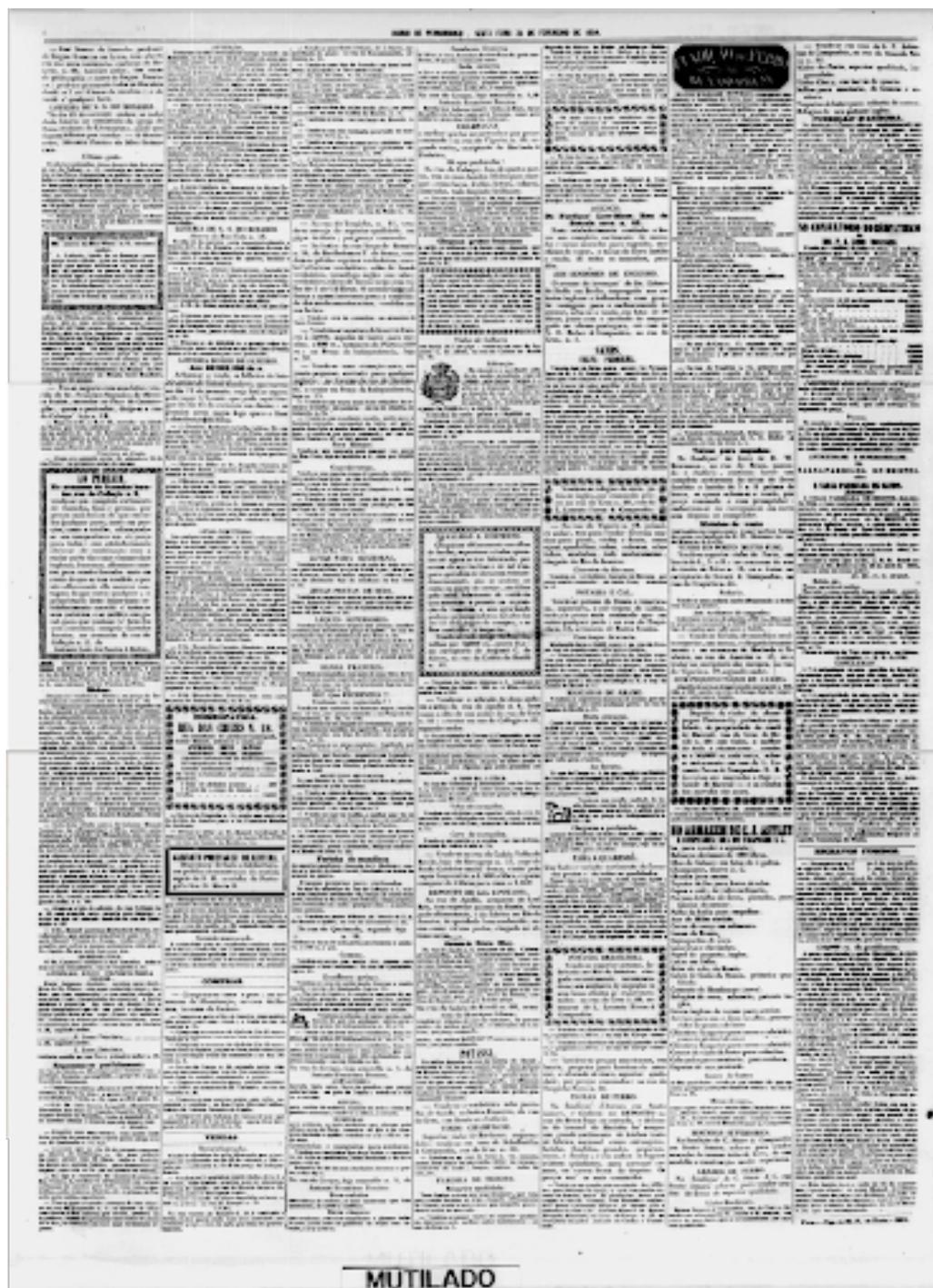
Em 1854 há a ocorrência de um tipo fantasia, servindo para capturar a atenção do leitor em meio ao texto mais simples (Figura 96). Fontes desse tipo eram frequentemente usadas em publicações importantes ou anúncios, onde era necessário causar impacto ou dar algum destaque. A combinação de ornamentos e um peso tipográfico maior cria um impacto visual significativo nesta tipografia. Dentro do contexto histórico analisado, ela reflete as tendências da época estudada, onde a ornamentação e as serifas grossas e robustas passam a ter papel importante na identidade visual dos anúncios.

Figura 96 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 12 de junho de 1854



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

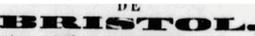
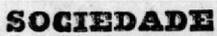
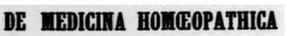
O romantismo estava em alta no Brasil na década de 1850, vendo o que Candido (2004) chamou de Ultra-romantismo. O *Diário de Pernambuco* passou a adotar fontes decoradas para títulos, manchetes e anúncios, muitas vezes carregando um estilo mais dramático, em consonância com o espírito romântico. Fontes com detalhes florais e ornamentos nas serifas eram comuns para destacar textos importantes e conferir um ar de distinção ao conteúdo.

Figura 97 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 24 de fevereiro de 1854

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

O ano de 1855 é caracterizado por poucas alterações, evidenciando o reaparecimento de algumas tipografias observadas nos anos iniciais analisados (Tabela 11).

Tabela 11 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1855

1855					
Fonte 2		1*	Fonte 24		2x
Fonte 3		1*	Fonte 25		5x
Fonte 6		5x	Fonte 27		1*
Fonte 13		10x	Fonte 28		31x
Fonte 16		10x	Fonte 33		11x
Fonte 17		20x	Fonte 32		146x
Fonte 18		1*	Fonte 34		2x
Fonte 19		1x	Fonte 35		8x
Fonte 21		12x	Fonte 36		12x
Fonte 23		144x	Fonte 37		1x

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

Os tipos impressos em *BOTICA* (Fonte 27) e *NOVO MANUAL* (Fonte 18) em caixa-alta (Figura 98) possuem diferenças evidentes, como o vértice do A, porém os caracteres em caixa-baixa (Figura 99) não possuem distinção, inviabilizando a comparação desses caracteres, uma vez que os tipos podem estar misturados ou serem semelhantes.

Figura 98 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 18 de julho de 1853



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 99 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 18 de julho de 1853

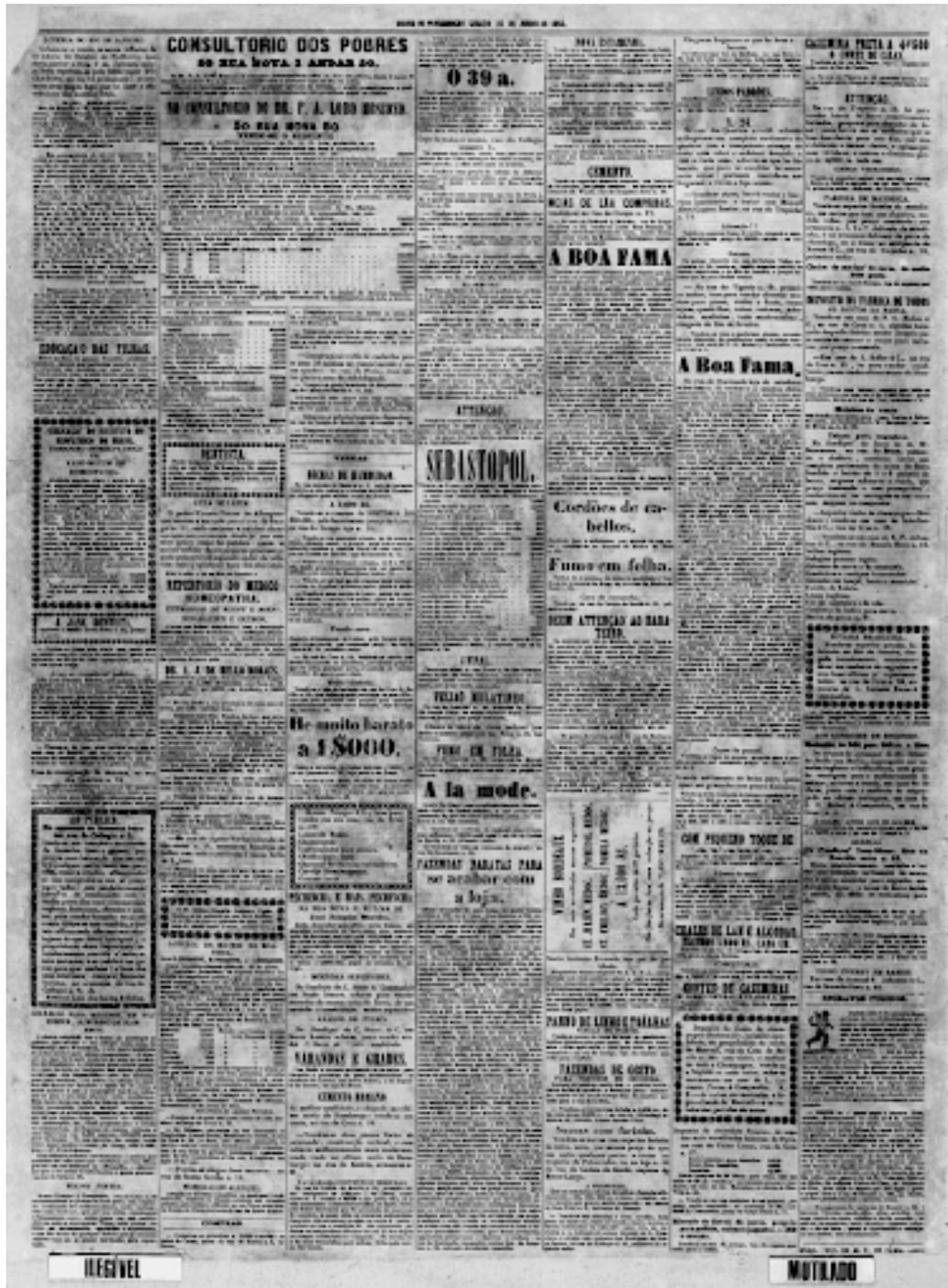


**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Os tipos impressos em *A boa fama* são idênticos aos de *Atenção*, exceto pelo uso do caractere *A*, que no primeiro possui o vértice retangular enquanto no segundo o vértice é agudo. Pela forma e tamanho, podemos afirmar que a letra *A* em caixa-alta de *NOVO MANUAL* é aquele impresso em *A boa fama* e *Sal do Assù*.

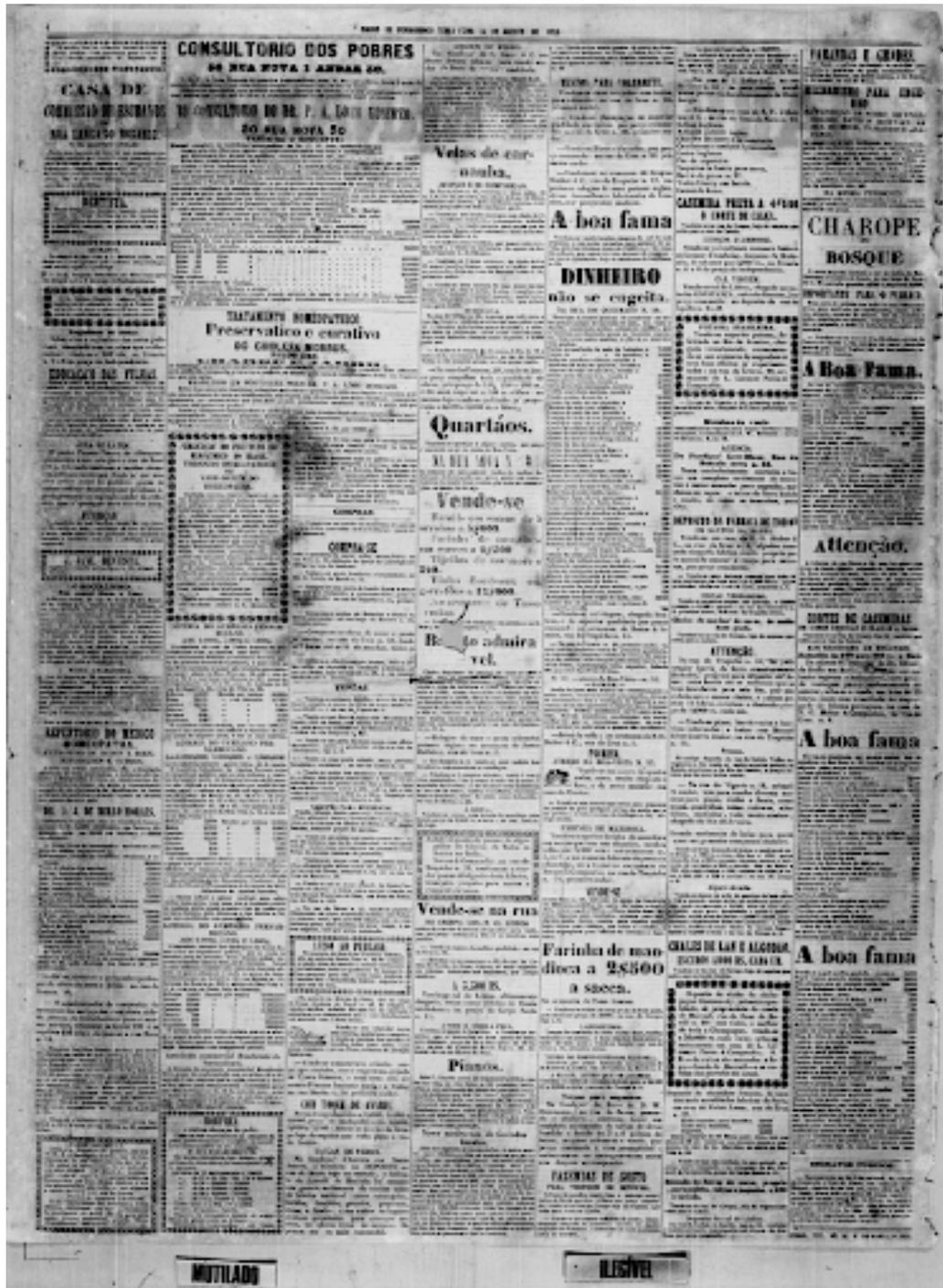
Acerca da mancha gráfica, vemos com mais frequência a utilização de tipos como estratégia visual de hierarquia informacional dos anúncios, direcionando a atenção do leitor para diversos pontos da página (Figuras 100 e 101).

Figura 100 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 16 de junho de 1855



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

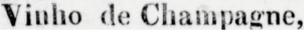
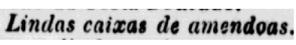
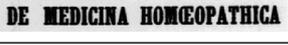
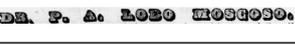
Figura 101 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de agosto de 1855



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Entrando no ano de 1856, o tipo impresso mais recorrente foi o utilizado em *SALSA PARRILHA DE SANDS* (Fonte 13), aparecendo 126 vezes. Neste ano, foram analisados 20 anúncios ao total, com 2 apenas tipos inéditos (Tabela 12).

Tabela 12 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1856

1856					
Fonte 2		1*	Fonte 24		4x
Fonte 3		1*	Fonte 25		1x
Fonte 4		22x	Fonte 27		1*
Fonte 6		2x	Fonte 28		33x
Fonte 11		2x	Fonte 29		59x
Fonte 13		126x	Fonte 32		107x
Fonte 16		13x	Fonte 35		2x
Fonte 17		16x	Fonte 36		1x
Fonte 18		1*	Fonte 38		4x
Fonte 23		113x	Fonte 39		2x

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

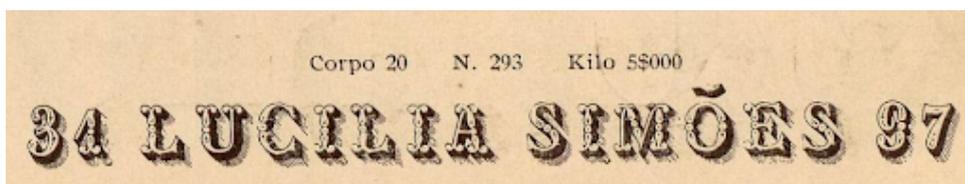
Em 1856 ocorre pela primeira vez um tipo toscano bastante decorado, com serifas bifurcadas e detalhes desenhados pelo seu corpo, além de um efeito tridimensional aplicado. As hastes dos caracteres possuem um círculo dividindo as mesmas no meio, o que também ocorre nos bojos do *P* e do *O*. Além disso, é observado um grande contraste entre os pesos das hastes, sendo possível identificá-lo nos caracteres *A* e *N* (Figura 102).

Figura 102 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 18 de setembro de 1856



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 103 – Ocorrência de tipos parecidos no *Catálogo da Fundação de Tipos Henrique Rosa*



Fonte: Biblioteca Digital Luso-Brasileira. Disponível em: <<https://bndigital.bn.gov.br/home-custom/biblioteca-digital-luso-brasileira/>>.

No *Catálogo da Fundição de Tipos Henrique Rosa* foi encontrado um tipo semelhante ao visto imprimindo *PIANO*, na Fonte 38. Porém, ao comparar os tipos com a metodologia de sobreposição digital foi percebido que, apesar de caracteres como o *A* e o *I* serem bastante similares, as fontes não possuem a mesma largura de caracteres, sendo bastante evidente ao comparar a letra *O*.

Já no *Catálogo da Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos* (1830), uma fundição Holandesa, há uma ocorrência de um tipo idêntico àquele utilizado em *PIANO* (Fonte 38), possuindo na legenda as palavras *Paragon Gefigureerde* (Figura 104).

Figura 104 – Ocorrência de tipos parecidos no *Catálogo da Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos* (1830)



**Fonte:** *Catálogo da Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos*.

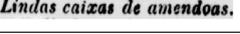
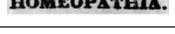
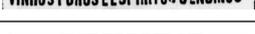
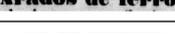
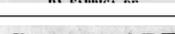
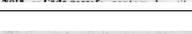
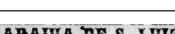
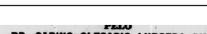
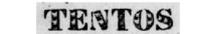
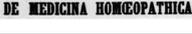
Em relação à mancha gráfica, observa-se nos títulos a utilização de tipografias de maior tamanho em comparação ao corpo dos anúncios, mantendo o padrão observado nos anos anteriores (Figura 105).

Figura 105 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de janeiro de 1856

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Ao comparar os três anos analisados nesta seção, observa-se que não houve variações significativas no número de novos desenhos tipográficos, sendo contabilizadas apenas duas novas tipografias durante todo o período, aquelas impressas em *PIANO* (Fonte 38) e *DR. P. A. LOBO MOSCOSO* (Fonte 39) (Tabela 13).

Tabela 13 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece nos anos de 1854, 1855 e 1856

		1854	1855	1856		1854	1855	1856
Fonte 2		1*	1*	1*	Fonte 25			5x 1x
Fonte 3		1*	1*	1*	Fonte 27			1* 1*
Fonte 4		1x		22x	Fonte 28		7x	31x 33x
Fonte 6			5x	2x	Fonte 29		105x	59x
Fonte 11		1x		2x	Fonte 31		1x	
Fonte 13		6x	10x	126x	Fonte 32		93x	146x 107x
Fonte 16		3x	10x	13x	Fonte 33		6x	11x
Fonte 17		5x		16x	Fonte 34		1x	2x
Fonte 18			1*	1*	Fonte 35		3x	8x 2x
Fonte 19			1x		Fonte 36		6x	12x 1x
Fonte 21		7x	12x		Fonte 37			1x
Fonte 22		1x			Fonte 38			4x
Fonte 23		38x	144x	113x	Fonte 39			2x
Fonte 24			2x	4x				

Fonte: Elaborada pela autora

As tipografias presentes em *NOVO MANUAL* (Fonte 18) e *BOTICA* (Fonte 27) continuam seguidas por asteriscos, impossibilitando a contabilização de suas ocorrências devido à ausência de caracteres caixa-baixa suficientes para comparação, assim como ocorreu no ano de 1855. Da mesma forma, *INDICADOR DOS ACCORDOS* (Fonte 2) e *Vinho de Champagne* (Fonte 3) também permanecem seguidas de asteriscos, uma vez que, novamente, não foi possível realizar a contagem precisa dos tipos impressos. Algumas tipografias, como *DE MEDICINA HOMOEOPATHICA* (Fonte 23) e *GROSSO MEIO-GROSSO E FINO* (Fonte 32), mostram uma presença significativa e recorrente nos três anos. *DE MEDICINA HOMOEOPATHICA* aparece 38 vezes em 1854, 144 vezes em 1855 e 113 vezes em 1856, propondo uma ampla difusão desse estilo tipográfico durante o período. Algumas tipografias apresentam um grande aumento ao longo dos anos, como por exemplo, *SALSA PARRILHA DE SANDS* (Fonte 13), que aparece 6 vezes em 1854, 10 vezes em 1855, e seu uso cresce para 126 vezes em 1856, indicando uma possível popularização desse tipo tipográfico neste ano. Algumas tipografias aparecem poucas vezes ao longo do período analisado, como aquelas impressas em *TENTOS* (Fonte 37) e *RAPE* (Fonte 6), com menos ocorrências em comparação a outras tipografias, tendo seu uso mais restrito.

A tabela mostra um crescimento na variedade e no uso de alguns tipos ao longo dos anos, enquanto outros permanecem estáveis ou possuem dados insuficientes para análise completa. Ela sugere uma mudança tipográfica contínua e diversificada, com um aumento significativo no uso de certos estilos, como *A VISTA DAS BOAS QUALI-* (Fonte 13) e *LOTERIA DO RIO DE JANEIRO* (Fonte 23) (Figuras 106 e 107).

Figura 106 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de julho de 1856



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 107 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de janeiro de 1856



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

#### 4.4 1857 A 1859: O AUMENTO DOS TIPOS DECORADOS

Os anos de 1857, 1858 e 1859 marcaram um aumento das tipografias decoradas no *Diário de Pernambuco*. Durante esses anos, as inovações tipográficas e a busca por designs mais atraentes transformaram a apresentação dos anúncios, no intuito de capturar a atenção do público e elevar a estética dos jornais.

A mancha gráfica das páginas referentes a estes períodos históricos se mostram muito densas visualmente, possuindo pouco espaço em branco e áreas com bastante peso visual. No ano de 1857 vemos nos anúncios o uso de tipografias em corpo aumentado, ocupando mais de uma coluna, ou até mesmo um grande espaço na vertical, como vemos em *RELOJOARIA SUPERIOR* (Fonte 24) (Figura 108).

Figura 108 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 13 de julho de 1857

The image shows a full page of a newspaper from 1857, densely packed with text. The page is organized into several columns. At the top left, there is a section titled 'Loteria da provincia' with a list of numbers and names. To its right, there are several smaller advertisements, including one for 'Venda de pianos' and another for 'Relogios de patente'. The middle section features a large advertisement for 'XAROPE BOSQUE' with a decorative border. Below this, there are more advertisements, including one for 'Loteria da provincia' again, and another for 'Na loja das seis partes'. The bottom section contains a large, multi-column advertisement for 'LOUIS DELOUCHE' with a decorative border. The page is filled with various notices, including 'Vende-se' and 'He muito barato'. The text is in Portuguese and the overall appearance is that of a typical 19th-century newspaper page.

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Ainda, em 1857 foram contabilizadas 30 tipografias diferentes, dentre as quais 6 ainda não haviam sido registradas na atual pesquisa. Por meio da Tabela 14, é possível observar as tipografias empregadas neste ano.

Tabela 14 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1857

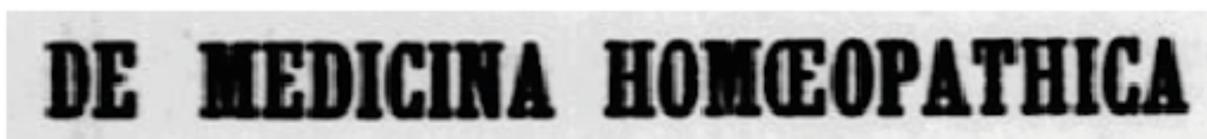
1857					
Fonte 2		1*	Fonte 27		1*
Fonte 3		1*	Fonte 28		30x
Fonte 4		33x	Fonte 29		30x
Fonte 5		1x	Fonte 30		1x
Fonte 6		4x	Fonte 32		54x
Fonte 11		1x	Fonte 36		2x
Fonte 13		5x	Fonte 37		2x
Fonte 16		10x	Fonte 38		5x
Fonte 17		3x	Fonte 39		10x
Fonte 18		1*	Fonte 40		1x
Fonte 21		2x	Fonte 41		1x
Fonte 22		1x	Fonte 42		1x
Fonte 23		132x	Fonte 43		1x
Fonte 24		13x	Fonte 44		2x
Fonte 25		4x	Fonte 45		2x

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

A partir da tabela podemos observar a utilização de uma grande diversidade tipográfica, com estilos diferenciados tanto nas espessuras das hastes, rotação do eixo, ornamentações, etc.. Algumas tipografias aparecem muitas vezes, como o exemplo *DE MEDICINA HOMEOPATHICA* (132x), se tornando o tipo mais recorrente em 1857 (Figura 109).

Figura 109 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de abril de 1853



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

A repetição de algumas fontes em diversos anúncios pode sugerir uma certa limitação técnica ou predileção por estilos tipográficos mais acessíveis e funcionais no contexto das oficinas de impressão da época.

A Fonte 42, imprimindo *MANUFACTURE* (Figura 110), foi identificada na obra *Nineteenth Century Ornamented Typefaces* (GRAY, 1976) como de autoria atribuída a Caslon (1842). O tipo aparece em apenas um anúncio das amostras deste ano, havendo predileção por outros tipos ornamentados.

Figura 110 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de abril de 1857



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 111 – Tipo toscano presente em Gray (1976)



**Fonte:** Gray (1976).

Impressa na Fonte 40, *A. BLONDEL* (Figura 112) aparece no catálogo de Eduard Haenel (1847) chamado *Fontes Originais em Inglês da fundição, cortadora e oficina de gravação de Eduard Haenel em Berlim*<sup>1</sup>, referenciada como número 108 (Figura 113). O tipo é observado apenas uma vez em todos os exemplares selecionados, o que evidencia que não foi um dos tipos favoritos durante a década de 1850. É caracterizado por serifas quadradas, também chamadas de egípcias, e um *outline* branco.

Figura 112 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 16 de abril de 1857



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

<sup>1</sup> *Original Englische Schriften aus der Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt vos Eduard Haenel in Berlin.*

Figura 113 – Ocorrência de tipos similares no catálogo de Haenel (1847)

No. 115. — Pfd. 18 gr. — 7 Pfd. \*

**POTSDAMER EISENBAHN**

**Fonte:** Fontes Originais em Inglês da fundição, cortadora e oficina de gravação de Eduard Haenel em Berlim (1847).

Em 1857 foi observada uma alteração nos tipos itálicos, que aparecem agora em corpos maiores e com desenhos diferentes. O desenho do caractere *C* em caixa-alta é diferente em cada uma das ocorrências abaixo, deixando evidente que os tipos não pertencem a uma mesma família tipográfica. Entretanto, as letras *a*, *o* e *l* em caixa-baixa aparentam possuir o mesmo desenho nos três exemplos. Como solução, as tipografias itálicas foram contabilizadas juntas, ocupando um único espaço na tabela. Além dessas ocorrências, também foi percebido que a palavra *chaly* foi composta com a letra *h* de um tipo regular, identificando mais um erro tipográfico (Figura 114).

Figura 114 – Tipos recortados das edições do *Diário de Pernambuco* de 16 de abril de 1857, 15 de maio de 1857 e 16 de abril de 1857, respectivamente

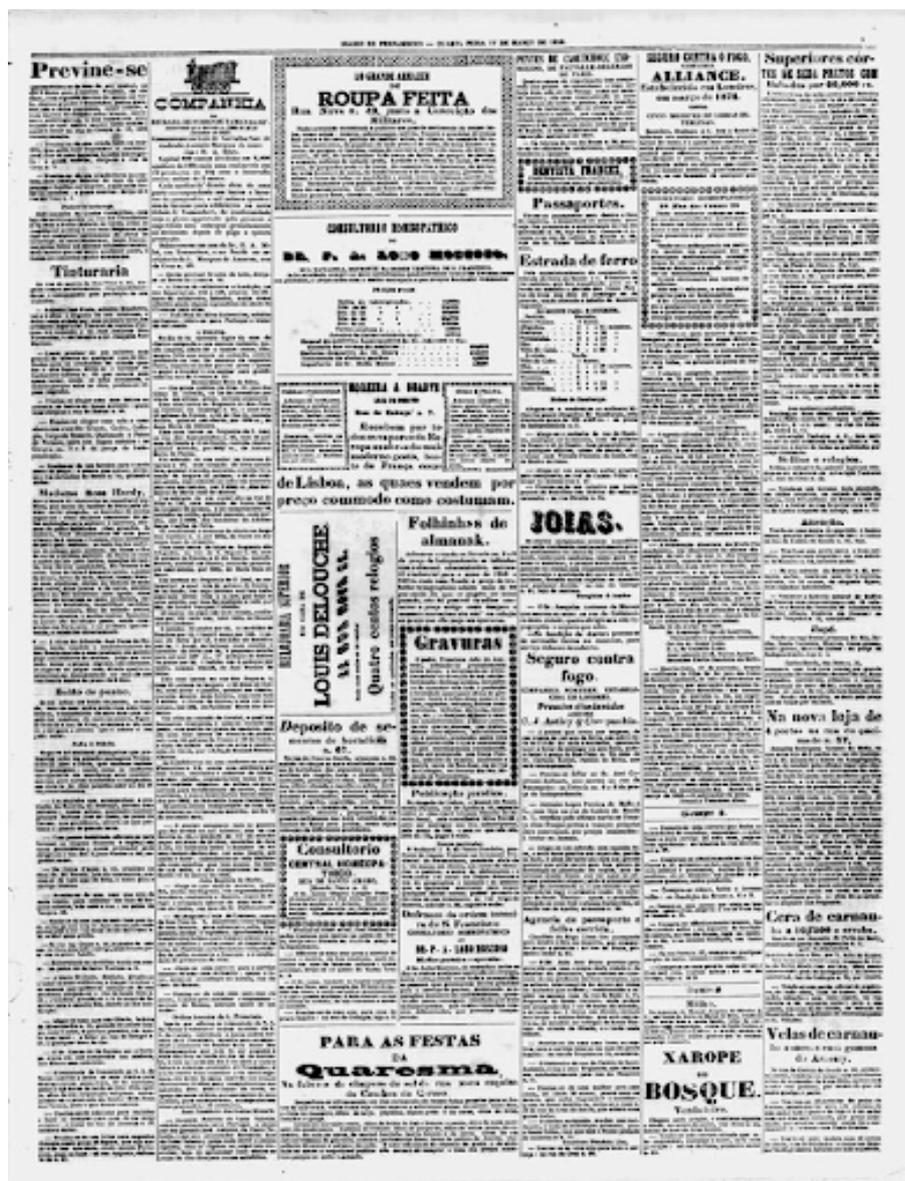
***Cavallo.***

***Cortes de chaly***

***Nova California***

**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

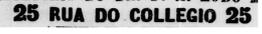
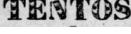
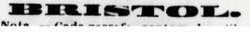
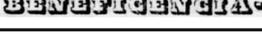
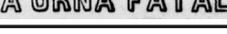
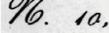
A mancha gráfica referente a 1858 se mostra densa, sendo possível observar muitos anúncios com desenhos tipográficos diversos. Alguns anúncios são separados uns dos outros por vinhetas, enquanto outros não possuem nenhuma divisão, seguindo continuamente na página (Figura 115).

Figura 115 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de março de 1858

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Neste ano foram contabilizadas 29 tipografias diferentes, das quais apenas 3 são inéditas. Em 1858, a tipografia utilizada para *DE MEDICINA HOMEOPATHICA* (Fonte 23) permaneceu como a mais recorrente, sendo registrada em 113 ocasiões. Observa-se, ainda, a introdução de desenhos tipográficos inéditos, como aqueles empregados em *NOVO* (Fonte 46), *CHAPEOS* (Fonte 47) e *LIMAS CHIMICAS* (Fonte 46). Tipografias que já haviam sido utilizadas em anos anteriores reaparecem, como é o caso de *TENTOS* (Fonte 37), que é registrada apenas em 1855 e 1857, e a usada em *SOCIEDADE* (Fonte 33), previamente observada exclusivamente nos anos de 1854 e 1855 (Tabela 15).

Tabela 15 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1858

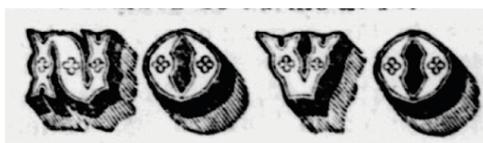
1858					
Fonte 2		1*	Fonte 26		2x
Fonte 3		1*	Fonte 28		29x
Fonte 4		29x	Fonte 29		31x
Fonte 5		6x	Fonte 30		4x
Fonte 6		7x	Fonte 32		54x
Fonte 8		1x	Fonte 33		1x
Fonte 9		2x	Fonte 36		2x
Fonte 13		4x	Fonte 37		1x
Fonte 16		6x	Fonte 38		4x
Fonte 17		8x	Fonte 39		5x
Fonte 21		2x	Fonte 45		7x
Fonte 22		2x	Fonte 46		2x
Fonte 23		113x	Fonte 47		1x
Fonte 24		3x	Fonte 48		1x
Fonte 25		6x	Fonte 49		1x

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

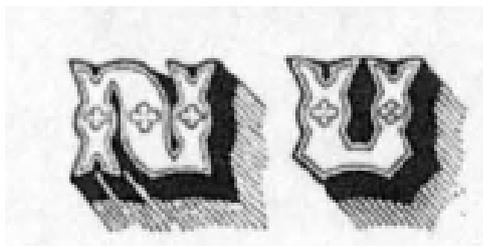
A Fonte 48 ilustra um tipo fantasia com ocorrência pela primeira vez no ano de 1858. O desenho do tipo possui efeito tridimensional, serfas bifurcadas e detalhes floridos desenhados nas hastes dos caracteres. Identificado um similar na obra de Gray (1976), foi realizada a comparação. Apesar de parecerem similares à primeira vista, podemos identificar características diferentes nos caracteres, como o vértice do *N*, que no exemplar do *Diário* está cortado diagonalmente (Figura 116), e na amostra de Gray (1976), horizontalmente (Figura 117).

Figura 116 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 15 de setembro de 1858



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

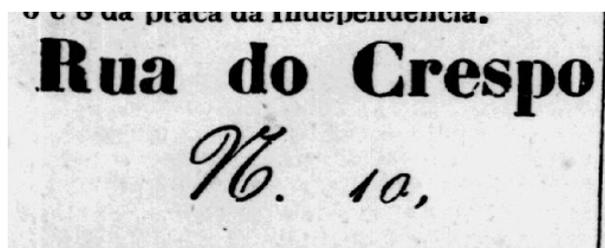
Figura 117 – Tipo toscano presente em Gray (1976)



Fonte: Gray (1976).

Em um anúncio de 16 de fevereiro de 1858 aparece pela primeira vez um tipo escritural, sendo esta a única ocorrência registrada nesta pesquisa (Figura 118).

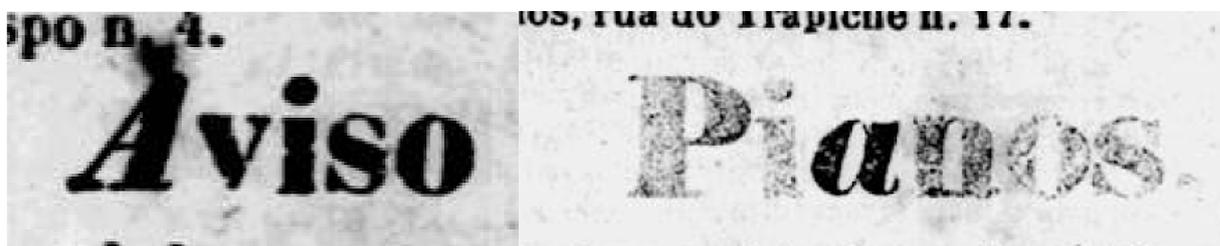
Figura 118 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 16 de fevereiro de 1858



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Neste período é bastante comum ocorrer anúncios impressos com tipos diferentes, principalmente palavras com um caractere itálico no meio, sugerindo uma mistura acidental de tipos móveis ou uma solução gráfica para um problema apresentado (Figuras 119 e 120).

Figura 119 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 19 de junho de 1858



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 120 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 14 de maio de 1858



Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

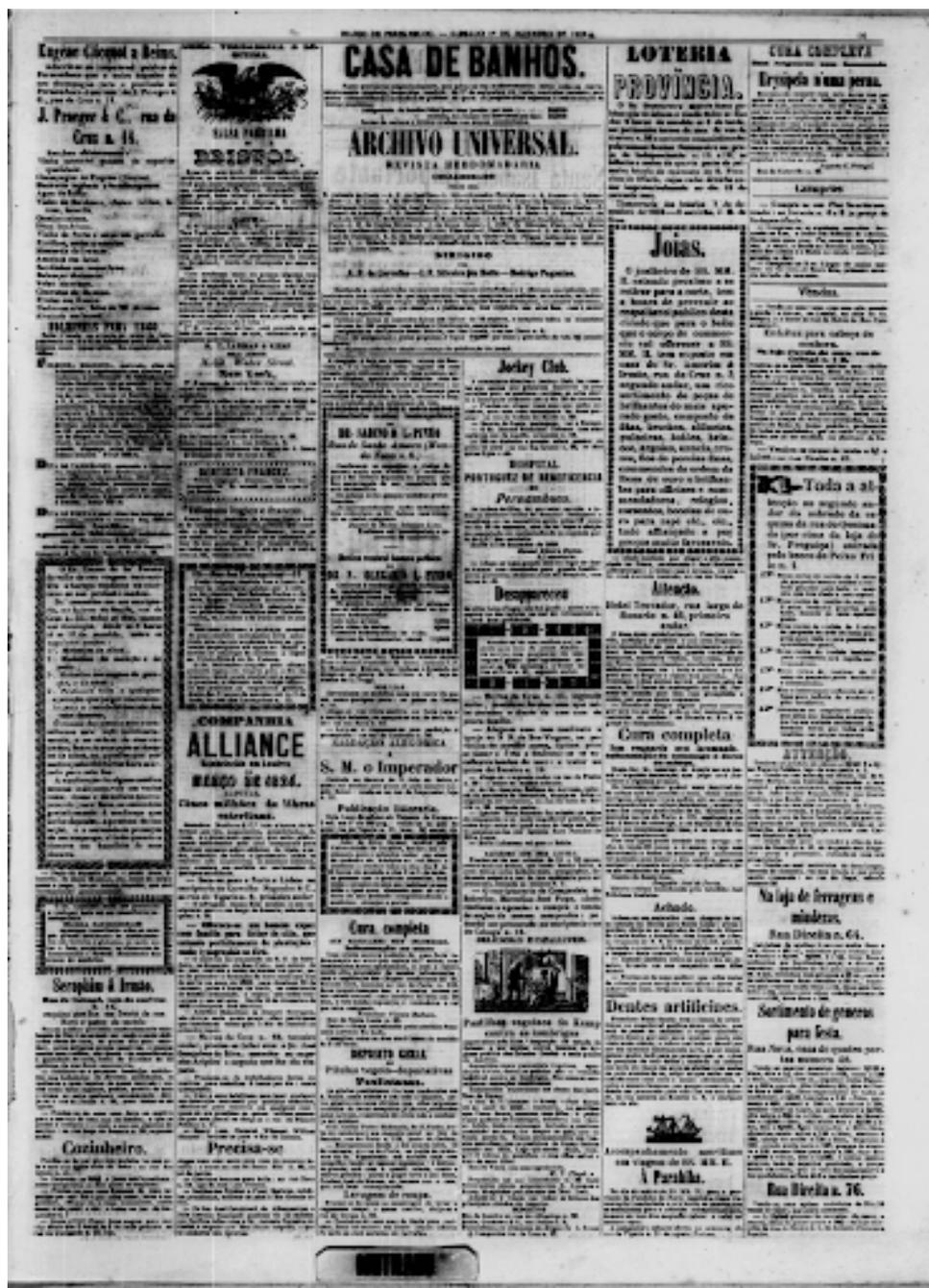
Por último, em 1859, algumas páginas continuam a possuir uma mancha gráfica bastante densa, com os textos justificados, onde são percebidos uma gama de desenhos tipográficos diferentes. Ainda é comum a utilização de anúncios em mais de uma coluna ou dispostos verticalmente ao longo das colunas da página. O espaçamento entre as linhas e colunas é bastante apertado, o que não traz muito respiro para a página, mas proporciona um melhor aproveitamento do espaço como um todo, encaixando um número maior de anúncios.

Figura 121 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de dezembro de 1859

The image shows a page from the *Diário de Pernambuco* dated December 17, 1859. The page is densely packed with advertisements and notices, organized into several columns. Key sections include:

- LIQUIDAÇÃO**: A large advertisement for a liquidation sale at RUA NOVA N. 10, mentioning various goods like clothes and hats.
- FABRICA**: An advertisement for a factory or business, mentioning 'CALÇARIA E FUNDIÇÃO DE BETÃO'.
- LIVRARIA ECONOMICA**: An advertisement for a bookstore, 'LIVRARIA ECONOMICA DE BOUZA & C.', located at Rua do Espírito Santo.
- FUNDIÇÃO D'AURORA**: An advertisement for a fundation or business.
- CHAPAS MEDICINAES**: An advertisement for medicinal plates by Ricardo Kirk, mentioning 'VIVA KIRK & COMP.'.
- APPROVAÇÃO E AUTORIZAÇÃO**: A notice from the 'ACADEMIA IMPERIAL DE ECONOMIA E DA CIENCIA DE RUA DO PARTO'.
- JOAO VIGNES**: A vertical advertisement for a business or profession.
- PAZENDAS Hotel Inglez**: An advertisement for a hotel or inn.
- Vendas**: A section listing various goods for sale, including 'Cigarras Inguez', 'Favos de mel', and 'Favos de leite'.
- PAZENDAS modernas**: An advertisement for modern farms or estates.
- Relogios**: An advertisement for watches.
- GRANDE ARMAZEN**: An advertisement for a large warehouse or store.

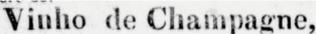
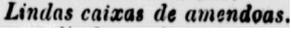
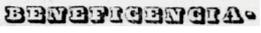
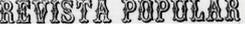
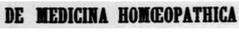
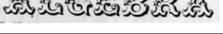
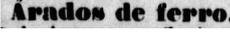
The text is justified and uses a variety of typographic styles, including bold letters and decorative elements, characteristic of the era.

Figura 122 – Edição do *Diário de Pernambuco* de 17 de dezembro de 1859

Fonte: Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Este ano foi marcado por uma gama de tipografias diferentes, contabilizando 33 fontes no total, entre estas 9 são inéditas. Assim, percebe-se que as tipografias que antes eram bastante comuns vão se tornando mais escassas, dando espaço para aquelas que vão aparecendo ao longo dos meses. (Tabela 16).

Tabela 16 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece no ano de 1859

1859					
Fonte 2		1*	Fonte 32		245x
Fonte 3		1*	Fonte 35		24x
Fonte 4		42x	Fonte 38		2x
Fonte 5		2x	Fonte 41		1x
Fonte 6		1x	Fonte 42		26x
Fonte 9		1x	Fonte 45		1x
Fonte 11		31x	Fonte 46		2x
Fonte 18		1*	Fonte 50		28x
Fonte 22		1x	Fonte 51		12x
Fonte 21		1x	Fonte 52		10x
Fonte 23		7x	Fonte 53		12x
Fonte 24		2x	Fonte 54		17x
Fonte 27		1*	Fonte 55		8x
Fonte 28		12x	Fonte 56		5x
Fonte 29		4x	Fonte 57		15x
Fonte 30		5x	Fonte 58		8x
Fonte 31		38x			

\*Tipos com número de ocorrências indeterminado

Fonte: Elaborada pela autora

Se torna comum tipos com características visuais mais diferentes daquelas vistas nos anos anteriores, como algumas tridimensionais em perspectiva, outras toscanas mais elaboradas e outras com detalhes desenhados, como o título de anúncio elaborado com uma tipografia toscana bifurcada e vazada, apresentando um efeito tridimensional (Figura 123). Destaca-se que, na palavra *PADEIROS*, um caractere tridimensional distinto do estilo toscano empregado no restante do texto é utilizado, o que sugere um possível erro na composição tipográfica ou uma substituição de um caractere ausente.

Figura 123 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 13 de maio de 1859



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

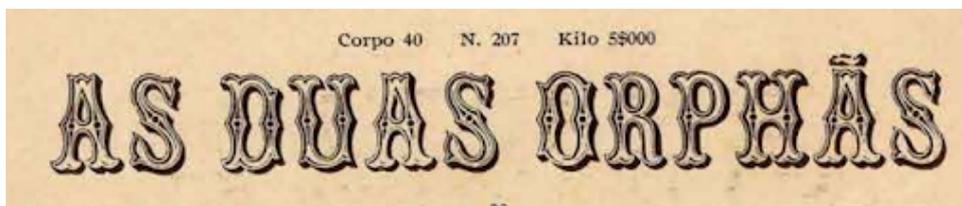
Em *REVISTA POPULAR* (Fonte 52) (Figura 124), é visto um tipo toscano bifurcado ornamentado, com detalhes nas hastes dos caracteres e na espinha do S, impresso em 15 de fevereiro 1859. Esse tipo é reconhecido no catálogo da fundição Henrique Rosa através da metodologia de sobreposição digital (Figura 125).

Figura 124 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 15 de fevereiro de 1859



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

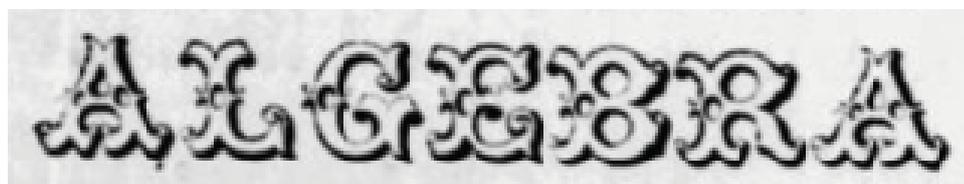
Figura 125 – Tipo toscano presente no Catálogo de Henrique Rosa



**Fonte:** Biblioteca Digital Luso-Brasileira. Disponível em: <<https://bndigital.bn.gov.br/home-custom/biblioteca-digital-luso-brasileira/>>.

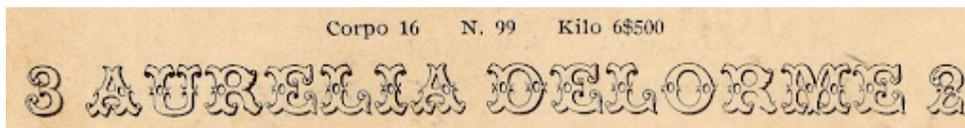
Outro tipo identificado ao longo de 1859 foi a Fonte 58, imprimindo *ALGEBRA* (Figura 126), em 15 de fevereiro de 1859. Esse desenho foi encontrado no Catálogo de Henrique Rosa (Figura 127).

Figura 126 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 15 de fevereiro de 1859



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 127 – Tipo toscano presente no Catálogo de Henrique Rosa



**Fonte:** Biblioteca Digital Luso-Brasileira. Disponível em: <<https://bndigital.bn.gov.br/home-custom/biblioteca-digital-luso-brasileira/>>.

Devido a qualidade da impressão, a Fonte 55 se mostrou difícil de identificar os detalhes. Na obra de Gray (1976), sendo atribuída a Figgins (1845), há ocorrência de um tipo similar àquele impresso em *RELOGIOS* (Figura 128), porém, ao realizar uma comparação mais atenta, percebe-se que não são impressos na mesma tipografia, apesar de serem bastante semelhantes (Figura 129).

Figura 128 – Tipos recortados da edição do *Diário de Pernambuco* de 15 de fevereiro de 1859



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Figura 129 – Tipo fantasia presente em Gray (1976)



**Fonte:** Gray (1976).

No catálogo de Haenel (1847), encontramos um tipo idêntico ao do *Diário de Pernambuco*. O tipo é caracterizado por ser uma fonte fantasia com as hastes parecidas com galhos de árvores, possuindo uma sombra preta sendo projetada para trás. (Figura 130)

Figura 130 – Tipo fantasia presente no Catálogo de Haenel (1847)



**Fonte:** Fontes Originais em Inglês da fundição, cortadora e oficina de gravação de Eduard Haenel em Berlim (1847).

Assim, podemos afirmar que os anos de 1857 a 1859 foram de grande crescimento na área gráfica para o *Diário de Pernambuco*, sendo possível identificar 19 novos tipos (Tabela 17).

Tabela 17 – Quantidade de anúncios em que cada tipografia aparece nos anos de 1857, 1858 e 1859

		1857	1858	1859			1857	1858	1859
Fonte 2		1*	1*	1*	Fonte 35				24x
Fonte 3		1*	1*	1*	Fonte 36		2x	2x	2x
Fonte 4		33x	29x	42x	Fonte 37		2x	1x	
Fonte 5		1x	6x	2x	Fonte 38		5x	4x	
Fonte 6		4x	7x	1x	Fonte 39		10x	5x	
Fonte 8			1x		Fonte 40		1x		
Fonte 9			2x	1x	Fonte 41		1x		1x
Fonte 11		1x		31x	Fonte 42		1x		26x
Fonte 13		5x	4x		Fonte 43		1x		
Fonte 16		10x	6x		Fonte 44		2x		
Fonte 17		3x	8x		Fonte 45		2x	7x	1x
Fonte 18		1*		1*	Fonte 46			2x	2x
Fonte 21		2x	2x	1x	Fonte 47			1x	
Fonte 22		1x	2x	1x	Fonte 48			1x	
Fonte 23		132x	113x	7x	Fonte 49			1x	
Fonte 24		13x	3x	2x	Fonte 50				28x
Fonte 25		4x	6x		Fonte 51				12x
Fonte 26			2x		Fonte 52				10x
Fonte 27		1*		1*	Fonte 53				12x
Fonte 28		30x	29x	12x	Fonte 54				17x
Fonte 29		30x	31x	4x	Fonte 55				8x
Fonte 30		1x	4x	5x	Fonte 56				5x
Fonte 31				38x	Fonte 57				15x
Fonte 32		54x	54x	245x	Fonte 58				8x
Fonte 33			1x						

Fonte: Elaborada pela autora

#### 4.5 IDENTIFICAÇÕES TIPOGRÁFICAS

A partir da busca em catálogos digitalizados tais como: *Specimen of printing types* (Caslon, 1785, 1841, 1844), *Specimen da Fundação de Typos Henrique Rosa* (1907-1913), *Fundição de tipos de Joh. Enschedé e filhos* (1830), *Spécimen of printing Types of the Caslon and Glasgow* (1852), *Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Gravianstalt* (Haenel, 1847) e outros, foi possível identificar alguns tipos pertencentes aos anúncios do *Diário de Pernambuco*. A partir dessa identificação, foi criada uma tabela para melhor visualizar os dados mostrados

(Tabela 18). A tabela consiste em: o número designado para a fonte, recorte da amostra, imagem da fonte, origem do tipo e ano de lançamento, e local onde foi encontrada a fonte. A coluna origem do tipo possui algumas ocorrências seguidas por um asterisco, o que significa que esses tipos encontrados são diferentes daquelas ocorridas no *Diário de Pernambuco*, que possuem algum detalhe diferente do catálogo original.

Tabela 18 – Identificação dos tipos encontrados no *Diário de Pernambuco* na década de 1850

	Recortes Diário de Pernambuco	Tipo original	Origem	Local
Fonte 5			Italian Two Line Small Pica. Página 39	Specimen of Printing Types by Caslon e Catherwood*
Fonte 8			Thorowgood, 1824	Gray (1976)
Fonte 10			Caslon, 1830	Gray (1976)
Fonte 15			Joh. Enschedé e filhos, 1830	Catálogo da Fundação de tipos de Joh. Enschedé e filhos (1830)
Fonte 16			Haenel, 1847	Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt (1847)
Fonte 19			Thorowgood, 1834	Gray (1976)
Fonte 22			Nº 241 Página 39	Specimen da Fundação de Typos Henrique Rosa
Fonte 25			Figgins, 1843	Gray (1976)
Fonte 26			Blake e Stephenson, c. 1841. German, 1834	Gray (1976)
Fonte 34			Blake e Stephenson, 1841*	Gray (1976)
Fonte 35			Haenel, 1847	Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt (1847)
Fonte 38			Joh. Enschedé e filhos, 1830	Catálogo da Fundação de tipos de Joh. Enschedé e filhos (1830)
Fonte 39			Wilson, 1843; Bruce, USA, 1837	Gray (1976)
Fonte 40			Haenel, 1847	Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt (1847)
Fonte 42			Caslon, 1842	Gray (1976)
Fonte 45			Haenel, 1847	Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt (1847)
Fonte 46			Haenel, 1847	Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt (1847)
Fonte 48			Figgins, 1837*	Gray (1976)
Fonte 52			Nº 207 Página 33	Specimen da Fundação de Typos Henrique Rosa
Fonte 55			Haenel, 1847	Schriftgiesserei, Schriftschneiderei und Graviranstalt (1847)
Fonte 58			Besley, c. 1860. German, 1864.	Specimen da Fundação de Typos Henrique Rosa

\*Tipos que foram parcialmente identificados, ou seja, que o design do Diário de Pernambuco possui diferenças se comparados aos tipos originais.

Fonte: Elaborada pela autora

A próxima seção abordará algumas reflexões sobre as mudanças tipográficas ocorridas durante década de 1850, compilando todas as ocorrências de tipos em anúncios em uma única tabela a fim de tornar a visualização dos dados da informação mais coesa e compreensível.

Tabela 19 – Quantidade de anúncios por ano em que as tipografias aparecem

		1850	1851	1852	1853	1854	1855	1856	1857	1858	1859
Fonte 1	Algodão para saccos.	136x	185x	26x							
Fonte 2	INDICADOR DOS ACCORDOS	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*
Fonte 3	Vinho de Champagne,	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*	1*
Fonte 4	Lindas caixas de amendoas.	6x	30x	26x	18x	1x		22x	33x	29x	42x
Fonte 5	VIOLEÃO		1x	1x	3x				1x	6x	2x
Fonte 6	RAPE		1x				5x	2x	4x	7x	1x
Fonte 7	SORTES PARA OS DIVERTIMENTOS		1x								
Fonte 8	HOTEL FAMILIAR		2x	1x						1x	
Fonte 9	SILVA		1x								1x
Fonte 10	SOUTHERPTON		1x								
Fonte 11	VINHOS PUROS E ESPIRITOS GENUINOS		1x			1x		2x	1x		31x
Fonte 12	PAULO CORDEIRO		1x		3x						
Fonte 13	SALSA PARRILHA DE SANDS.		1x	16x		6x	10x	126x		4x	
Fonte 14	Padaria.			3x							
Fonte 15	ATTENÇÃO.			1x							
Fonte 16	BRISTOL.			12x	19x	3x	10x	13x	10x	6x	
Fonte 17	LIVRO DE SORTES.			1x	3x	5x	20x	16x	3x	8x	
Fonte 18	NOVO MANUAL			4x	2x		1*	1*	1*		1*
Fonte 19	BRISTOL.			4x			1x				
Fonte 20	XAROPE DO BOSQUE			2x	4x						
Fonte 21	SALSA PARRILHA DE BRISTOL			1x	6x	7x	12x		2x	2x	
Fonte 22	A URNA FATAL			2x	3x	1x			1x	2x	1x
Fonte 23	DE MEDICINA HOMOPATHICA				8x	38x	144x	113x	132x	113x	7x
Fonte 24	SEBASTOPOL.				1x		2x	4x	13x	3x	
Fonte 25	SEDA DE CORDÃO				1x		5x	1x	4x	6x	
Fonte 26	PHTISICA				1x					2x	
Fonte 27	BOTICA				4x		1*	1*	1*		1*
Fonte 28	OBRAS COMPLETAS				6x	7x	31x	33x	30x	29x	12x
Fonte 29	HOMEOPATHIA.				303x	105x		59x	30x	31x	4x
Fonte 30	NOVO MANUAL				3x				1x	4x	5x
Fonte 31	Arados de ferro.				8x	1x					38x
Fonte 32	GROSSO MEIO-GROSSO E FINO.				136x	93x	146x	107x	54x	54x	245x
Fonte 33	SOCIEDADE					6x	11x			1x	
Fonte 34	SARAIVA DE S. LUIZ.					1x	2x				
Fonte 35	DR. SABINO OLEGARIO LUDGERO PINHO.					3x	8x	2x			24x
Fonte 36	25 RUA DO COLLEGIO 25					6x	12x	1x	2x	2x	
Fonte 37	TENTOS						1x		2x	1x	
Fonte 38	PIANO.							4x	5x	4x	2x
Fonte 39	DR. P. A. Lobo Maccoco.							2x	10x	5x	
Fonte 40	A. BLONDEL								1x		
Fonte 41	PIANOS								1x		1x
Fonte 42	MANUFACTURE								1x		26x
Fonte 43	CHALCOPROSIOS								1x		
Fonte 44	Terrestres								2x		
Fonte 45	BENEFICENCIA.								2x	7x	1x
Fonte 46	LIMAS CHIMICAS									2x	2x
Fonte 47	CHAPEOS									1x	
Fonte 48	DOVO									1x	
Fonte 49	N. 10.									1x	
Fonte 50	Rua Nova numero 58.										28x
Fonte 51	DRS. RAMOS & SEVE.										12x
Fonte 52	REVISTA POPULAR										10x
Fonte 53	300,000 RS.										12x
Fonte 54	MARÇO DE 1824.										17x
Fonte 55	BOSQUE.										8x
Fonte 56	TEODORA										5x
Fonte 57	JOIAS.										15x
Fonte 58	ALGEBRA										8x

Fonte: Elaborada pela autora

#### 4.6 REFLEXÕES SOBRE A DÉCADA DE 1850

A tabela mostra uma lista detalhada do número de anúncios em que as tipografias aparecem em cada ano estudado, podendo compreender quais os tipos mais populares e aqueles menos utilizados. Observam-se alguns anos com frequências notavelmente altas, chegando a mais de 100 ocorrências para algumas fontes. Por exemplo, há números como aqueles referentes a Fonte 23 (144 ocorrências em 1855) e a Fonte 29 (303 ocorrências em 1853) (Figura 131), indicando uma alta demanda por essas tipografias específicas.

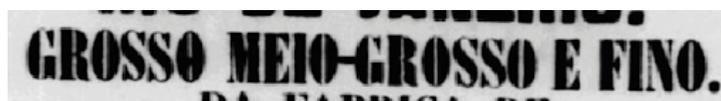
Figura 131 – Títulos de anúncios contendo as Fontes 23 e 29 respectivamente



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

Ao longo da década de 1850, foram identificadas 56 fontes distintas, com um notável crescimento das fontes ornamentadas no final do período. Essas fontes apresentam características marcantes, como tridimensionalidade, sombreados, contornos, serifas toscanas e outros detalhes, conforme mostrado na Tabela de ocorrências. A análise revela que a Fonte 32 (Figura 132) foi a mais utilizada ao longo da década, com 822 ocorrências, enquanto os tipos menos frequentes foram os desenhos das fontes enumeradas como 10, 40, 42, 43, 47, 48 e 49, cada uma aparecendo apenas uma vez.

Figura 132 – Título de anuncio impresso na Fonte 32



**Fonte:** Hemeroteca Digital Brasileira. Disponível em: <<http://bndigital.bn.gov.br/hemeroteca-digital/>>.

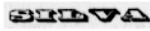
Apesar do século XIX ser marcado pela criação de tipos fantasia, aquele mais utilizado no periódico foi um tipo com bastante contraste entre as hastes e sem características ornamentais. O tipo se manteve constante a partir de 1853, tendo apenas no ano de 1859, 245 ocorrências. A Fonte 32 não é impressa em tamanhos grandes, ocupando pouco espaço na seção de anúncios, o que possibilita a sua inserção uma quantidade maior de vezes na página

Esse aumento no repertório tipográfico do *Diário de Pernambuco* reflete o processo de modernização ocorrido sob a direção de Figueiroa. A tabela de quantidade de anúncios por ano em que as tipografias aparecem evidencia uma diversificação progressiva dos desenhos tipográficos ao longo dos anos, acompanhada pela experimentação com diferentes tipos em um mesmo anúncio.

Entre 1851 e 1853, começam a aparecer fontes que Cunha Lima (2006) classifica como *fantasia* nos títulos dos anúncios, embora ainda fossem minoria. A maioria dos anúncios mantinha um estilo de matéria oitocentista tradicional. Entre 1854 e 1856, houve uma leve estagnação, com o surgimento de apenas sete novas fontes em três anos. Já no período de 1857 a 1859, houve um aumento expressivo, com 19 novos tipos, a maioria sendo fontes toscanas e fantasia, refletindo a popularidade dos novos desenhos emergentes.

O ano de 1859 foi marcado pelo grande uso de tipos com efeitos tridimensionais (Figura 133), totalizando 69 ocorrências ao longo do período. As fontes 3D são dadas muitas vezes por desenhos com características conhecidas adicionadas de sombras projetadas para trás, como é o caso da Fonte 38, que possui serifas toscanas.

Figura 133 – Fontes tridimensionais de 1859.

Fonte 9		1x
Fonte 38		2x
Fonte 41		1x
Fonte 45		1x
Fonte 51		12x
Fonte 53		12x
Fonte 54		17x
Fonte 57		15x
		61x

**Fonte:** Elaborado pela autora

Cunha Lima (2006) investigou os exemplares do *Almanack Laemmert*, buscando neles informações sobre o início da atividade de fundição comercial de tipos no Brasil, dialogando com esta pesquisa por se tratar de um trabalho histórico acerca do século XIX. A autora

---

utiliza a metodologia de busca em exemplares digitalizados postos à disposição dos leitores, observando os almanaques e relatórios ministeriais sobre a Imprensa Nacional, bem como realizamos nesta pesquisa ao analisar os exemplares do *Diário de Pernambuco*.

Ao decorrer do trabalho surgiram outras questões acerca das tipografias coletadas, como de onde vieram os tipos e quem possuía a autoria deles. Não foi possível identificar grande parte dos tipos, uma vez que não foram encontrados na obra de Gray (1976) e no catálogo de Henrique Rosa. Ainda restam dúvidas a serem respondidas sobre o uso dessas tipografias, como quais tipos eram preferidos em diferentes segmentos de anúncios, entre outras. Essas perguntas poderão ser exploradas em pesquisas futuras.

Capelato (2015) dialoga que a imprensa se tornou material de pesquisa valioso para estudar uma determinada época, sendo uma fonte de estudo bastante rica. Para a autora, pesquisas sobre a imprensa começam a ter destaque na historiografia brasileira a partir de 1970 e 1980, e desde então os jornais se tornaram um corpus apropriado para o ofício do historiador.

A autora também aponta que, através da imprensa, pode-se ter registrado a vida cotidiana de uma sociedade em seus vários aspectos, o que permite ao historiador compreender como viveram os indivíduos de outras épocas. Não só os “ilustres”, mas também os sujeitos anônimos. No caso dos jornais, especificamente no recorte referente ao século XIX, os sujeitos anônimos se tornam aqueles por trás da feitura do impresso, aqueles de quem as pessoas nunca ouvem falar, mas que estiveram de alguma forma relacionados ao processo de impressão.

Em *Dom Quixote na tipografia*, texto escrito por Chartier em 2002 na obra *Desafios da escrita*, o autor escreve sobre como a multiplicidade de operações possíveis define o processo de publicação como algo colaborativo, onde diversas mãos tocam e alteram o impresso, não podendo assim a materialidade do texto e a textualidade do objeto estarem separadas. Com isso, é possível afirmar que a alma do texto é também moldada pelos tipógrafos, editores e revisores, e por todos que participam de alguma forma nesse processo de produção.

## 5 CONCLUSÕES

O *Diário de Pernambuco* foi lançado em 7 de novembro de 1825 por Antonino José de Miranda Falcão, com o objetivo de circular diariamente como uma folha de anúncios para “facilitar transações” e noticiar. Falcão, um ex-padre e professor de português, já havia trabalhado na impressão do *Typhis Pernambucano*, fundado por Frei Caneca, em sua própria oficina. Após a Confederação do Equador em 1824, ele foi preso, mas posteriormente libertado para assumir a Tipografia Nacional devido à escassez de mão de obra qualificada. Assim, ele imprimiu o primeiro exemplar do *Diário* usando tipos e prelos do *Aurora Pernambucana*.

Já em 1835, o *Diário de Pernambuco* foi vendido a Manoel de Figueroa Faria, que incorporou sua própria tipografia e alterou o formato e a estética do jornal, incluindo um novo cabeçalho e tipos modernos para os títulos. Ele aumentou o tamanho da página e passou a usar três colunas. Sob a nova administração, o *Diário* adotou um tom mais pragmático, focando em notícias estrangeiras e comerciais para atender melhor as necessidades dos leitores. Figueroa, que possuía uma das maiores tipografias de Pernambuco, também foi pioneiro na impressão de livros no estado.

Na segunda metade do século XIX, o *Diário* tornou-se um centro de debates literários e científicos, publicando textos de figuras importantes como Fagundes Varela, Rui Barbosa e Castro Alves. Esse período é lembrado como a “idade de ouro” do jornal, marcado por uma variedade de temas e modernização do jornal.

Nos anos finais do século, o *Diário* expressou apoio à abolição da escravidão. Quando a abolição foi decretada em 1888, o jornal celebrou a conquista, dispensando seus trabalhadores para participar das festividades e publicando edições comemorativas que refletiam o espírito de liberdade da época.

Os tipos display são uma das grandes contribuições do século XIX, uma vez que, com a revolução industrial e o aumento da concorrência, se tornou necessário aderir a uma comunicação em massa, impulsionando assim o desenvolvimento de impressos de material publicitário, anúncios e cartazes (MEGGS; PURVIS, 2009). Agora não era mais suficiente que os tipos fossem utilizados apenas para compor textos, eles precisavam ser chamativos e convidativos à vista. Assim surgem designs cada vez mais ornamentados e detalhados.

É importante para a história do *Diário de Pernambuco* a atualização de sua visualidade em períodos de grandes mudanças, como a revolução industrial e a modernização. A pesquisa se

concentra no uso de tipos móveis nos anúncios do *Diário de Pernambuco* durante a década de 1850, buscando demonstrar o crescimento da variedade tipográfica nesse período. A década foi escolhida devido ao crescente uso de novas tipografias, marcando sua “época de ouro”.

Como resultado da pesquisa foi visto que houve um grande aumento do repertório tipográfico do *Diário de Pernambuco* durante a década de 1850, modificando também a forma com que os anúncios eram diagramados e dispostos nas páginas, assim como a mancha gráfica ao passar dos anos.

Foi visto durante a coleta dos títulos dos anúncios que era bastante comum terem tipos de fontes diferentes em uma mesma palavra, ou seja, mais de um desenho tipográfico em uma palavra. Chartier (2002) escreve sobre a pluralidade do processo de produção dos textos, caracterizando o processo como colaborativo, passando por diversas mãos. Com isso, deduzimos que essas trocas, ou “erros”, poderiam ser causadas muitas vezes pela multiplicidade do processo, o que ilustra a realidade dos profissionais que compunham ou até mesmo sobre a organização das tipografias as quais possuíam.

Schapochnik (2008) afirma que os autores não escrevem livros, eles “são fabricados por copistas e outros artífices, por operários e outros técnicos, por prensas e outras máquinas” (SCHAPOCHNIK, 2008, p.374). Sendo assim, entre a realidade conceitualizável do discurso e a materialidade do texto existem processos mediadores, que podem acarretar em erros. Machado de Assis, iniciado nas artes tipográficas em 1856-1958 advertia:

Tenho medo quando escrevo a palavra parlamento ou parlamentar. Um descuido tipográfico pode levar-me a um trocadilho involuntário. Sistema parlamentar, composto às pressas, pode ficar um sistema para lamentar. Note-se bem que eu falo do erro de ser composto às pressas ou mal composto ... pelos compositores (SCHAPOCHNIK, 2008, p.387).

O autor comenta sobre a hierarquia que se traduzia no cumprimento de diferentes funções e atividades, no emprego de utensílios e materiais necessários para realizar as etapas entre o manuscrito e o impresso, bem como no convívio com diferentes condições de luminosidade, ruído e limpeza (SCHAPOCHNIK, 2008). Para Ogier (2023), em *Manual da Tipografia Brasiliense*, os corretores devem estar separados, longe de qualquer distração. A composição, compreendida como montagem das palavras, linhas, páginas e folhas, também necessitava de condições técnicas e materiais. Na oficina dos compositores deve haver um profundo silêncio a fim da composição não sair defeituosa e não atrapalhar os outros trabalhadores. Já para a impressão, a atenção deveria concentrar-se no controle dos equipamentos e acessórios que garantiriam a integridade dos meios de produção e a qualidade final do produto. Além disso,

---

um autor deve mandar o seu Original com boa ortografia e pontuação, tudo isso para evitar a perda de tempo dos compositores e garantir que o impresso seja cópia mais fiel possível do original.

Sendo assim, é possível encontrar esses erros tipográficos em impressos compostos à mão, como aqueles do *Diário de Pernambuco* apresentados ao longo da pesquisa.

Devido a má qualidade dos impressos e ao fato de não termos acesso ao material físico do *Diário*, não foi possível identificar algumas tipografias, uma vez que pequenos detalhes diferenciam uma da outra. Sendo assim, foi contabilizado o máximo de tipografias identificadas, podendo haver algumas que não foram encontradas devido a estas restrições.

Através dessa pesquisa, buscou-se contribuir para uma melhor visão do panorama das tipografias utilizadas no maior jornal do Recife no século XIX, o *Diário de Pernambuco*, que hoje se consolidou como o mais antigo jornal em circulação da América Latina. A partir do material coletado, há a possibilidade de desenvolver diversas outras pesquisas, explorando diferentes aspectos da cultura gráfica do jornal.

É interessante também estudar as tipografias do jornal a partir dos exemplares físicos. A análise dos exemplares físicos permite uma compreensão mais detalhada e precisa das tipografias utilizadas, como os tamanhos dos tipos. Trabalhando com essas fontes primárias é possível expandir a presente pesquisa e identificar tipos que não foram passíveis de identificação por meio de reproduções ou digitalizações, proporcionando uma visão mais completa da evolução visual do jornal.

Futuras pesquisas também podem explorar outros aspectos tipográficos do *Diário de Pernambuco*, como a disposição do texto nas páginas, o uso de títulos e subtítulos, o impacto das ilustrações no contexto tipográfico, o uso de clichês e a relação entre texto e imagem na construção de uma identidade gráfica. Esses estudos poderiam revelar como a materialidade do jornal refletia e influenciava as mudanças sociais, políticas e culturais da época.

## REFERÊNCIAS

- ARAGÃO, I. R. *Tipos móveis de metal da Funtimod: contribuições para a história tipográfica brasileira*. Tese (Doutorado) — Universidade de São Paulo, São Paulo, 2016.
- ARAGÃO, I. R.; CUNHA LIMA, E. L. Um estudo comparativo entre a fundição de tipos henrique rosa e a funtimod. *InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação*, Sociedade Brasileira de Design da Informacao, v. 16, n. 3, p. 419–433, nov. 2019. ISSN 1808-5377. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.51358/id.v16i3.763>>.
- ARAGÃO, I. R.; FARIAS, P. L.; CUNHA LIMA, E. L. A study on brazilian type foundries specimens from the 19th and 20th centuries. In: *Proceedings of the 6th Information Design International Conference*. Editora Edgard Blücher, 2014. (CIDI 2013), p. 1399–1407. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5151/designpro-CIDI-131>>.
- ARAUJO, G. O. d.; MAGER, G. B. O caráter imagético da tipografia: as raízes futuristas do uso das palavras enquanto imagem. *DAPesquisa*, Universidade do Estado de Santa Catarina, v. 9, n. 12, p. 182–201, set. 2018. ISSN 1808-3129. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5965/1808312909122014182>>.
- AREZIO, A. *Dicionário de termos gráficos*. São Paulo: Com-Arte, 2017.
- BAUER, M. W. Análise de conteúdo clássica: uma revisão. In: *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis, RJ: Editora Vozes, 2002. p. 189–217.
- BHATIA, V. K. Análise de gêneros hoje. tradução de benedito gomes bezerra. *Revista de Letras*, 2001.
- BRINGHURST, R. *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Editora Cosac Naify, 2005.
- CAMARGO, M. de; GORDINHO, M. C. *Gráfica: Arte e Indústria no Brasil: 180 anos de história*. São Paulo: Bandeirante, 1991.
- CAMPOS-TOSCANO, A. F. *O percurso dos gêneros do discurso publicitário: uma análise das propagandas da Coca-Cola*. Editora UNESP, 2009. ISBN 9788579830112. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.7476/9788579830112>>.
- CANDIDO, A. *O romantismo no Brasil*. São Paulo: Editora Humanitas, 2004.
- CAPELATO, M. H. R. A imprensa como fonte e objeto de estudo para o historiador. In: *História das Américas: fontes e abordagens historiográficas*. São Paulo: Humanitas, 2015.
- CARDOSO, R.; LUSTOSA, I.; ANDRADE, J. M. F. de; GARCIA, L. *Impresso no Brasil, 1808-1930: destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.
- CARVALHO, A. de. *Annales da imprensa periodica pernambucana de 1821-1908: dados historicos e bibliographicos coleccionados*. Recife: Typographia do "Journal do Recife", 1908.
- CHARTIER, R. *Os desafios da escrita*. São Paulo: Unesp, 2002.
- CLAIR, K.; BUSIC-SNYDER, C. *Manual de tipografia: a história, a técnica e a arte*. [S.l.]: Bookman Editora, 2009.

- CLAYE, J. Manual do aprendiz compositor. *São Paulo: Com-Arte*, 2017.
- CUNHA LIMA, E. L. Fundidoras de tipo do século XIX Anunciantes no Almanack Laemmert. *Relatório de pesquisa. Biblioteca Nacional, dez*, 2006.
- CUNHA LIMA, E. L. Pinart e Balonchard, fundidores de tipo no Rio de Janeiro Oitocentista. *InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação*, Sociedade Brasileira de Design da Informacao, v. 6, n. 2, p. 1–6, set. 2010. ISSN 1808-5377. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.51358/id.v6i2.74>>.
- CUNHA LIMA, E. L.; FIGUEREDO, A. L.; CIDRINI, C. A. C. Fontes toscanas no Almanak Laemmert do Rio de Janeiro durante o século XIX. *Blucher Design Proceedings*, v. 2, n. 2, p. 1634–1645, 2015. ISSN 2318-6968. Disponível em: <[http://doi.org/10.5151/designpro-CIDI2015-congic\\_48](http://doi.org/10.5151/designpro-CIDI2015-congic_48)>.
- DIOGO, M. A. J. *A tipografia de caracteres móveis no contexto da produção editorial contemporânea*. Dissertação (Mestrado) — Universidade de Lisboa, Lisboa, 2016.
- DIXON, C. Typeface classification. 2002.
- ELLER, E. N. *Convergências Tipográficas: Uma análise crítica de impressos luso-brasileiros dos séculos XVIII e XIX como um fundamento para práticas contemporâneas em design de tipos*. Tese (Doutorado) — Universidade de Lisboa (Portugal), 2020.
- FARIAS, P. L.; CUNHA LIMA, E. Transatlantic eccentricities: tuscan typefaces as an example of transnational typographic taste. *Communication Design*, Informa UK Limited, v. 4, n. 1–2, p. 4–20, jul. 2016. ISSN 2055-7140. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/20557132.2016.1275452>>.
- FARIAS, P. L.; SILVA, F. L. Classificações tipográficas: sistemas de classificação cruzada. In: *Anais do P&D Design*. [S.l.: s.n.], 2004.
- FONTANA, R. De signos y siglos. *Barcelona. Univt*, 2018.
- GRAY, N. *Nineteenth century ornamented typefaces*. [S.l.]: University of California Press, 1976.
- JAMBO, A. *Diário de Pernambuco, história e jornal de quinze décadas: edição comemorativa do Sesquicentenário: 1825-1975*. Recife: Diário de Pernambuco, 1975.
- KAUFMAN, A. M.; RODRÍGUEZ, M. E. Escola, leitura e produção de textos. *Porto Alegre: Artmed*, p. 13, 1995.
- LOTUFO, L. B. *Rostos tipográficos: a tipografia das folhas de rosto impressas na cidade de São Paulo (1836-1918)*. Dissertação (Mestrado) — Universidade de Sao Paulo, São Paulo, 2019. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.11606/D.16.2019.tde-26112019-163108>>.
- LUPTON, E. *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. [S.l.]: Editora Olhares, 2021.
- MARCOS, J.-J. Letras capitulares: Concepto, historia, evolución y uso tipográfico. *Plasencia:[sn]*, 2007.

- MARTINS, F. d. O.; CUNHA LIMA, E.; CUNHA LIMA, G. O engenhoso pioneiro da tipografia da província do grão-pará-joão francisco madureira. In: *8º Congresso Internacional de Design da Informação/8º Congresso Nacional de Iniciação Científica em design da informação*. [S.l.: s.n.], 2018. p. 1196–1207.
- MEGGS, P. B.; PURVIS, A. W. *História do design gráfico*. [S.l.]: Cosac Naify, 2009.
- MOLINA, M. M. *História dos jornais no Brasil*. [S.l.]: Editora Companhia das Letras, 2015.
- MOXTON, J. *Moxon's Mechanick Exercises*. [S.l.]: Typothetæ of the city of New York, 1683. v. 1.
- NASCIMENTO, L. do. *História da Imprensa de Pernambuco (1821 - 1954)*. 2. ed. Recife, PE: Universidade Federal de Pernambuco, 1966. v. 2.
- NASCIMENTO, L. do. *História da Imprensa de Pernambuco*. 2. ed. Recife, PE: Universidade Federal de Pernambuco, 1968. v. 1.
- OGIER, R. *Manual da Tipografia Brasiliense*. Rio de Janeiro: Comarte, 2023.
- PEIXOTO, A. *Castro Alves, o poeta e o poema*. [S.l.]: Livrarias Aillaud e Bertrand, 1922.
- PINSKY, C. B. et al. *Fontes históricas*. 2. ed. São Paulo: Contexto, 2008.
- RAMIRES, M. F. Tipografias e tipógrafos em pernambuco, 1815-1824. *CLIO: Revista de Pesquisa Histórica*, Universidade Federal de Pernambuco, v. 35, n. 1, p. 136–153, jan. 2017. ISSN 2525-5649. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.22264/clio.issn2525-5649.2017.35.1.al.07>>.
- REBOUÇAS, Â. C. R. d. N.; BASTOS, A. K. P. d. H. Os anúncios publicitários do século XIX e XX: tradições discursivas nos jornais do Recife. In: *Simpósio Nacional de Linguagens e Gêneros Textuais*. Campina Grande: Realize Editora, 2017. v. 4. ISSN 2527-0028.
- RIZZINI, C. *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822*. [S.l.]: Livraria Kosmos Editora, 1945.
- SAMPAIO, R. *Propaganda de A A Z, 4a*. Elsevier Editora Ltda., 2013. ISBN 9788535260816. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books?id=lxneZMFUte8C>>.
- SANT'ANNA, A. *Propaganda: teoria, técnica, prática*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2005.
- SANTOS, A. M. A atividade tipográfica em pernambuco e a construção da biblioteca pública no século XIX - cadernos de Olinda, v. 3, p. 42-47, 2006. 11 2006.
- SCHAPOCHNIK, N. Malditos tipógrafos. In: *Imagens na história*. São Paulo: HUCITEC/Aderaldo & Rothschild, 2008.
- SILVA, P. d. O. e. Garatuja como categoria para o trabalho com imagens medievais. In: *Encontros com as Imagens Medievais*. Macapá: UNIFAP, 2017. p. 184–199.
- SILVA, W. B. da. *O Recife no século XIX: Outras Histórias (1830-1890)*. Recife: Paco e Littera, 2019.

---

SMEIJERS, F. *Contrapunção: fabricando tipos no século dezesseis, projetando tipos hoje*. [S.l.]: Estereográfica, 2015.

SOUSA, M. M. F. d. *A linguagem do anúncio publicitário*. Fortaleza: Imprensa Universitaria, 2017.

SOUSA, M. M. F. d.; LOPES, A. K. C. A hiperlexicalização em gêneros anúncios. *Revista de Letras*, 2011.

SOUZA, M. d. A pesquisa científica e seus títulos. *Revista Conhecimento em Ação*, v. 7, n. 1, p. 3–23, jun. 2022. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/rca/article/view/52267>>.

VASCONCELOS, J. d. et al. *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Província de Pernambuco para o anno de 1861*. Recife: [s.n.], 1861.

VASCONCELOS, J. d. et al. *Almanak Administrativo, Mercantil e Industrial da Província de Pernambuco para o anno de 1861*. Recife: [s.n.], 1894.

VESTERGAARD, T.; SCHRODER, K.; SANTOS, J. A. dos; SOUZA, G. C. C. de. *A linguagem da propaganda*. [S.l.]: Martins Fontes, 1996.