

# **Identidade nacional e design gráfico: discussão através da análise de reclames do Parque Souza Soares (Pelotas/RS)**

*Paula Garcia Lima\**  
*Francisca Ferreira Michelon\*\**

## **Resumo**

O presente trabalho intenta discutir a existência de identidades nacionais, bem como de sua representação através do design, partindo da hipótese colocada por Cardoso<sup>1</sup> (2000 e 2005), autor de referência para este trabalho, de que até o final dos anos 1950 e 1960 foi um momento em que para a produção gráfica brasileira não importava as influências de modelos estéticos estrangeiros reconhecidos como do construtivismo, neoplasticismo, Bauhaus e Ulm. Para orientar este debate nos debruçamos na análise de peças gráficas que remontam, possivelmente, as três primeiras décadas do século XX. Estas peças foram produzidas para o laboratório farmacêutico do Parque Souza Soares que funcionou na cidade de Pelotas, Rio Grande do Sul e, segundo a hipótese apontada, enquadraram-se como portadoras de uma legítima identidade brasileira no design. A partir desse estudo de caso buscamos refletir sobre a existência de uma identidade nacional no design e os meandros envolvidos neste processo.

**Palavras-chave:** Design gráfico. Identidade nacional. Parque Souza Soares.

## Introdução

Durante pesquisa sobre o Parque Souza Soares, Paula Garcia Lima (2009)<sup>2</sup> defrontou-se com fontes que sugeriram que a autora retomasse uma discussão presente na história do design nacional: a questão da identidade. As peças gráficas que formam o conjunto de reclames elaborados para os medicamentos do Laboratório Souza Soares mobilizaram a atenção das pesquisadoras (Paula Garcia Lima; Francisca Ferreira Michelin, 2009), não pelo ineditismo de forma, processo ou utilização, mas pela imanência de alguns aspectos associados e presentes nos exemplares do conjunto. A datação imprecisa das peças foi sendo balizada por comparação com outros exemplares de outros lugares, tanto pela análise dos elementos gráficos quanto das possíveis técnicas gráficas empregadas, permitindo que se aceitasse os marcos temporais entre 1900 e 1930, tanto para a produção quanto para a veiculação do material referido. Ora, essas peças apresentam temas que foram recorrentes no período, o estilo dos grafismos reflete tendências do Art Nouveau e Art Déco, próprios, no Brasil, naquela altura. Do amplo conjunto montado com essas peças, alguns reclames foram destacados e constituem a motivação para esse artigo e o foram, justamente, por se apresentarem com evidência no recorte temporal e pelos sentidos sociais que sugeriram.

O recorte temporal abordado, em função do entendimento de alguns autores, nos levou a problematizar a possibilidade de as peças gráficas que constituem esse conjunto serem realmente representantes de um design legitimamente brasileiro e, mais especificamente, pelotense. Assim, este trabalho buscou averiguar na seleção feita, se é possível perceber nelas ou a partir delas, o sopro de um possível design brasileiro, fato que traduziria ao presente a existência de uma identidade nacional na produção daquele tempo. Para sequer considerar essa possibilidade, foi decisão prévia admitir que estas peças são produto de design gráfico, e que há na produção do design uma possibili-

dade de relacioná-lo com as identidades dos grupos nos quais se opera a produção. Começaremos, então, informando o contexto no qual essa produção gráfica surgiu.

## **O Parque Souza Soares**

O planejamento de fundação do Parque Pelotense e seu respectivo laboratório remontam ao ano de 1881, quando José Alvaros de Souza Soares (mais conhecido como Visconde de Souza Soares) comprou uma grande extensão de terras em Pelotas, cidade localizada ao sul do Rio Grande do Sul (RASSIER, 2003, p.25), na qual fez grandes investimentos para então inaugurar, dois anos após, o Parque Souza Soares conhecido, primeiramente, como Parque Pelotense. Este Parque possuía dentro de seus limites, um laboratório farmacêutico de designação homônima, para cujo êxito contribuiu as experiências anteriores de seu fundador que foi o responsável pela criação da terceira farmácia em Pelotas e a primeira de homeopatia, o Laboratório Homeopathico Rio-Grandense, no ano de 1874 (RASSIER, 2003, pp.22 - 26) (NUNES, 2007). Após um caminho de diversas bifurcações – que incluem questões familiares e a abertura de um novo laboratório na cidade do Porto em Portugal – o Parque Pelotense entrou em decadência. Embora não exista uma data precisa para o seu fechamento, após um processo de inventário iniciado no ano de 1956, foi então decretada a falência da Sociedade Souza Soares no Brasil. (RASSIER, 2003, p.46-51; SOUZA SOARES, [s.d.], p.187 - 191).

O Parque situava-se no bairro hoje denominado Fragata e comunicava-se com a cidade de Pelotas através de linha telefônica e bondes que percorriam o trajeto do centro da cidade a ele em 25 minutos. Possuía mais de 300 mil metros quadrados de área e compreendia, além do laboratório farmacêutico, granja, jardins com estufas, bosques, labirintos, fontes, praças, espaçosas ruas e passeios, restaurante, residências para os empregados, fábricas dos medicamentos, escola, capela e uma tipografia (SOUZA SOARES,

[s.d.], p.191-199). A existência dessa última indica tanto o interesse quanto a possibilidade econômica do proprietário em investir na produção própria dos materiais gráficos de identificação e divulgação dos medicamentos e do estabelecimento. Alguns depoimentos da época constroem uma projeção do que foi esse local, hoje totalmente inexistente, como é o caso do jornal O Paiz que o descreve da seguinte maneira:

O Parque Pelotense, com seu estabelecimento industrial-pharmaceutico, acha-se situado na principal estrada de comunicação que tem a cidade de Pelotas com a campanha. Denomina-se esta estrada do Fragata, proveniente do arroio do mesmo nome que corta este logar; tem uma largura de 50 metros e está preparada com a devida solidez, graças aos esforços proprietário do Parque, o Sr. José Alvares de Souza Soares, que, á sua custa e com auctorisação da camara municipal, procedeu aos devidos reparos, dispendendo quantia avultada. N'esta estrada, pois, a dois kilometros da cidade, é que se acha a entrada principal do Parque Pelotense. (SOUZA SOARES, [s.d.], p.193)

E o mais importante jornal da cidade, no período, Diário Popular, em 1906 descreve a tipografia em matéria datada de 24 de março:

No Parque Pelotense, em seus vastos laboratórios e importante secção typographica, cujas dependências foram tambem augmentadas, novas e custosas machinas vêm de ser installadas, como vimos, ha pouco, por occasião da visita ahi feita pelos dignos commandante e officiaes da canhoneira portugueza Patria. Também foi ahi substituido o motor que fazia funcionar todas as machinas das diversas secções, por um outro de grande força motriz, dos fabricantes Drake e Gorham, de Londres. (SOUZA SOARES, [s.d.], p.198)

Esses dados levam a crer na importância do Parque na cidade e, da mesma forma, da autonomia econômica que a indústria farmacêutica que o sustentava, detinha. Segundo testemunhos de descendentes do Visconde de Souza Soares, transcritos no trabalho de Rassier (2003, p.71), o Parque tinha grande importância não só para a cidade de Pelotas, mas, também, para todo Rio Grande do Sul,

sendo uma referência em termos de apoio aos seus funcionários, oferecendo a eles escola, refeitório (onde podiam fazer duas refeições diárias) e proporcionando todas as condições de sanidade para o seu trabalho. Os depoimentos apontam que as homeopantias produzidas pelo laboratório do Parque eram consideradas eficientes e tinham uma grande demanda, procurados, inclusive, por cidadãos de outras localidades. Além do seu laboratório farmacêutico, este empreendimento teve como alavanca para a sua popularidade as atividades de lazer e turismo que ofertava, trazendo muitas pessoas de fora para visitá-lo e, assim, captando muitos recursos para a cidade que lhe sediava. Era um lugar muito conhecido por suas grandiosas e originais festas (RASSIER, 2003, p.65).

## **Identidade nacional e Design Gráfico**

Tendo em vista que o presente estudo está focado na análise de peças gráficas inseridas nas primeiras décadas do século XX, são fundamentais que sejam tecidos alguns esclarecimentos. Ressalta-se que se trabalhou sobre um produto que se considera enquadrado naquilo que, hoje, entende-se por design gráfico e, neste sentido, é importante refletir sobre essa questão do entendimento contemporâneo sobre este campo profissional. Sabe-se que a maior parte dos pesquisadores que investiga a origem do design no Brasil compartilha a ideia de que a mesma se deu entre o final da década de 1950 e início da década de 1960, amparando-se no marco fundamental da criação da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI) no Rio de Janeiro. No entanto, embora o objeto de estudo deste trabalho esteja compreendido em um período anterior à formação acadêmica de designers, trabalharemos com a hipótese de que o que foi produzido no Parque Souza Soares pode ser considerado como design, com base no que afirma Rafael Cardoso (2005, p. 7-8) ao observar que cem anos antes deste marco já existiam atividades projetuais fortemente notáveis, das quais resultaram peças gráficas de grande complexidade conceitual,

sofisticação tecnológica e valor econômico, ou seja, com as características que o termo design, de acordo com a compreensão contemporânea, suscita.

A partir deste entendimento, objetiva-se conferir a ideia de que as peças gráficas que estão sendo analisadas nesta pesquisa configuram-se como design gráfico e, assim, participam da constituição da memória do design brasileiro e pelotense. Também se faz importante retomar outro entendimento do autor citado, que se contrapõe à ideia corrente de ter o design brasileiro surgido por volta de 1960. A data, tida como nascedouro da profissão, marca, segundo Cardoso, a ocorrência de uma ruptura, com a qual se pretendeu dar início a um novo paradigma de ensino e de exercício profissional do designer. Esta ruptura está relacionada à institucionalização das vanguardas artísticas históricas que ocorreu mundialmente entre os anos 30 e 60 do século XX, repercutindo, no Brasil, na implantação da ideia de um design moderno no final de década de 50 e início da década de 60, para o qual concorria a importação de modelos estrangeiros. Com base nestas constatações, Cardoso acredita que o conhecimento das atividades projetuais anteriores a 1960 podem configurar uma legítima identidade brasileira no design, uma vez que as soluções obtidas não se faziam sob a influência de doutrinas estéticas estrangeiras reconhecidas como do construtivismo, neoplasticismo, Bauhaus e Ulm (CARDOSO, 2005, p.10-12). Então, a partir do pensamento do autor, nosso objeto de estudo poderia ser considerado como constituído de peças gráficas que remetem a uma legítima identidade brasileira no design.

Sublinhando a possibilidade da existência de um design brasileiro ter existido, de fato, anteriormente às influências estéticas vindas de outros países, nos reportarmos aos trabalhos de Rezende (2003, p.85-92; 2005, p.44-57), nos quais ela faz um estudo acerca da identidade da nação brasileira oitocentista através da análise de rótulos de produtos consumidos. A autora observa como naquele contexto estavam em cena os chamados processos de modernização das nações, sendo que, no Brasil gerou-se um projeto moderno apoiado

nos conceitos de civilização e progresso, notoriamente moldados na exemplaridade importada de países estrangeiros, tidos como modelares. O espelho do Brasil, portanto, refletia o estrangeiro.

Percebemos através das análises da autora que, mesmo em uma época em que não se impunha uma doutrinação estética estrangeira, os olhos estavam direcionados para além de nossas fronteiras. Aproximando a discussão do nosso objeto de estudo, destacamos que as peças gráficas que analisaremos neste ensaio apresentam ilustrações de mulheres trajadas segundo a moda europeia, ou seja, há uma idealização do gênero feminino espelhada em outro contexto. A partir deste espectro, podemos notar a complexidade que há em falarmos sobre identidade nacional, seja identidade cultural de forma mais ampla, seja na questão específica de uma identidade no design.

A questão da identidade nacional brasileira no design é problematizada por Villas-Boas (2002, p.41-42), começando o autor por justificar o seu raciocínio remontando à nossa colonização. Pautado nas ideias de Boaventura de Souza Santos, Villas-Boas esclarece que Portugal era um país que considerava as suas colônias como primitivas e selvagens, ao passo que seus países vizinhos europeus viam o próprio país lusitano com estas mesmas características. Esta ambiguidade de um país europeu, porém visto como primitivo, ser o nosso colonizador repercutiu na identidade brasileira através de conceitos opostos como periférico/central, branco/mouro, dentro/fora da Europa.

Os países colonizadores incutiam nos colonizados a sua identidade europeia, dita universal. Tal fato causou uma repercussão, que alcançou o Brasil do século XIX que já estava a vislumbrar a troca de posição de colônia para país independente. É neste contexto que se define notório quadro de segregação entre os grupos sociais. A elite, composta por herdeiros de europeus, identificava-se facilmente com as heranças culturais da Europa; já os negros, submetidos a condições subumanas de trabalho, não eram vistos como possíveis integrantes da sociedade nacional. Isto

fez com que as classes subalternas, sem parentesco próximo com os europeus, vissem a si próprios como outros (HALL, 1996; REZENDE, 2003; VILLAS-BOAS, 2002).

Este prelúdio no qual problematizamos as identidades nacionais tem por objetivo alertar para a complexidade que permeia esta discussão e apontar para o fato de que estas identidades são construções híbridas atravessadas por influências inevitáveis. As identidades nacionais, de acordo com Hall (1999, p.47-57), não são inatas, são discursos de representação que organizam as nossas ações e a concepção que temos de nós mesmos, edificando sentidos de nação, com os quais estabelecemos elos de identificação, emergindo, assim, o sentimento de pertencimento e compartilhamento de experiências.

Hall (1999, p.57-61) ao desenvolver sua concepção acerca das identidades nacionais também questiona a possibilidade de estas serem construções realmente unificadas, considerando as inevitáveis diferenças culturais na sua constituição. Para o autor, as identidades nacionais não se resumem simplesmente em um ponto de identificação e união, pois nelas estão engendradas questões culturais como, por exemplo, situações nas quais o fato de os dominadores reprimirem as identidades dos dominados, influenciado-as sem a menor ingenuidade, conforme já mencionamos.

### **Discutindo a identidade nacional no design dos reclames**

A ideia de existência de uma identidade nacional e, conseqüentemente, de um design representativo da nacionalidade brasileira é discutível. Esse axioma motivou-nos a analisar algumas peças do conjunto referente aos medicamentos do laboratório do Parque Souza Soares. O estímulo para a discussão que se pretende engendrar ao longo do trabalho é verificar como no período dentro do qual se dataram as peças sugere-se um panorama de intensos trânsitos que reportaria à impossibilidade de com-



por uma identidade em meios de natureza industrial. Quatro peças foram selecionadas, porque dizem respeito a dois medicamentos produzidos pelo Laboratório Souza Soares que eram muito consumidos na época, portanto dirigiam-se a amplo público. O primeiro, Luesol, era um depurativo sem álcool indicado para homens e mulheres de todas as idades, usado para purificação do sangue, para cura da sífilis, para o fortalecimento do organismo, aumento de glóbulos vermelhos e aumento de peso. Já o outro, a Radiolina, era um medicamento propagandeado como a Maravilha do Lar, receitado para os acidentes mais comuns e variados como torções, pisaduras, queimaduras, cortes, dores, feridas, hemorragias, escoriações, tumores etc. A Radiolina, de acordo com cada caso, podia ser usada tanto interna quanto externamente (RECREIO E UTILIDADE, 1918).

O critério para seleção das peças referentes a estes medicamentos se deve à verificação da recorrência de elementos gráficos característicos da Art Art Nouveau e da Art Déco, conforme apontamos na introdução. Estes estilos, por serem considerados estilos universais, são grandes motivadores dentro da nossa discussão acerca da existência, ou não, de uma identidade nacional representada através do design gráfico. O método de análise das imagens foi operante tanto na definição do conjunto observado quanto durante o estudo, que se desenvolveu a partir de uma perspectiva iconográfica, ou seja, pela identificação dos elementos postos no quadro, pela relação desses elementos entre si e pelo contexto visual ao qual se referiam. Os elementos foram compreendidos em duas categorias: os elementos da ilustração e os elementos gráficos, os primeiros referiram-se à figura e os segundos às fontes e desenhos decorativos. Essa estrutura, assim estabelecida pela análise, foi confrontada com o conteúdo constante nas peças: nome do medicamento e demais informações sobre ele. Portanto, a apresentação que se estabelece a seguir é o resultado dessa trama, primeiramente descrita para

então ser interpretada.

O primeiro reclame (Fig.01) é uma peça verticalizada que se divide em duas partes. A porção inferior apresenta o slogan seguido de um texto que destaca o nome do medicamento – Luesol – e o seu fabricante, o laboratório Souza Soares. O conteúdo textual é formado com famílias tipográficas distintas e junto a este está a ilustração de um frasco do medicamento. Já a parte superior contém a representação de uma figura feminina vestida com roupas que lembram os trajes portugueses. O fato de Souza Soares ser português poderia indicar alguma relação entre a sua cultura de origem e essa imagem, no entanto, a proposição explicativa para essas imagens indicada por nós não converge para tal probabilidade. Desejamos discutir a possibilidade de estas peças, no provável período em que se inscrevem serem representativas da nacionalidade brasileira, conforme sugerido pelos autores introdutórios, mas não descartaríamos esse trânsito de influências que a multiculturalidade presente no Brasil geraria no produto gráfico da época. No entanto, o que nos sugeriu a análise das peças conduz para outros aspectos nos quais esse trânsito, mesmo considerado possível na década de 1920, não é o fator determinante para a presença dessa figura feminina nos reclames.

Para além do tema apresentado, sobre o design entendemos que não aparece uma tendência gráfica muito clara, talvez, nos quatro cantos da forma que emoldura a peça possamos identificar características da Art Nouveau e Art Déco, estilos que no Brasil, de acordo com Denis (2000, p.88-94), são o prolongamento um do outro e cujo processo de transição não apresenta uma ruptura visível facilmente.



**VAE AO ENCONTRO DA SAUDE E DA ALEGRIA!**

Todo syphilitico que recorrer ao  
**“Luesol”**  
— DE —  
**SOUZA SOARES**  
Para combater os seus males  
**isto dizem os milhares de curados!**  
O LUESOL é um depurativo moderno, cuja  
formula aproveita todas as recentes desco-  
bertas da sciencia e os sabios conselhos dos notaveis espe-  
cialistas. **E' um depurativo sem igual!**  
— A' venda em toda parte —

Figura 01

Fonte: Acervo pessoal Leonor Souza Soares

A Figura 02 também é um anúncio do Luesol. No topo do mesmo encontra-se um texto escrito no modo imperativo cujo conteúdo refere-se a uma solicitação do medicamento. Abaixo e na maior parte do anúncio há a representação de um homem com vestimenta típica de um gaúcho, apoiado em um balcão de uma farmácia. O restante do cenário é composto por mobiliários que remetem a este tipo de estabelecimento, um atendente (atrás do balcão) e um símbolo que caracteriza a profissão farmacêutica. Além disso, o reclame é emoldurado por grafismos que remetem ao estilo Art Nouveau, caracterizado pelo uso de formas orgânicas e florais que se entrelaçam (DENIS, 2000, p.88). Embora a reprodução das imagens neste artigo seja em tons de cinza, neste anúncio predominam as cores verde, amarelo e vermelho, cores bastante vivas, outra tendência do estilo citado.

O outro ponto que convém apontar aqui é a presença do gaúcho. Diversamente da figura retratada na figura 01, aqui temos um típico homem dos pampas, nativo do estado do Rio Grande do Sul, onde se localiza a cidade de Pelotas e que abrigou o Parque Souza Soares. A representação do gaúcho vincula-se ao conteúdo verbal do anúncio que, conforme citado, utiliza o modo imperativo. Acreditamos que esta foi uma conexão feita devido à condição desse homem campesino, de modos menos educados e tratamento mais direto. Nesse, o foco da análise resulta em considerar que, para além da identidade nacional, há exaltada uma identidade extremamente local e específica. E, sob tal aspecto, faz-se possível observar o conflito que se estabelece entre o conceito de uma identidade brasileira, nacional e possível, e as identidades locais. Em quais outros locais do país esse reclame poderia ser reconhecido como nacional pelo tipo apresentado? Assim, a composição dessa peça gráfica evidencia os limites da ideia de uma identidade nacional, ao compor uma simbologia que não configura nem amplitude regional e que, em certa medida, aproxima o Rio Grande do Sul dos países vizinhos e o aparta dos demais estados brasileiros.



Figura 02

Fonte: Pelotas Memória da Universidade Católica de Pelotas

O próximo reclame (Fig.03) anuncia o mesmo medicamento das duas figuras anteriores – o Luesol. Nesta imagem podemos perceber, à esquerda, uma ilustração do frasco de Luesol e, à sua

direita, o conteúdo textual com maior destaque para o nome do medicamento. Mais do que nos reclames anteriores, este confere uma grande importância para os grafismos, os quais contornam toda a peça e ornamentam as extremidades do retângulo que contém o nome do medicamento, agregando interesse visual ao mesmo.

Ainda que tenhamos mencionado a justaposição ocorrida entre os estilos Nouveau e Déco no Brasil, neste reclame é perceptível uma maior tendência do movimento Déco, em função do predomínio de formas geométricas. De acordo com Denis (2000, p.88), quando comparado a Art Nouveau, o estilo Déco é mais construtivo, geométrico e mecânico e menos ornamentado, floral, orgânico do que este estilo que o precedeu.



Figura 03

Fonte: Acervo pessoal Ana Lúcia Rassier

O último anúncio apreciado (Fig. 04) é o único desta série que propagandeia um outro medicamento do laboratório Souza Soares – a Radiolina. Com uma solução visual semelhante à imagem anterior, este reclame se organiza com os textos e o nome do medicamento à direita e uma ilustração (de um menino no



colo de uma mulher e recebendo os cuidados da mesma – provável representação de filho e mãe) à esquerda. Acerca do tema representado não observamos nenhuma leitura que possa ser realizada com foco na discussão que propomos neste artigo. De forma análoga ao anúncio anterior, o reclame da Radiolina também confere ênfase para os grafismos, que contornam e ornamentam a peça; grafismos estes que também se identificam mais com as características do movimento Déco. No entanto, a presença da ilustração figura o subtítulo do remédio: a maravilha do lar. Uma mãe cuidando da contusão do filho era legível em todas as culturas nas quais a indústria farmacêutica desenvolvia-se e não parecia especificar um tipo físico ou um tipo de vestimenta que pudesse induzir o leitor do reclame a pensar em uma situação alheia a sua. Então, se por um lado à figura não propõe uma realidade distante, não propõe uma identificação para além do geral.



Figura 04

Fonte: Acervo pessoal Ana Lúcia Rassier

## Primeiras conclusões

Primeiramente, ao analisarmos as peças apresentadas neste artigo, reafirmamos a nossa posição de considerá-las como autênticas peças de design gráfico, plenas de aspectos simbólicos, e objetivadas para comunicar e persuadir o consumidor para a compra do produto. As mesmas se constituem a partir de aparatos formais especializados, cuja reprodução, de grande qualidade, remetem ao elevado nível, para o período, da tecnologia e dos materiais empregados, tudo isso corroborando para sustentá-las como representantes do que hoje conceituamos por design gráfico. Cientes de que a denominação para essa atividade de criação inexistia na época, seria inconsolável não constatar a existência do fazer e do produto desse fazer, ainda que inominado. Assim, somos partidários que esta atividade profissional deve ser pensada a partir de uma prática constituída de conceito e conteúdo, independente da designação que lhe tenha sido atribuída.

A exiguidade do volume dos reclames analisados pode supor uma insuficiência de material para a empiria. No entanto, diversos entre si, esses produtos apontam possibilidades a serem consideradas tanto para entabular um debate sobre a indústria gráfica no período, sobre os padrões de ornamento e apresentação quanto para lançar reflexão sobre o potencial do produto gráfico como repositório de elementos ou vestígios de uma identidade nacional.

Para além dos temas ilustrados, sobressaíram os grafismos que se mantiveram próximos das características de dois estilos: Art Nouveau e Art Déco. Estes, a partir do cunho da nossa discussão, podem nos fornecer algumas pistas sobre estas peças serem representativas ou não de um design dito nacional. Se comparado as suas manifestações na Europa estes dois estilos chegaram ao Brasil com certo atraso, esvaziados de seus significados culturais e temporais e apenas com intuito de afirmar os auspícios pela modernidade e pelo novo (DENIS, 2000, p. 92-93). Este ato, de



tomar por empréstimo uma estética localizada e específica, coloca uma névoa na nossa especificidade cultural traduzida em forma. A utilização destas manifestações visuais desraigadas de elementos significativos para a identificação da cultura na qual foram engendradas poderia refletir uma característica etnocêntrica, fundada no esvaziamento dos ícones da cultura originada na dominação. No entanto, há outras questões que emergem dessa amostra analisada. Há o fato de que os elementos utilizados nessas peças corroboram formatos que se justificam inerentes a uma cultura industrial, dentro da qual os padrões se repetem sem fronteiras. Assim, a figura do gaúcho ou a figura da portuguesa não constituem mais do que anedotas sobre as culturas e não assumem a competência de traduzi-las ou interpretá-las. São, portanto, inertes na sua capacidade de traduzir visualmente as particularidades e, assim, assemelham-se à figura da mãe cuidando do menino do reclame da Radiolina. Conseqüentemente, se não foi apreensível a ideia de uma identidade do design, talvez tenhamos que considerar que não havia uma identidade nacional, razão pela qual não se teria um design capaz de representá-la. No entanto, nos parece que a problemática não se resume a isto. E se as identidades nacionais forem construções pautadas e permeadas por influências internacionais e hibridismos? O intercâmbio cultural entre nações, mesmo que muito mais lentamente do que o experimentado hoje, não começou desde as primeiras expedições? Acreditamos que sim. Contudo, para que possamos falar em identidade nacional, teríamos de aprofundar a discussão buscando averiguar se estas influências foram apropriadas de fato e se foram incorporadas em nossa cultura. Ou ainda, se essas peças não traduziam um momento no qual padrões de comunicação visual se estavam estabelecendo, em consonância com as possibilidades técnicas de impressão. Se essa possibilidade, sobre a qual só há suposição, viesse a se confirmar, ainda assim a discussão não se esgotaria. Ao contrário, estaríamos diante de um fato que explicaria a presença de alguns

elementos gráficos, a disposição do conteúdo e certa homogeneidade visual que fomentaria a discussão sobre a possibilidade de apreensão de um desejo ou manifestação de identidade visual na produção gráfica desse período. Após algumas pistas, esta é uma dúvida que segue, mas que abre caminhos para novas investigações que pretendemos desbravar.

## Notas

\* Designer Gráfico, Instituto de Artes e Design/ UFPel, 2004. Mestranda do Programa de Pós-graduação em Memória Social e Patrimônio Cultural/Universidade Federal de Pelotas.

\* Prof. Dra. Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural/Instituto de Ciências Humanas / Universidade Federal de Pelotas.

<sup>1</sup> Utilizamos duas obras deste autor, nas quais ele assina em uma delas como Rafael Cardoso Denis e na outra apenas Rafael Cardoso. No decorrer do texto nos referimos a ele a partir do último sobrenome usado em cada um dos livros referidos.

<sup>2</sup>LIMA, Paula Garcia. Memória do Design nos Rótulos e Reclames da Indústria Farmacêutica em Pelotas: 1900-1930. Mestrado em Memória Social e Patrimônio Cultural, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2010. (em desenvolvimento). O foco desta investigação se encontra no produto de design gráfico gerado pela indústria farmacêutica na cidade de Pelotas no período compreendido entre 1900 e 1930. Através deste trabalho objetiva-se fazer análise de rótulos, reclames e demais peças gráficas elaboradas para os medicamentos do laboratório do Parque Souza Soares, buscando justificá-las como legítimas peças de design gráfico.

## Referências

CARDOSO, Rafael. **O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870 - 1960.** São Paulo: Cosac Naify, 2005.

DENIS, Rafael Cardoso. **Uma introdução à história do design.** São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

HALL, Stuart. Identidade Cultural e diáspora. **Revista do Patrimônio**, Rio de Janeiro, n 24, 1996.

\_\_\_\_\_. **A identidade cultural na pós-modernidade.** 3. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

RASSIER, Ana Lúcia Primo Leite. **Parque Souza Soares**: apenas lembranças. Especialização em Patrimônio Cultural: conservação de artefatos. (Monografia) - Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2003. "RECREIO E UTILIDADE – Publicação do conhecido Laboratório Souza Soares. Pelotas: Lith. Guarany, 1918.

REZENDE, Livia Lazzaro. A circulação de imagens no Brasil oitocentista: uma história com marca registrada. In: CARDOSO, Rafael (Org.). **O design brasileiro antes do design**: aspectos da história gráfica, 1870 - 1960. São Paulo: Cosac Naify, 2005. p.20-59.

\_\_\_\_\_. **Do projeto gráfico e ideológico**: impressão de nacionalidade em rótulos oitocentistas brasileiros. 2003. Dissertação (Mestrado em Design), Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2003.

SOUZA SOARES, Visconde. **O Novo Médico**. 2 ed. Portuguesa. Porto (Portugal): Estab. Indust.-Pharmaceut. Souza Soares, [s.d.].

VILLAS-BOAS, André. **Identidade e Cultura**. Rio de Janeiro: 2AB, 2002.

## **Abstract**

This work brings discuss the existence of national identity and its representation through design, based on the hypothesis argued by Cardoso (2000 and 2005), author of reference for this work, that until the late 1950s and 1960s was a moment for the graphic arts no matter the influences of aesthetic models foreigners known as Constructivism, Neo, Bauhaus and Ulm. To guide this discussion we concentrate on the analysis of graphic pieces dating back possibly the first three decades of the XX. These pieces were produced for the pharmacist laboratory from Parque Souza Soares that has worked in the city of Pelotas, Rio Grande do Sul and, according to the hypothesis presented will fall as having a legitimate Brazilian identity in design. From this case study we reflect on the existence of a national identity in design and the issues involved in this process.

**Keywords:** Graphic design. National identity. Parque Souza Soares.