

3 – CLICHERIAS REUNIDAS LATT-MAYER S.A.

3.1 RohdeGaelzer& Cia. Ltda.

Desde sua criação, a LuisLatt& Cia. Ltda.manteve uma trajetória ascendente e, cada vez mais, se consolidava como uma das principais empresas de produção de matrizes para a indústria gráfica da capital federal. Contudo, existiam concorrentes, tanto em outras cidades, quanto no próprio Rio de Janeiro. Entre elas, uma tem especial interesse para nossa pesquisa, a clicheria RohdeGaelzer& Cia. Ltda.(Fig. 70).

Não foram localizados documentos relativos àRohdeGaelzer& Cia. nos arquivos, tanto da Massa Falida do Estado do Rio de Janeiro, quanto da Junta Comercial do Estado do Rio de Janeiro (JUCERJA),porém conseguimos com alguns depoimentos, documentação trabalhista e publicações no Diário Oficial da União (DOU), coletar informações relevantes.

A empresa foi fundada em quatro de setembro de 1936 e seus proprietários eram João Frederico Ricardo Wriedt, nascido na Alemanha e Elza RohdeGaelzer, brasileira. Ela foi apontada como uma mulher à frente do seu tempo, era desquitada, além de ter sido umas das primeiras a dirigir automóvel na cidade (LATT, 2009 A; VELTRI, 2009 A; RADELSBERGER, 2009 A).

Descendente de alemães, Elza RohdeGaelzerpossivelmente tinha alguma relação de parentesco com os proprietários da Sociedade Técnica Bremensis S.A. Essa empresa, segundo Paula e CarramilloNeto (1989: 42), fundada em São Paulo no ano de 1928 pela Fuerst e Co., além de clicheria,erarevendedora de equipamentos e materiais gráficos. Conforme mencionamos anteriormente, a Sociedade Técnica Bremensis S.A. foi a primeira empregadora de Joseph Mayer no Brasil.

Nesse ponto, demonstraremos como essa interação entre a Sociedade Técnica Bremensis S.A., a clicheriaRohdeGaelzer& Cia. Ltda.,e a LuisLatt e Cia. Ltda., onde alguns atores trabalharam em diferentes funções, transitando entre uma empresa e outra, foi o ponto de partida para a fusão que resultou na sociedade Clichérias Reunidas Latt-Mayer S.A. (LATT, 2009 B; VELTRI, 2009 B; RADELSBERGER, 2009 B).



Figura 70 – Pintura do acervo de Margareth Latt, onde pode ser visto do lado direito, o sobrado onde se localizava a clicheira RohdeGaelzer & Cia. Ltda., Praça XV de Novembro, nº 27, 1º andar.

Em meados da década de 1940, Joseph Mayer se separou da sua primeira esposa e uniu-se a Margareth Anna Latt, filha de Luiz Latt. Posteriormente, ambos se desligaram da LuisLatt&Cia. Ltda. e, levados pelo desejo de Joseph Mayer de fundar uma empresa própria, começaram a trilhar um novo caminho, indo trabalhar na clicheira RohdeGaelzer & Cia. Ltda.

Em 1951, como foi apresentado no primeiro capítulo e pode ser atestado através de suas respectivas carteiras de trabalho (Figs.71-72), foram contratados pela RohdeGaelzer & Cia. Ltda., dois entrevistados que participaram da pesquisa (LATT, 2009 A; VELTRI, 2009 A; RADELSBERGER, 2009 A):

- Sylvio Veltri, que entrou para a empresa como auxiliar de contabilidade em 1951 e, posteriormente, em 1952, se tornou vendedor.
- Ludwig Radelsberger Filho, descendente de funcionários da LuisLatt & Cia. originalmente oriundos da Sociedade Técnica Bremensis S.A. Foi aprendiz da empresa a partir de 1949, sendo contratado como funcionário em 1952.



Figura 71 – Carteira Profissional de Sylvio Veltri.



Figura 72 – Carteira Profissional de Ludwig Radelsberger Filho.

Aqui cabe ressaltar que foi possível identificar outro laço familiar entre os técnicos que trabalharam na Sociedade Técnica Bremensis S.A. Joseph Mayer foi concunhado de Adolf Radelsberger, tio de Ludwig Radelsberger Filho, sendo sua

primeira esposa, irmã da esposa de Adolf Radelsberger (RADELSBERGER, 2009 B). Nesse período, com a participação de Joseph Mayer e Margareth Latt, a clicheria RohdeGaelzer& Cia.Ltda. se tornou uma concorrente de peso, rivalizando com LuisLatt& Cia.Ltda. (LATT, 2009 B; VELTRI, 2009 A; RADELSBERGER, 2009 A).Essas interrelaçõeslegitimam a ideia deque a empresa formada posteriormenteainda se manteria,essencialmente,como um empreendimento familiar.

Em 1949,a Latt-Mayer contrata dois funcionários oriundos da Áustria, ambos com parentesco com um dos fundadores da empresa Joseph Zaufal. Segundo carta enviada a Orlando da Costa Ferreira (Fig. 73), eram eles:

- Edmund Zaufal: Nascido em Viena, 24/06/1892. Faleceu em 18/03/1965. Especialidade, Fotogravador em Cores e Intendente de Reprografia.
- Walter Zaufal: Nascido em Innsbruck, 13/12/1922. Especialidade, Fotogravador em Cores e Técnico Geral em Reprografia.

Tempos depois, em 20 de dezembro de 1952, começou o processode fusão entre LuisLatt& Cia. Ltda. e RohdeGaelzer& Cia Ltda. Em 13 de janeiro de 1953estava formada a sociedade Clicherias Reunidas Latt-Mayer S.A., que ficou conhecida como Latt-Mayer (Fig. 74).

Acreditamos que a fusão tenha sido impulsionada tanto por motivos econômicos, quanto por laços familiares.Um fator que pode ter sido decisivo foi o envelhecimento dos sócio-fundadores da LuisLatt& Cia.Ltda. que estavamse aproximandoda idade de aposentadoria e podem ter decidido começar a transferir a administração da empresa para os descendentes.

D-1	EDMUND ZAUFAL -----nascido á 24.06.1892, em Viena, -falecido em 18 de março de 65, Niterói-R J. Espec. FOTOGRAVADOR EM CÔRES, E Intendente de REPROGRAFICA. descendente:
E-1	WALTER ZAUFAL-----nascido á 13/12/28, em Innsbruck, Áustria. Espec. FOTOGRAVADOR EM CÔRES, E TÉCNICO GERAL DA REPROGRAFICA.
D E-e E	chegaram em 1949 a chamada da nossa Firma -Latt-Mayer,S.A. descendente: WALTER JOSÉ ZAUFAL , Reprofotografia, na Pais da SUIÇA - <i>atualmente na</i>
F-1	WILHELM STANGL, -REPROFOTOGRAFIA - ^{nov. 1892-} Chegou em 1922, falecido no Rio.
G-1	ALBERT MEIER, --FOTOGRAVADOR EM CÔRES, Chegou em 1922, e voltou-Viena ^{nov. 26,}
H-1	LEOPOLDO NICKOLEI -FOTOGRAVADOR 'A TRAZO EM PRETO' (m. 1901-) chegou em 1922 e ainda está no Rio - no 41348 . descendentes: Filhos---trabalhando na ARTE GRAFICA.
	<i>Seu irmão no momento, como me Aterrissamento</i> <i>Josef Zaufal</i>
	Robert ENTMEIER - Reprofotografando especialista em Wacissia
	<i>O Oficial Austriaco STANGELBERGER</i> <i>STANGELBERGER</i>
	<i>VER o folheto A. Fotograferen, publ. em 1939 por Luiz Latt E C.; ver</i> <i>Cad. Posca, p 122-3, 122-3, 122-3</i>

Figura 73 – Carta endereçada por Josef Zaufal ao professor Orlando da Costa Ferreira (Fonte: AOCF).

DEMONSTRAÇÃO DA CONTA DE LUCROS E PERDAS

	Cr\$		Cr\$	Cr\$
Comissões	232.158,00	Produtos das Operações Sociais	16.110.757,10	
Descontos sobre Vendas	21.941,59			
Ajuste do Estoque	3.709,33			
Dívidas	55.972,13	Descontos sobre Compras	131.092,30	
Despesas Gerais	12.588.911,43	Rendas Diversas	903.868,06	
Reserva Legal	279.046,46	Prédios e Exploração	1.069.142,20	
Reserva Especial	301.831,91	Garantia	318.771,20	
1.º Dividendo a razão de 16% por ação	4.000.000,00			
Gratificação à Diretoria	1.000.639,06			
	18.533.631,55			18.533.631,55

Arcênio de Carvalho, Diretor Vice-Presidente. — José Vaz Guimarães, Diretor Gerente. — Pedro Panelli, Contador C.R.U. 6.576.

PARECER DO CONSELHO FISCAL

Os abaixo assinados, membros do Conselho Fiscal da Agência de Representações Arrendoira, S. A. tendo examinado minuciosamente o Relatório da Diretoria, Balanço de Conta de Lucros e Perdas, referente ao exercício social encerrado em 31 de dezembro de 1952, são de parecer que

os mesmos devem ser aprovados pela Assembléa Geral, por se acharem em perfeita ordem e de acordo com a escrituração dos livros e documentos da Sociedade.

Rio de Janeiro, 16 de janeiro de 1953. — Edilson Junqueira Passos, — Octacílio Gualberto de Oliveira. — Dilson Lessa Alves Câmara. (N.º 2.418 — 3.2-53 — Cr\$ 2.142,00).

CLICHERIAS REUNIDAS LATT — MAYER S. A.

CERTIDÃO

Livro número 1.134.
Fólias — 72.

Escritura de contrato preliminar da fusão das firmas Latt & Cia. Ltda., e Rohde Gaezler & Cia. Ltda. e constituição da Sociedade Clicherias Reunidas Latt-Mayer S.A., na forma abaixo:

Saibam quantos esta virem que no ano do Nascimento de Nosso Senhor Jesus Cristo, de 1952 aos vinte e dois do mês de dezembro, nesta cidade do Rio de Janeiro, em Cartório, perante mim, tabelião, compareceram como outorgantes, reciprocamente outorgados: 1.º — Senhor Alois Michael Latt, austriaco, comerciante, casado, residente nesta capital, à rua Amazonas n.º 226, portador da carteira de identidade para estrangeiros, modelo 19, número 368.365-103.974, emitida em 10 de outubro de 1940; 2.º — Sr. Helmut Schmalzgaug, austriaco, casado, comerciante, residente nesta capital, à rua Júlio Ottoni número 556, portador da carteira de identidade, modelo 19, número 605.398-15.861, emitida em 8 de junho de 1939; os presentes reconhecidos como os próprios por mim, tabelião, e pelas testemunhas abaixo nomeadas e assinadas, sendo estas igualmente minhas conhecidas do que dou fe. E na presença das mesmas testemunhas pelas outorgantes, reciprocamente outorgados me foi dito que têm justo e contratado proceder a fusão da firma Latt & Cia. Ltda. e da firma Rohde Gaezler & Cia. Ltda. e em seguida constituir uma sociedade anônima por ações nominativas sob a denominação de "Clicherias Reunidas Latt-Mayer S.A." da qual todos os presentes individualmente são os acionistas em proporção de suas entradas em bens, cousas, direitos e dinheiro como adiante se vê e me disseram: I — que a firma Latt & Cia. Ltda., atualmente sediada à rua Lavradio número 166, sobrado, da qual são sócios quotistas os Senhores: 1.º — Alois Michael Latt; 2.º — Jan Mildner; 3.º — Josef Zaufal, foi constituída em conformidade com o seu contrato social arquivado sob o número 103.051 em data de 14 de junho de 1926, e alterações posteriores sob números 105.453 em 1.º de fevereiro de 1927, 1108.659, em 5 de dezembro de 1938, 149.254 em 14 de fevereiro de 1941 e 26.594, em 12 de novembro de 1948; II — que a firma Rohde Gaezler & Cia. Limitada, atualmente sediada à Praça 15 de Novembro número 27, sobrado, da qual são quotistas: 1.º — D. Else Rohde Gaezler e 2.º — João Frederico Ricardo Wriedt, foi constituída em conformidade com o seu contrato social arquivado em 4 de setembro de 1936 sob o número 136.415 e alterações posteriores em 9 de setembro de 1937 sob o número 139.322, em 11 de novembro de 1939 sob o número 140.260 e anotações em 9-6-1950 sob o número 22.535, em 4-8-1950 sob o número 36.1150 e em 18-8-1950 sob o número 23.540; III — que o capital social da firma Latt & Cia. Ltda. é de Cr\$... 1.800.000,00 (um milhão e oitocentos mil cruzeiros), assim distribuídos entre os sócios: 1.º — Seiscentos mil cruzeiros (600.000,00) do Sr. Alois Michael Latt; 2.º — Cr\$ 600.000,00 (seiscentos mil cruzeiros) do Sr. Josef Zaufal; que as reservas formadas são: a) Cr\$ 140.389,70, na conta de "Fundo de Reserva"; b) pela reavaliação

do ativo imobilizado, Cr\$ 1.489.616,30, (incluídos os imóveis propriamente ditos no valor de Cr\$ 272.300,00); IV — que o capital social da firma Rohde Gaezler & Cia. Ltda. é de Cr\$ 45.000,00 (quarenta e cinco mil cruzeiros), assim distribuídos entre os sócios: 1.º — Cr\$ 22.500,00 da Senhora Else Rohde Gaezler e 2.º — do Senhor João Frederico Ricardo Wriedt; que as reservas formadas são: a) Cr\$ 486.368,60 em conta de "Fundo de Depreciação" e Cr\$ 168.803,30 Lucros e Perdas; b) pela reavaliação do ativo imobilizado, Cr\$ 59.828,10; V — que a primeira outorgante, reciprocamente Latt & Cia. Ltda., propôs também em nome dos seus sócios individualmente que as suas subscrições individuais do capital da sociedade fossem pagas, no todo ou em parte, com bens, cousas, direitos e dinheiro, de acordo com a avaliação a ser procedida; que igualmente a firma Rohde Gaezler & Cia. Ltda. idênticamente pelos seus sócios individualmente propôs que as suas subscrições individuais do capital da sociedade fossem pagas no todo ou em parte, com bens, cousas, direitos e dinheiro, de acordo com a avaliação a ser procedida; VI — que individualmente José Mayer e a Sra. Margarete Anna Latt-Mayer propõem que as suas subscrições fossem pagas, no ato ou em parte, com bens, cousas, direitos e dinheiro, cabendo a cada um 50% (cinquenta por cento) de acordo com uma avaliação a ser procedida; VII — que em virtude destas propostas os outorgantes, reciprocamente outorgados concordaram com que fossem nomeados três peritos para avaliarem os bens, cousas e direitos, com que cada um dos outorgantes sob a cláusula V e VI propõem pagar todo ou parte do capital subscrito na sociedade anônima individual cada um dos sócios das duas firmas e pelo Sr. José Mayer e a Sra. Margarete Anna Latt-Mayer; VIII — que os outorgantes, reciprocamente outorgados nomearam para peritos da avaliação a ser procedida na firma Latt — Cia. Ltda. 1.º — D. Else Rohde Gaezler; 2.º — Senhor João Frederico Ricardo Wriedt; 3.º — Sr. Walter Latt e para peritos da avaliação a ser procedida na firma Rohde Gaezler & Cia. Ltda. e nos bens do Senhor José Mayer e da Senhora Margarete Anna Latt-Mayer os Senhores: 1.º — Alois Michael Latt; 2.º — Jan Mildner; 3.º — Josef Zaufal peritos estes que foram aceitos mútua e harmonicamente; IX — que o Senhor Walter Latt, austriaco, casado, comerciante, residente nesta capital, à rua Amazonas número 226, portador da carteira de identidade para estrangeiros, modelo 19, número 368.365-103.974 e o Senhor Hel-

mut Schmalzgaug, austriaco, casado, comerciante, residente nesta cidade, à rua Júlio Ottoni número 556, portador da carteira de identidade modelo 19, número 605.398-15.861, farão parte como acionistas na sociedade anônima ora em organização, subcrevendo o primeiro em dinheiro, Cr\$ 300.000,00 (trezentos mil cruzeiros) e o segundo em dinheiro Cr\$ 300.000,00 (trezentos mil cruzeiros); X — que os outorgantes reciprocamente outorgados em perfeita harmonia nomearam o outorgante, reciprocamente outorgado Senhor José Mayer para tomar todas as providências necessárias para a realização da pericia e determinarem que, aprovados os laudos fosse lavrada a escritura de constituição definitiva de constituição da sociedade. Assim o disseram, outorgados e reciprocamente estipularam, pedindo-me que lavrasse em minhas notas esta escritura, que sendo lida as partes e as testemunhas, aceitaram e assinam com as testemunhas a tudo presentes Jaco Castello Branco Gomes e Miguel Alves dos Santos. — Alois Michael Latt. — Jan Mildner. — Josef Zaufal. — Else Rohde Gaezler. — João Frederico Ricardo Wriedt. — José Mayer. — Margarete Latt-Mayer. — Walter Latt. — Jaco Castello Branco Gomes. — Miguel Alves dos Santos. — Transladada, lida, e lida em presença de mim, tabelião, a subscrita e assinada em público e lido. — José de Brito Freire.

Escritura de aditamento ratificação e ratificação da ontra de constituição definitiva da Clicherias Reunidas Latt Mayer S.A., na forma abaixo:

Saibam quantos esta virem que no ano de 1953, aos treze dias do mês de janeiro, nesta cidade do Rio de Janeiro, em meu cartório e perante mim Rodolpho Vieira, Tabelião substituído do Primeiro Ofício de Notas, compareceram como outorgantes reciprocamente outorgados: 1.º — Senhor Alois Michael Latt, austriaco, comerciante, casado, residente e domiciliado nesta capital, à rua Amazonas número 226, portador da carteira de identidade para estrangeiros modelo 19, sob o número 368.365-103.974, emitida em 10 de outubro de 1940; 2.º — Senhor Jan Mildner, austriaco, casado, comerciante, residente e domiciliado nesta capital, à estrada do Vidigal número 683, portador da carteira de identidade para estrangeiros, modelo 19, número 368.369-107.467, emitida em 13 de dezembro de 1940; 3.º — Senhor Josef Zaufal, austriaco, solteiro, comerciante, residente e domiciliado nesta

Figura 74 — Escritura de contrato preliminar da fusão e constituição da sociedade Clicherias Reunidas Latt-Mayer S.A.. (Fonte: DOU).

Ao se tornar uma sociedade anônima, ocorreu uma reorganização na estrutura da empresa e sua administração ficou a cargo de uma diretoria eleita pelos acionistas e formada por:

- Joseph Mayer (DIRETOR-PRESIDENTE) Pró-labore Cr\$ 14.000,00
- Jan Mildner (DIRETOR-SUPERINTENDENTE) Pró-labore Cr\$ 10.000,00
- Margareth Latt (DIRETORA-COMERCIAL) Pró-labore Cr\$ 14.000,00
- Walter Latt (DIRETOR-TÉCNICO) Pró-labore Cr\$ 14.000,00

Em dezembro de 1952, o valor do salário mínimo era de Cr\$ 1.200,00, logo vemos que o pró-labore do Diretor-Presidente equivalia a pouco mais de 11 salários mínimos e que o Diretor-Superintendente recebia aproximadamente oito vezes esse valor. No mesmo período, Sylvio Veltri recebia como funcionário da Seção de Atendimento, o salário de Cr\$ 3.700,00. O capital social da empresa, no valor total de Cr\$ 6.300.000,00, ficou assim dividido entre os sócios:

- Luis Latt Cr\$ 1.140.000,00
- Jan Mildner Cr\$ 1.140.000,00
- Josef Zaufal Cr\$ 1.140.000,00
- Joseph Mayer Cr\$ 760.000,00
- Margareth Latt Cr\$ 760.000,00
- Elza Rohde Gaelzer Cr\$ 380.000,00
- João Frederico Ricardo Wriedt Cr\$ 380.000,00
- Walter Latt Cr\$ 300.000,00
- Helmut Schmalzitgaug Cr\$ 300.000,00

Com Joseph Mayer como Diretor-Presidente, a nova sociedade constituída a partir da fusão das duas empresas, reafirmou-se como um símbolo de tecnologia e qualidade no panorama da indústria gráfica brasileira. Os entrevistados relataram que, nos anos seguintes, era comum Joseph Mayer viajar para visitar as principais feiras da indústria gráfica, com destaque para a DRUPA (*DRUCK UND PAPIER*, abreviação para impressão e papel), feira internacional da indústria gráfica de Düsseldorf, inaugurada em 1951. Estava sempre adquirindo novos equipamentos e trazendo inovações da indústria gráfica para o Brasil. Assim, a Latt-Mayer se consolidava como um ponto de lançamento de tecnologias, rivalizando com a Lastrí Indústrias de Artes Gráficas S.A., de São Paulo, clichê fundada em 1917, que, com seu dinamismo e consecutivas aquisições de tecnologia, conseguia atender ao mesmo nicho de mercado que a Latt-Mayer (CAMARGO, 2003: 130-133).

3.2 Aquisição de Tecnologia.

Durante a pesquisa, conseguimos ter acesso à publicação *Modernechemiegraphie in theorieundpraxis* (Teoria e prática da moderna quimigrafia), publicada em 1957. Ludwig Radelsberger Filho (2009 B), afirma que Joseph Mayer, ao voltar de uma viagem à Europa em 1958, distribuiu um exemplar dessa publicação para cada técnico. Segundo ele, essa distribuição de publicações técnicas da área gráfica era comum, acontecia quase anualmente e, como uma parcela significativa dos técnicos era de origem austríaca, o fato das publicações serem em língua estrangeira não era um empecilho.

Ao examinar o exemplar que nos foi cedido, observamos que alguns fotolitos coletados ao longo da pesquisa foram produzidos a partir de imagens dessa publicação. Encontramos cópias dessas imagens em seções de fotolito de gráficas comerciais e na gráfica da ESDI (Fig.75-76), o que demonstra que a informação contida nessa publicação, após ser utilizada pelos técnicos da Latt-Mayer, acabou sendo difundida para outras empresas da indústria gráfica do Rio de Janeiro.

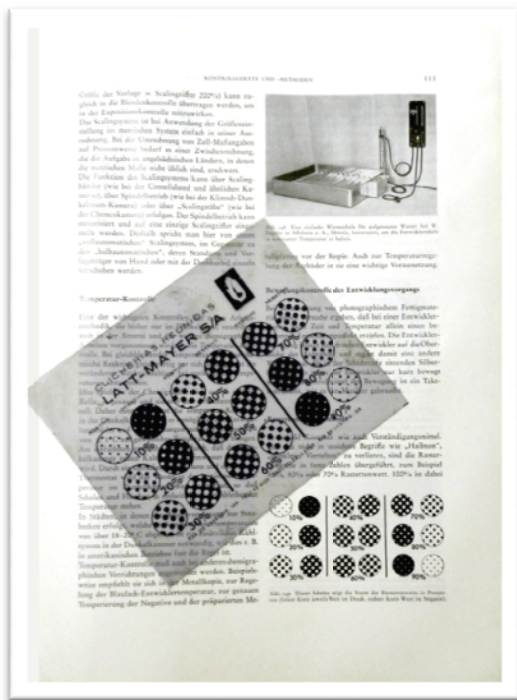


Figura 75 – Fotolito encontrado em 2001, nos arquivos da Artis Artes Gráficas Ltda., ao lado de imagem original (fonte: *Modernechemiegraphie in theorieundpraxis*, 1957: 111).

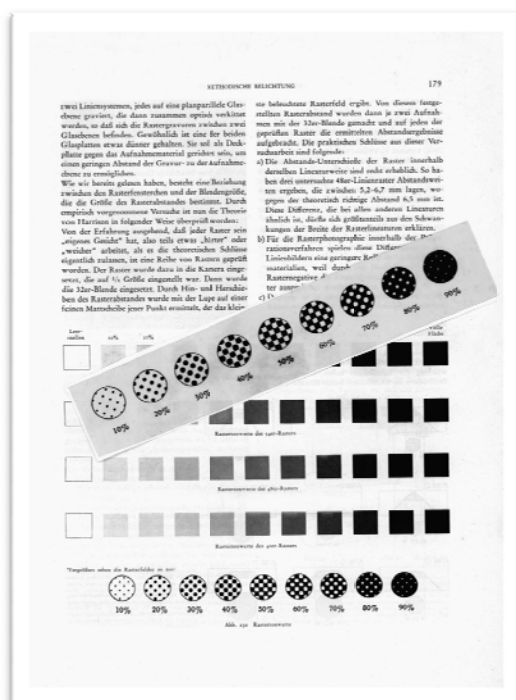


Figura 76 – Fotolito encontrado em 2010, nos arquivos da oficina gráfica da ESDI, ao lado de imagem original (Fonte: *Modernechemiegraphie in theorieundpraxis*, 1957: 179).

Ter participação acionária possibilitou a Joseph Mayer promover uma reestruturação no setor produtivo, com a criação de novas seções, a aquisição de máquinas e até mesmo o desenvolvimento de técnicas próprias, conforme pode ser atestado nos impressos de divulgação que foram analisados a seguir.

Confirmando essa afirmação, temos a terceira capa de seu manual *Reticulas* (Fig. 77), publicado no final da década de 1950, quando a Latt-Mayer apresentava diversas máquinas que produziam matrizes para impressão, fotolitos para *offset*, além de serviços de fotografia, arte-finalização e composição. Segundo o testemunho de ex-funcionários, os serviços de fotografia citados no texto não eram diretamente relacionados com o processo de produção de matrizes para impressão, e sim voltados para a produção de arte-finais para agências de publicidade e escritórios de design.

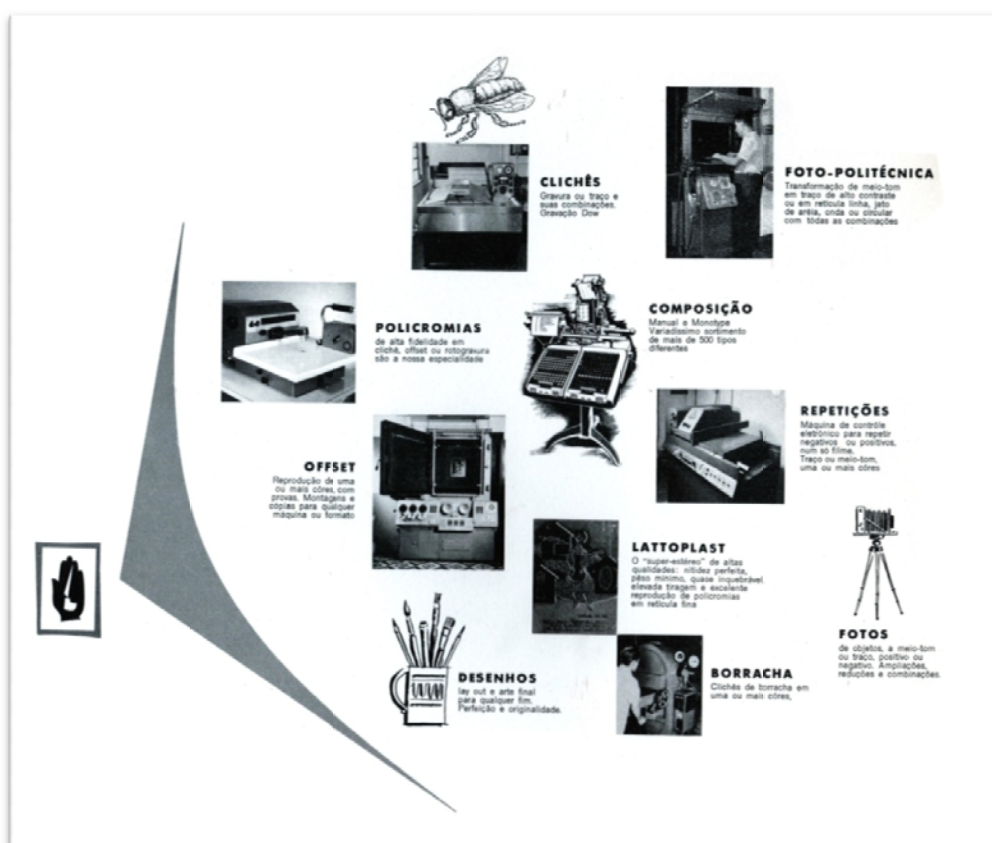


Figura 77 – Terceira capa do manual *Reticulas*, década de 1950 (Fonte: AAM).

Em relação à área de ilustração e arte finalização sabe-se que existia, desde a década de 1940, uma parceria com o ilustrador Helmut Schmalzitgaug que se transformou em sociedade no momento da fusão em 1952, quando ele se tornou um acionista. Segundo testemunhos de ex-funcionários, todos os anúncios, impressos de

divulgação e marcas da Latt-Mayer foram projetos do publicitário. Helmut se retirou da sociedade para abrir o *Atelier Helmut* no início dos anos 1970, mas continuou a prestar serviços até o encerramento da Latt-Mayer (Fig. 78).

atelier helmut

**40 anos
de experiência na
propaganda
e know how na
reprodução gráfica**

especialidade	principais clientes
<p>EMBALAGEM LOGOTIPO FOLHETO CATALOGO etc.</p>	<p>Agfa-Gevaert Asea Aymoré Beck & Giess, tecidos Bertani Caledonia Ciba Cia. José Aguilar Editora Cia. Siderurgica Nacional Cromos S. A. Tintas Gráficas Cruzeiro Destilaria Continental (Seagram) (Ron Montilla, Orloff, Gin Collins etc.) Editora "O Malho" Fidalga Garoto Gráfica Barthelemy Impressora Paranaense Inducondor Ind. Textis Alpha Joalheria Schupp Laboratorios Parke-Davis Latt-Mayer S. A. Artes Gráficas Lufthansa Michielon Petrobrás Roche Siemens do Brasil SKF Rolamentos Sociedade Germania Suerdieck Syndicato Condor Telewatt Thomas De La Rue Tintas Supercor Ypu</p>

rua alme. alexandrino, 3226/1002
tel. 245-2825 - ZC. 45 - sta. teresa
rio de janeiro

OFFSET



**latt-mayer s/a
artes gráficas**

r. lavradio, 162 - tel. 242-8125 - rio

Figura 78 – Anúncios publicados em 1975 (Fonte: Revista REMAG nº 118).

Já em relação à seção de composição, foram adquiridos, em meados da década de 1950, dois monotipos (Fig. 79). Essa aquisição foi uma continuidade no processo iniciado em meados da década de 1930, pelo próprio Joseph Mayer, com a finalidade de dar suporte a seções de galvanotipia e estereotipia, ocasião em que inaugurara na empresa um setor de composição com tipos móveis.

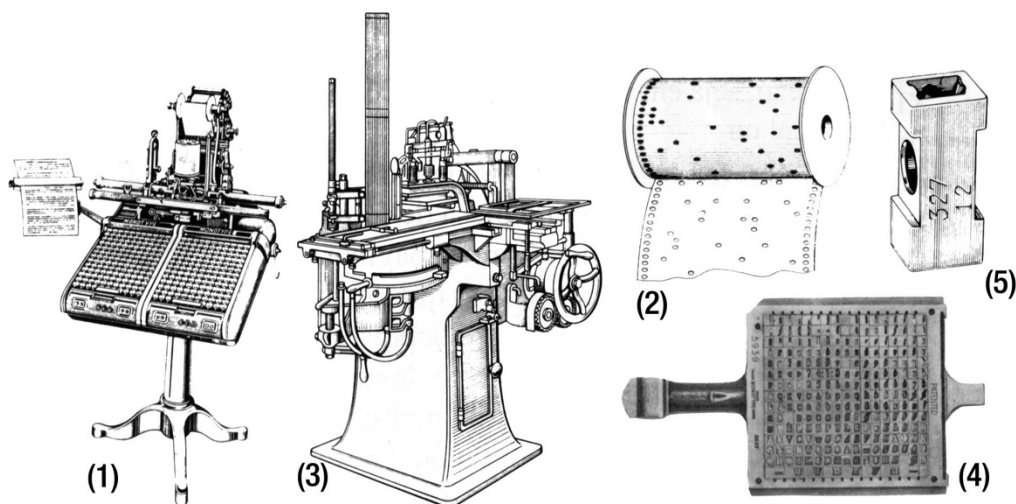


Figura 79 – Monotipo, sistema de composição que funde tipos em separado. É formado por dois aparelhos, o teclado (1) onde são digitadas as informações que após serem registradas em uma tira de papel (2) são levadas para a fundidora (3). A produção dos tipos se dá pelo posicionamento da caixa de matrizes (4) em relação à abertura do molde (5) onde injeta-se a liga fundente. (Fonte: ROCHA 1993: 97).

Nos anos de 1960, ainda dando continuidade a esse processo, a Latt-Mayer adquiriu uma máquina fotocompositora (Fig. 80). Com a compra dessa maquinaria, a seção de composição ganhou ainda mais capacidade produtiva e flexibilidade, aumentando a gama de serviços que a empresa oferecia aos clientes. Segundo testemunho de Ludwig Radelsberger Filho (2009 B), em alguns anos a fotocomposição passou a ser a principal tecnologia utilizada no setor de composição. O destaque que a fotocomposição passou ter nesse período pode ser constatado pelo fato da empresa oferecer um manual exclusivo sobre o assunto, onde esses serviços são apresentados de forma detalhada (Fig. 81).

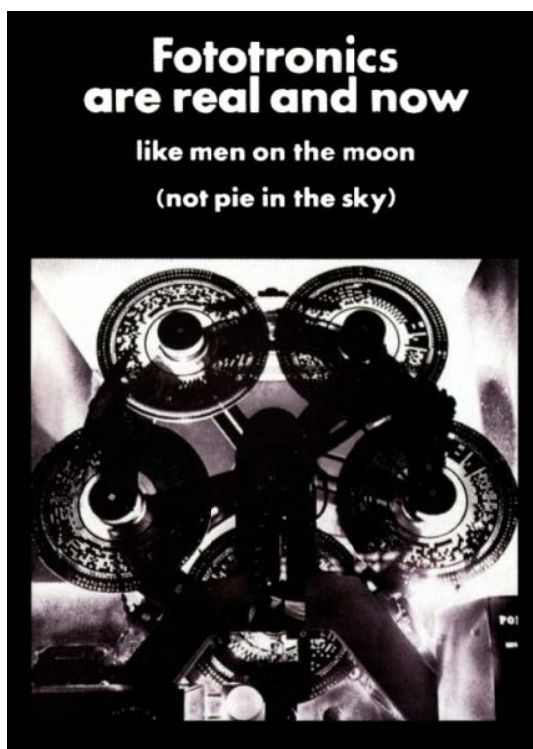


Figura 80 – Fotocompositora, sistema de composição onde pela projeção de tipos sobre um suporte sensibilizado, se forma fotograficamente uma imagem com o registro da informação (Fonte: BAINES & HASLAM, 2005: 105).

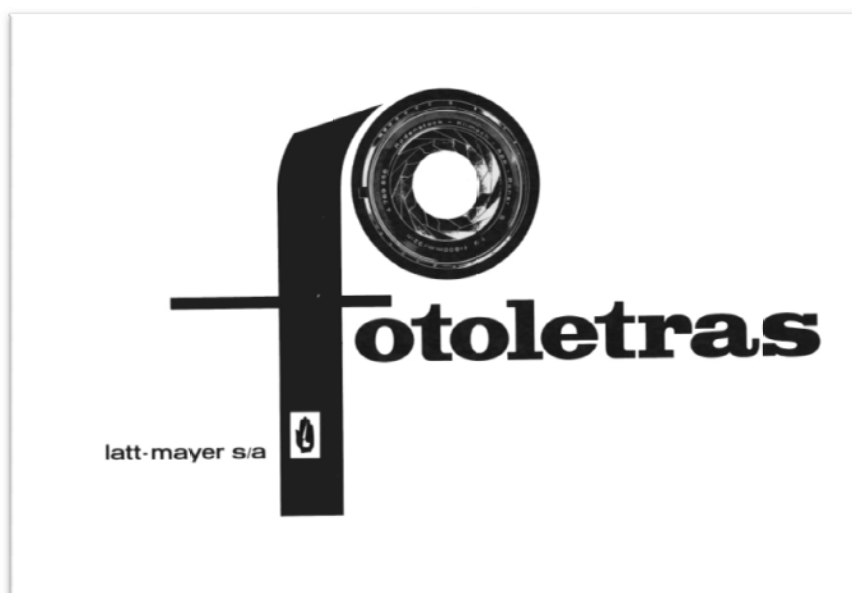


Figura 81 - Capa do manual *Fotoletras*, década de 1960, abaixo à esquerda marca criada por Helmut Schmalzitgaug (Fonte: AAM).

No campo da produção de matrizes para impressão, ao analisar os manuais citados anteriormente, observamos que já existiam máquinas que automatizavam operações como, por exemplo, a repetição de negativos (Fig. 82). Com isso mecanizavam

parte do processo, aumentando não só a produtividade, mas também a qualidade do produto final, possibilitando montagem mais precisa.

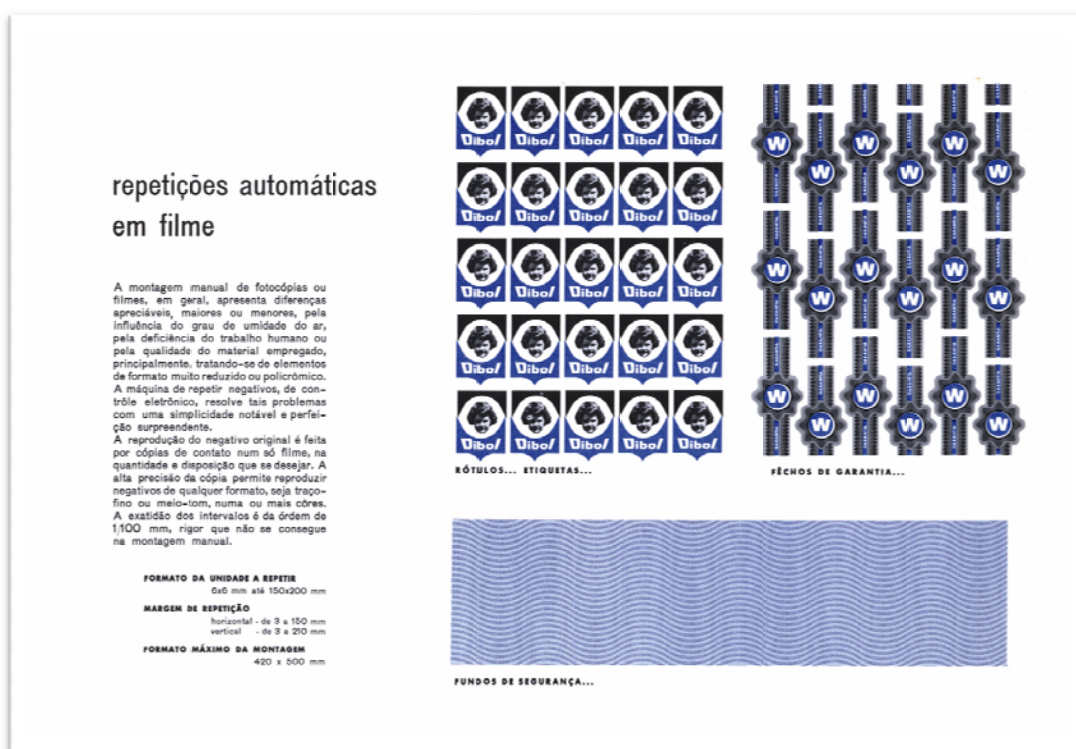


Figura 82 – Página do manual *Retículas*, década de 1950 (Fonte: AAM).

Nas páginas finais do manual *Retículas*(Fig. 83), a empresa apresentava a maquinaria adquirida daquele período e, por meio de textos curtos, informava quais as suas principais características e os serviços que eram executados (Fig. 83-85). Observamos que em três das páginas apresentadas havia apenas máquinas fotomecânicas, que podiam ser consideradas o “estado da arte” em matéria de fotografia de reprodução na sua época.

A compra dessas máquinas de reprodução fotográfica, devido ao seu grande porte, gerou a necessidade de ampliação das instalações. Esse problema foi solucionado com o aluguel de um espaço dentro do Clube dos Democráticos, na Rua do Riachuelo. Assim, no final dos anos 1950, a empresa possuía três instalações, além dessa da Rua do Riachuelo onde foram instaladas as novas máquinas fotomecânicas, *Klimsch* e *Autohrica*. Havia outra na Rua do Lavradio, onde ficava a administração, o atendimento ao cliente, todas as seções de produção de clichês, estéreos e galvanos, além da seção de composição e arte-finalização. Uma terceira localizada na Praça XV, remanescente da fusão com a RohdeGaelzer & Cia, onde se manteve outro setor completo para produção de clichês, estéreos e galvanos. Segundo testemunho de

Margareth Latt (2009 A), nesse período, a Latt-Mayer funcionava em dois turnos de trabalho e contava com 150 funcionários.

ALTA QUALIDADE
é o nosso lema desde 1925

Os nossos técnicos, especializados em cada setor, criaram nestes longos anos com suas habilidades e conhecimentos o sucesso e a fama do nosso trabalho. Hoje, esta equipe dispõe das mais modernas máquinas e instalações, verdadeiras maravilhas da indústria gráfica, aparelhos de alta e insuperável exatidão e rapidez. Apresentamos ao lado algumas das mais importantes novidades, por parte, as únicas no Brasil

prancheta com os refletores Xenon

colocação do filme

SUPER-AUTOVERTIKAL 60
Máquina vertical fotográfica de inigualável precisão, focagem automática e produção ultra rápida.

REFLETORES XENON
Todas as nossas máquinas fotográficas estão equipadas com os moderníssimos refletores Xenon, cuja luz tem um espectro ótimo para seleções de cores.

detalhe do refletor Xenon

Figura 83 – Página do manual *Reticulas*, apresentando uma Super-autovertikal 60, década de 1950 (Fonte: AAM).

PRECISÃO INCOMPARÁVEL, FOCAGEM AUTOMÁTICA, REGULAGEM AUTOMÁTICA DO TEMPO DE EXPOSICÃO DE SÉCULO COM A FORÇA DE LUZ DOS REFLETORES E RÁPIDO MANEJO SÃO AS QUALIDADES QUE DESTACAM ESTA MÁQUINA FOTOGRAFICA NO MUNDO INTEIRO.

SUPER-AUTOHORICA 101

colocação do original na prancheta

locagem do tamanho no vidro mate

colocação do filme, fixando-o a vácuo

Figura 84 – Página do manual *Retículas* apresentando uma Super-autohorica 101, década de 1950 (Fonte: AAM).



Figura 85 – Página do manual *Retículas* apresentando uma Klmsch-expressa, década de 1950 (Fonte: AAM).

A seguir, apresentamos uma máquina de ampliação de filmes e outra para medir a densidade das cores e o tempo de exposição necessário para o processo de separação de cores. Podemos ver ainda uma repetidora de negativos que, conforme citado anteriormente, executava a automação da cópia de fotolitos com grande eficiência e precisão de centésimos de milímetro e, por fim, um sistema automatizado de gravação de matrizes para impressão (clichês), conhecido como “Sistema Dow” (Fig. 86), mais eficiente e com maior padrão de qualidade (EASLEY: 1974, 206-209). Segundo o texto de apresentação, todas essas máquinas seriam “únicas no país”.

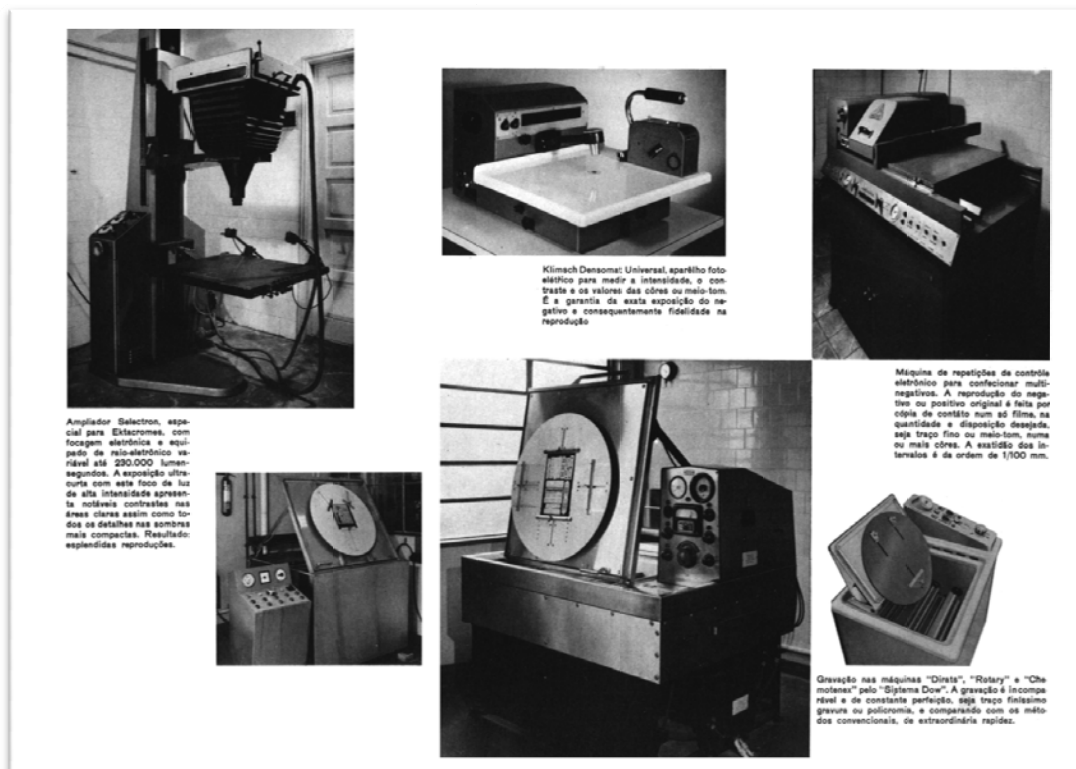


Figura86 – Página do manual *Retículas* apresentando a maquinaria da empresa, década de 1950 (Fonte: AAM).

Joseph Mayer teve acesso à *Moderne chemiegraphie in theorie und praxis* em 1958, durante a viagem descrita no início deste capítulo. Nesta publicação encontramos descrições de equipamentos idênticos aos apresentados no manual *Retículas*, que foi impresso por volta dessa data. Assim, entendemos que Joseph Mayer utilizava publicações especializadas e pesquisava em feiras do setor, para se manter atualizado com as últimas tecnologias e, desse modo, poder adquirir os equipamentos mais adequados para a empresa. Essa busca contínua, aliada à capacidade dos técnicos envolvidos, possibilitava a Latt-Mayer manter-se em dia com a tecnologia de produção de matrizes da sua época.

A própria empresa importava os equipamentos e parte dos insumos diretamente de fornecedores na Europa e Estados Unidos da América (RADELSBERGER, 2009 B). Isso gerava, é claro, uma grande dependência. Como não havia transferência de tecnologia e sim aquisição de tecnologia, só se recebia treinamento para a operação do equipamento e nada mais. Qualquer manutenção, reparo e grande parte dos insumos dependiam de fornecedores estrangeiros. A empresa, no entanto, iniciou uma busca por maior autonomia e, com a perspectiva de maximizar os lucros, começou a

procurar caminhos que levassem a reduzir essa dependência. A Latt-Mayer atingiu, em parte, esse objetivo, quando desenvolveu o primeiro produto que levava o nome da empresa, o *Lattoplast*.

3.3 *Lattoplast*: Exemplo de aquisição tecnológica com autonomia.

Um interessante exemplo que comprova a intenção da Latt-Mayer de conseguir ter o maior controle possível sobre os seus processos de produção é o *Lattoplast*. Trata-se de uma matriz para impressão feita com polímeros, ou seja, um “clichê de plástico”. A tecnologia para produção de clichês de plástico começou a ser desenvolvida experimentalmente nas primeiras décadas do século XX e era baseada nos processos de produção de matrizes de vinil e de borracha. Essa tecnologia se tornou economicamente viável para produção de matrizes para impressão na década de 1950 e, devido às vantagens que oferecia, logo começou a ser utilizada em larga escala, principalmente nos Estados Unidos da América. (RADELSBERGER, 2009 B).

Esse processo consistia, basicamente, em colocar o material sob alta temperatura e alta pressão, moldando, nele mesmo, a imagem ou forma desejada. Segundo testemunho de Ludwig Radelsberger Filho (2009 B), essa tecnologia era chamada de modo genérico de *Thermoplastische Werkstoffe*, ou materiais termoplásticos, e abrangia as técnicas de produção de matrizes com polímeros que, em alta temperatura, atingem certa viscosidade, permitindo sua conformação. O método era o mesmo utilizado, por exemplo, para moldar o PVC (poli(cloreto de vinila)) e se produzir os “discos de vinil”, o que demonstra a grande fidelidade que era possível se conseguir com esse processo de produção.

Segundo o texto de divulgação da empresa (Fig. 87), o clichê de plástico apresentava, como principais vantagens em relação aos clichês de metal, as seguintes características:

- Peso; um clichê de plástico possuía 1/8 do peso de um clichê de metal com o mesmo tamanho, o que reduzia os custos de frete e facilitava o transporte.
- Resistência; sua capacidade de impressão sem desgaste era superior a 100.000, o que equivalia a cinco vezes a tiragem de um clichê de zinco e se equiparava ao clichê de cobre, com 30% do custo desse último. Além disso, suportava muito mais o manuseio e, ao contrário dos estereos e galvanos, dificilmente se quebrava.
- Flexibilidade; o clichê de plástico possui maior resiliência, ou seja, maior capacidade de se moldar novamente depois de ter sido comprimido,

expandido ou dobrado, o que possibilitava não sofrer danos ao ser pressionado durante o processo de impressão e ainda ser curvado, caso fosse necessário, permitindo sua utilização em máquinas de impressão cilíndrica.

- Reutilização; desde que seja reduzido a grãos, o material pode ser 100% reciclado com baixo custo para ser posteriormente utilizado em outras matrizes.

No início da década de 1960, Joseph Mayer decidiu importar a maquinaria necessária para produção de clichês de plástico. Essa decisão foi tomada após uma viagem para a Alemanha, onde pôde observar os processos de produção que possibilitavam “reproduzir em plástico o clichê de zinco” (RADELSBERGER, 2009 B). Chegando ao Brasil, Joseph Mayer, juntamente com Ludwig Radelsberger Filho, começaram a pesquisar como seria possível montar um processo similar. Em pouco tempo conseguiram montar um sistema com duas máquinas americanas e uma alemã. O processo produtivo implementado na Latt-Mayer era assim composto (Fig. 88):

- Lake Erie-Acraplast, prensa do molde do clichê, fabricada nos EUA;
- Prosperity, máquina para o pré-aquecimento dos grânulos da matéria-prima, fabricada nos EUA;
- MAM, prensa para moldagem do clichê de plástico, fabricada na Alemanha.

para servir melhor...

LATTO PLAST

é a solução

sempre
acompanhamos o desenvolvimento técnico e nos esforçamos por firmar nossa posição **na vanguarda** do setor de reprodução das Artes Gráficas, mantendo o alto nível de qualidade que, há mais de 25 anos, caracteriza nossas atividades.

clichérias reunidas
latt-mayer s. a.
RUA DO LAVRADIO, 168 - END. TEL. LATCO
RIO DE JANEIRO

42-8125

o LATTOPLAST nos jornais...

Viagem Hotel
tudo pago, pelo...

81
CREDI - PANAIR
PANAIR DO BRASIL
você sempre pagou depois.

Boas Festas!

Gillette
GILLETTE BRIDE BLADE
INDUSTRIA DE LÂMINAS

Qual a sua resistência ?

Já se conseguiu imprimir cerca de 100.000 exemplares, sem que o Lattoplast apresentasse desgaste apreciável.

São facilmente quebráveis ?

Não. São extremamente resistentes. Suportam um manuseio muito mais árduo que qualquer clichê metálico. Resistem a quedas normais ao solo, sem quebrar ou esmagar.

E o peso ?

São levíssimos. Um estêreo ou galvano de página de jornal, normalmente, pesa 6.000 gramas, ao passo que um Lattoplast, com a mesma área, pesa, apenas 750 gramas (1), isto é, 1/8 do peso do clichê de metal.

Como retificá-los ?

Não é necessário. O processo de polimento torna todas as partes do clichê uniformes em espessura, até mais ou menos um centésimo de centímetro.

Pode-se fresar o Lattoplast ?

Sem dúvida; tal como nos clichês de metal.

Como atuam os meios tons ?

Quando consideramos que os discos "long-play", de material similar, reproduzem fielmente os mínimos tons de uma orquestra sinfônica, compreendemos que nenhum detalhe é demasiado pequeno para ser reproduzido num Lattoplast.

Lattoplast altera-se, depois de algum tempo ?

Não; salvo se estiver junto a alguma fonte de calor superior a 70 graus centígrados.

Necessitam embalagem especial ?

Não. Basta envolvê-los em cartão ondulado e remetê-los pela via de transporte preferida (postal, aérea, marítima etc). Seu peso reduzidíssimo torna muito baixo o custo de seu transporte.

Podemos curvâ-los ?

Muito facilmente. Esses clichês são termo-plásticos, de modo que basta aquecê-los ao ponto em que se tornam maleáveis, depois colocá-los num setor de cilindro do mesmo raio do cilindro em que vão atuar; em dois minutos, estarão frios e duros, prontos para o serviço.

Há referências sobre a impressão ?

Certamente. Na verdade, temos fornecido Lattoplast aos jornais, editoras e tipografias, com plena satisfação de todos.

Como atuam nos jogos em cores ?

Excelente: é impossível distinguir-se as impressões feitas com Lattoplast das que são feitas com clichês metálicos.

E a montagem em madeira ?

Não há dificuldade. Diariamente, são montados dezenas de Lattoplast, em nossas oficinas.

Podem ser corrigidos ?

Certamente. As correções ou reparos são feitos do mesmo modo que nos clichês metálicos, inclusive soldas.

Há algum valor no material do Lattoplast usado ?

Sim - 100%, desde que se reduza a granulada, estado em que pode ser usado novamente.

Quais são as desvantagens ?

Não conhecemos nenhuma, exceto a limitação acima.

Figura 87- Frente do folder de divulgação do Lattoplast, década de 1960 (Fonte: AAM).

O clichê plástico nasceu de exaustivas pesquisas e numerosas experiências, durante os últimos 30 anos. Especialmente nos EE. UU., os estudos sobre novos processos de fabricação e de novas instalações especializadas, a fim de alcançar um nível de qualidade necessário para substituir e até superar os seus similares, particularmente, o estêreo, foram coroados de grande êxito. Sem dúvida, o clichê plástico já passou da fase experimental, para tornar-se extremamente popular na América do Norte.

Nós, da Latt-Mayer S. A., sempre acompanhamos o desenvolvimento de nossa profissão, colhendo experiências de perto, nas maiores e mais modernas fábricas dos EE. UU., de onde importamos as instalações completas e do último tipo, para a fabricação do clichê plástico:

LATTOPLAST

CONFECÇÃO DA MATRIZ



CONFECÇÃO DO LATTOPLAST

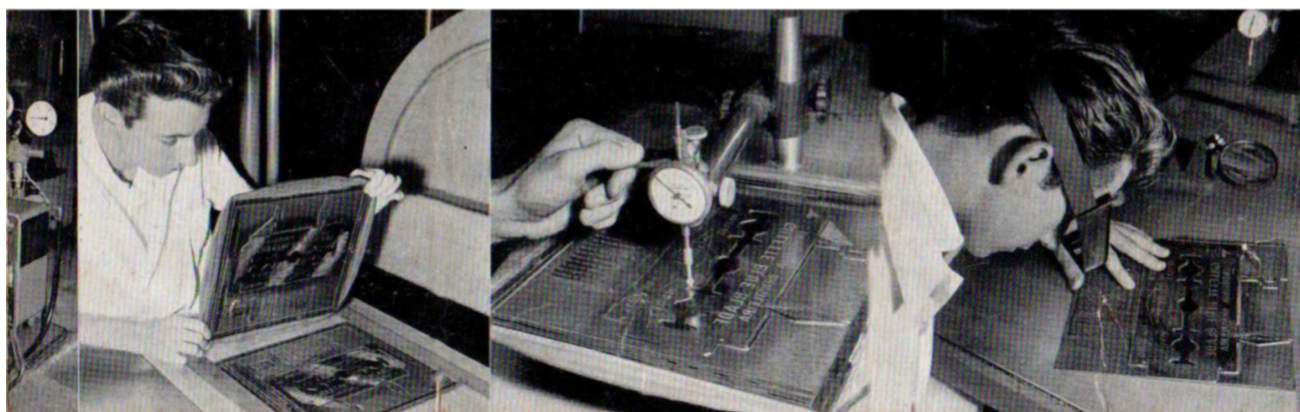


Figura 88- Verso do folder de divulgação do Lattoplast. Nas fotos vemos Ludwig Radelsberger Filho preparando um Lattoplast, década de 1960(Fonte: AAM).

Nos primeiros meses, a matéria-prima era importada na forma de placas, dos Estados Unidos da América e da Alemanha e após o processo de prensagem, por vezes a matriz apresentava bolhas que levavam ao descarte. A dependência dos fornecedores estrangeiros, que por vezes demoravam a entregar os pedidos, somada a esse problema técnico motivou a procura por alternativas para obter uma matéria-prima alternativa com menor custo e que não toruxesse problemas de abastecimento. Assim, Joseph Mayer incumbiu Ludwig Radelsberger Filho desta tarefa (LATT, 2009 A; VELTRI, 2009 A; RADELSBERGER, 2009 A).

Segundo o próprio Ludwig, Joseph Mayer o autorizou a fazer experiências para reproduzir, no Brasil, as matrizes que eram importadas do exterior. Durante um período de aproximadamente quatro meses, foram testados diversos materiais até conseguir obter resultados satisfatórios com uma mistura de “celulose, resina fenólica e plastik industrial”. Os resultados foram tão positivos que, rapidamente, “*passamos a vender para São Paulo, para a [clicheria] Lastri, e paramos a importação*” (RADELSBERGER, 2009 A). A matéria-prima desenvolvida na Latt-Mayer deu origem ao Lattoplast, um novo produto que ao longo da década de 1960, aumentou gama de serviços que a empresa oferecia aos seus clientes, transformando-a em fornecedora de matéria prima para as clicherias concorrentes.

Ao examinar o material de divulgação, observamos ainda que, mesmo tendo montado autonomamente o processo produtivo, a empresa anunciava, provavelmente como um atestado de qualidade, que “*dos EE UU, importamos as instalações completas e do último tipo, para a fabricação do clichê de plástico*”.

Na verdade, a Latt-Mayer não importou a solução completa e sim reproduziu os processos que foram observados em outros países, adaptando-os e modificando-os para aumentar a sua eficiência e maximizar os lucros.

Por esse aspecto, além de adquirir tecnologia, a empresa conseguiu dominar uma parte relevante da tecnologia para fabricação de clichês de plástico, promovendo deste modo uma aquisição de conhecimento.

3.4 Década de 1970 – Últimos Anos da Empresa.

Na virada para os anos 1970, Joseph Mayer juntamente com seu filho Alfredo Mayer, fruto do primeiro casamento, decidiram abrir sua própria empresa, a Quimigráfica Mayer Ltda.. Neste mesmo período, também chega ao fim seu casamento

com Margareth Latt. Esses fatores podem ter motivado a venda da sua participação para o Major Oswaldo de Matos, que adquiriu também a participação de parte dos descendentes de outros fundadores, tornando-se sócio majoritário.

A sociedade Clicherias Reunidas Latt-Mayer S.A., apesar de ter capital aberto, era basicamente familiar, dirigida e administrada, por um grupo de imigrantes austríacos e seus descendentes. Quando o controle acionário foi para outras mãos e a empresa deixou de ser familiar, sua razão social mudou para Latt-Mayer Artes Gráficas S.A. e seu processo administrativo se modificou substancialmente. O foco das operações se manteve na produção de matrizes, mas a empresa começou a atuar em outros setores: impressão *offset*, impressão tipográfica, representação de produtos químicos e de matéria-prima para produção de clichês de zinco. Essa última fase, com razão social Latt-Mayer Artes Gráficas S.A., perdurou até que ocorreu a falência em 1980 (Fig. 89).



Figura 89- Reportagens sobre a falência da Latt-Mayer (Fonte: ASV).

4 DESIGNERS E TECNOLOGIA

Por meio dos depoimentos coletados, podemos afirmar que vários designers se utilizaram dos serviços da empresa para a produção de seus projetos, cabendo destacar Goebel Weyne e Aloísio Magalhães (LATT, 2009 B; VELTRI, 2009 A). Pioneiros do design moderno brasileiro, cujos projetos selecionados servirão de exemplos para a análise de aspectos relativos ao nosso objeto de estudo e sua relação com as atividades projetivas durante a década de 1960. Período esse que compreende o auge da capacidade tecnológica da empresa, e delimita o recorte desta pesquisa.

Ao longo da sua história, a Latt-Mayer construiu uma imagem ligada à qualidade dos serviços que prestava. Essa postura consolidou o nome da empresa como uma referência quando se tratava de tecnologia nas artes gráficas no Rio de Janeiro. Paralelo a isso, o campo do design trabalha constantemente em uma área limítrofe entre o projeto e o fazer, sendo intrinsecamente ligado a questões tecnológicas da indústria. Vejamos o que nos diz sobre esse tema, Ellen Lupton:

“Para o designer gráfico, a produção consiste no processo de planejamento e montagem de um cartaz, um livro ou outro documento antes de sua produção por uma impressora. Nosentidade celebrar a era da máquina, o designer moderno investigou o sistema de produção mecânica, a fim de revelar os seus limites e transgredi-los.”(LUPTON, 1998: 53)

Aliado a isso, é natural que profissionais do campo do design busquem empresas que possam atender às suas demandas e que auxiliem na procura por respostas a essas questões. Esses fatores explicam, em parte, o grande número de projetos de relevância inquestionável que a Latt-Mayer produziu.

Para entender a dinâmica entre os designers e a empresa, é necessário analisar a relação que se estabelecia entre eles. Do ponto de vista da Latt-Mayer, um designer era um cliente e a relação comercial entre ele e a empresa se dava, em um primeiro momento, pela Seção de Atendimento, que se dividia em duas partes:

- Contatos externos- Setor que atendia empresas de publicidade e mercado editorial em geral. Seus funcionários eram vendedores externos que não

possuíam, necessariamente, vínculos empregatícios com a empresa e recebiam comissão por trabalhos executados.

- Contatos internos - Setor que era responsável por atender, em geral, gráficas comerciais, designers e outros clientes que entravam em contato diretamente com a empresa. Seus funcionários eram contratados, possuíam vínculos empregatícios e recebiam comissão por trabalhos executados.

Cabia ao responsável pela Seção de Atendimento, além de gerenciar os setores citados, executar os orçamentos, tanto para os clientes externos quanto para os internos. Este cargo foi ocupado, durante grande parte do período estudado, por Margareth Anna Latt, e de suas entrevistas coletamos informações para investigar o tema. Essa decisão foi motivada pelo fato de não termos localizado nenhum registro contábil ou administrativo da empresa.

Ainda em relação a essa questão, Sylvio Veltri, um dos entrevistados, foi funcionário do setor de contato interno. Fazia parte das suas atribuições, atender aos clientes que chegavam ao balcão para solicitar serviços, o que era o procedimento usual de designers que não estavam ligados às agências de publicidade. Essas, ao contrário, eram atendidas pelo setor de contato externo. É interessante observar que a rotatividade de funcionários ligados aos contatos externos era grande, pois eles não tinham vínculo trabalhista com a empresa. O mesmo não se pode afirmar dos funcionários de contatos internos, que trabalharam por décadas na empresa. Assim, foi possível identificar e coletar dados de projetos executados pela Latt-Mayer, comparando os depoimentos do fornecedor dos clientes com os projetos executados.

Outro dado que deve ser levado em consideração é a localização da empresa. Sua proximidade com a ESDI possivelmente facilitou o contato entre a clícheria e professores e alunos da escola. Segundo depoimento de Goebel Weyne, a Latt-Mayer foi um local onde muitos alunos da escola puderam ter uma primeira aproximação com a indústria gráfica, fazendo visitas, fato comum a uma turma da escola citada (WEYNE, 2008). Desse modo, vemos que além dos designers pioneiros, as gerações que surgiram posteriormente também tiveram contato com a empresa. Sylvio Veltri atendeu alguns dos primeiros designers formados na ESDI e cita como exemplo os nomes de Leo Visconti e Roberto Verschleiser (VELTRI, 2009 B).

Neste sentido, podemos afirmar que diversos projetos ligados ao desenho industrial tiveram seus clichês produzidos pela Latt-Mayer (Fig. 90), incluindo as Bienais Internacionais de Desenho Industrial do Rio de Janeiro de 1968, 1970 e 1972 (Figs. 91-

Figura 90 – À esquerda, frente do folder Imagem Empresarial, exposição realizada no MAM de 17 de fevereiro a 16 de março, 1970, projeto de G. Weyne. À direita, frente do folder O Talher Contemporâneo, exposição realizada no MAM de 19 de março a 15 de abril, 1970, projeto de G. Weyne (Fonte: AGW).





Figura 91 – Convite da Bienal Internacional de Desenho Industrial do Rio de Janeiro, 1968, projeto de G. Weyne(Fonte: AGW).



Figura 92 – Convite da Bienal Internacional de Desenho Industrial do Rio de Janeiro, 1970, projeto de G. Weyne(Fonte: AGW).



Figura 93 – Convite e catálogo composto por lâminas com fichas técnicas dos trabalhos selecionados da Bienal Internacional do Rio de Janeiro, 1972, projeto de G. Weyne (Fonte: AGW).

Mesmo antes de o termo design ser difundido no Brasil, a Latt-Mayer produziu matrizes e provas para projetos de grande importância para a história do design gráfico brasileiro. De efêmeros, como embalagens, folders, cartazes, papelaria em geral, passando por periódicos, como revistas e jornais, ao atender demandas de agências de publicidade na produção de anúncios e outros tipos de propaganda e chegando aos livros, não seria viável fazer um mapeamento de toda produção ligada ao design brasileiro executada na empresa ao longo de mais de 50 anos. Portanto, elegemos como exemplos dois projetos que possibilitaram um aprofundamento em questões que relacionam as atividades projetivas à fabricação de produtos gráficos e que podem

servir de ponto de partida para uma reflexão sobre a relação entre design gráfico e indústria gráfica.

4.1 Revista *Módulo*.

O primeiro exemplo de que tratamos foi a *Módulo*, revista de periodicidade mensal, fundada em 1955 no Rio de Janeiro, com Oscar Niemeyer ocupando-se de sua direção, juntamente com Rodrigo Melo Franco de Andrade, Joaquim Cardozo, Rubem Braga e Zenon Lotufo. Seu corpo editorial era originalmente constituído por Carlos Leão, Flávio de Aquino, Marcos Jaimovich, Hélio Uchoa, José de Souza Reis e Oswaldo Costa.

Essa publicação de relevância indiscutível, tanto para o movimento moderno, quanto para a história da arquitetura brasileira, teve suas matrizes produzidas pela Latt-Mayer ao longo de toda primeira fase, de 1955 até 1965, quando sua publicação foi interrompida pelo governo militar e sua sede depredada.

A *Módulo* voltou a ser publicada em 1975, no início da abertura política. Após a retomada e com novo corpo diretor, a Latt-Mayer voltou a prestar serviços para a revista e seguiu assim até a falência da clicheria em 1980 (LATT, 2009 B; VELTRI, 2009 B). A trajetória da revista ainda prosseguiu até 1987, quando alcançou seu último ecentésimo número.

O designer Goebel Weyne nos relatou, na entrevista concedida em agosto de 2009, que recém-chegado ao Rio de Janeiro para participar do curso ministrado por Otl Aicher e Tomás Maldonado no MAM em 1959, foi contatado por Arthur Lício Pontual para participar da equipe responsável pela revista. Esse convite aconteceu no momento em que se planejava uma mudança de formato da revista, visando adequá-la melhor ao mercado publicitário. A publicação contou com Goebel Weyne em seus quadros de 1959 até 1965 (Fig. 94-95). Sua contratação pela *Módulo* levou ao primeiro contato com a Latt-Mayer. Sylvio Veltri era o funcionário responsável por atender a revista e quase a totalidades das demandas passavam por suas mãos. Posteriormente, a relação comercial que ali se iniciou prosseguiu e a empresa continuou prestando serviços em diversos outros projetos de Goebel Weyne. (WEYNE, 2009)

qualidade, alicerçado em tecnologia e técnicos bem preparados, aliado à possibilidade de uma interlocução com funcionários capazes de apresentar opções e mesmo soluções para problemas técnicos, pode ser apontado como um diferencial fundamental que fazia com que a empresa se destacasse dentre todas as outras.

O mesmo, segundo GoebelWeyne, não se podia dizer de outras empresas do segmento gráfico na época, principalmente as gráficas comerciais. Em relação a essa afirmação, vejamos o que nos disse o designer quando se referiu a diferença entre as matrizes e provas produzidas pela empresa e o produto final impresso na gráfica: “Com relação à qualidade do produto da Latt-Mayer, essa discrepância entre a qualidade [da Latt-Mayer] e a [re]produção da gráfica era enorme” (WEYNE, 2009).

GoebelWeyne lembrou ainda que as questões orçamentárias eram um fator limitante, entretanto esse desnivelamento era fruto fundamentalmente da falta de estrutura das gráficas às quais se tinha acesso. Em um momento posterior, quando a revista passou a ser impressa em uma gráfica bem montada, foi possível obter um produto final melhor, porém ainda inferior ao que se conseguia em termos de provas na Latt-Mayer (WEYNE, 2009). Portanto, o designer tinha de levar em consideração, entre outros fatores, as limitações orçamentárias e os meios de produção a que se tinha acesso.

O design sempre trabalha com sistemas e a própria indústria gráfica é um sistema produtivo de alta complexidade e flexibilidade. Ao aliar capacidade de sistematização com conhecimento do processo de reprodução o designer tem a possibilidade de atingir resultados muito interessantes, como nesse exemplo apresentado.

Os fatores técnicos podem até atuar como condicionantes do projeto, entretanto observamos que a capacidade de conformar o produto gráfico de modo a atender os objetivos propostos é uma das características que definem um bom designer. Para tal, é necessário, além de adequar o projeto aos custos previstos, conhecer dos processos de produção, antever seus limites e até mesmo expandi-los quando necessário. O próximo projeto selecionado exemplifica bem essa última afirmação.

4.2 Projeto Cruzeiro Novo, a materialização de um conceito.

O segundo exemplo é o Projeto Cruzeiro Novo, concebido por Aloísio Magalhães na segunda metade da década de 1960. O professor Washington Dias Lessa ao comentar a importância deste projeto, concluiu:

“O projeto [Cruzeiro Novo] de Aloísio Magalhães apresenta a singularidade de, sem desprezar a tradição, articular-se moderno e independente. E de, pela invenção, romper com convenções visuais estabelecidas na Europa e Estados Unidos desde o século XIX. Tudo isto vem confirmar a sua enorme importância como marco no desenvolvimento do design brasileiro.” (LESSA, 2009: 455)

Durante o governo do General Castelo Branco, em 1966, ocorre uma alteração no padrão monetário brasileiro com a substituição de mil unidades do Cruzeiro por uma unidade do Cruzeiro Novo. Essa conversão abre o caminho para a troca da família de cédulas em circulação desde 1942 por uma nova, concebida por brasileiros e impressa pela Casa da Moeda. Essa decisão foi tomada a partir de dois fatores:

- O alto custo da produção.
Silva Junior (2008:116), ao se referir aos custos relativos à aquisição de cédulas nas décadas de 1950 e 1960, afirma que “[...]os valores gastos com compra de numerário novo aumentavam progressivamente. Com o passar do tempo a importação é cada vez menos viável para o país.[...]” Outro relato, que corrobora com essa afirmativa vem de um funcionário da Casa da Moeda, Carlos Alberto da Costa Lima, se referindo à aquisição ocorrida no início dos anos 1960 “[...]o que se gastou na última compra de numerário para o Brasil teria sido suficiente para bancar todo o investimento no parque gráfico[...]”.
- Risco de desabastecimento devido a problemas com os fornecedores.
Nos primeiros anos da década de 1960, a empresa Thomas de La Rue cometeu dois erros, um colocando em duas séries o nome do diretor da caixa de amortização anterior e não o em exercício, e outro na composição, colocando a palavra *Ministro* sem o “i”, ficando *Minstro*. As cédulas com erros foram aceitas e sofreram uma sobre impressão, pois existia uma necessidade urgente de reposição das cédulas em circulação (TRIGUEIROS, 1984: 229).

Quanto à escolha do projeto para a nova família de cédulas, foi decidido que ela ocorreria com base em um concurso fechado e de caráter confidencial, e Florisvaldo dos Santos Trigueiros, assessor do Banco Central, foi designado para organizá-lo. Foram convidados pelo Banco Central: Alexandre Wollner, Aloísio Magalhães, Goebel Weynee Ludovico Martino, todos ligados ao movimento de design moderno. A

Casa da Moeda indicou seus funcionários, chamados de *moedeiros*: os gravadores de talho-doce, Benedito de Araújo Ribeiro, Petrarca Amenta, e os desenhistas Waldir Granado e Zélio Trindade, esses ligados a Escola de Belas Artes (EBA)(Fig. 96). O júri foi composto por:

- Flavio de Aquino, diretor da ESDI;
- Florisvaldo dos Santos Trigueiros, assessor do Banco Central;
- Leopoldo de Souza Campos, gravador da Casa da Moeda e professor da Escola de Belas Artes;
- Vicente de Paulo Ferreira da Silva, gerente da Casa da Moeda;
- Wladimir do Amaral Murtinho, embaixador e incentivador do projeto.

A metodologia do concurso foi simples:cada participante recebeu um álbum com as características básicas das cédulas e exemplos de notas brasileiras e de outros países, Na data marcada,o projeto foi entregue em envelope lacrado e identificado por pseudônimo. Após a apuração, em 16 de agosto de 1966, a proposta de Aloísio Magalhães recebeu quatro votos. O voto restante foi para Benedito de Araújo Ribeiro.

Designers



Goebel Weyne



Ludovico Martino



Aloísio Magalhães

Funcionários da Casa da Moeda



Petrarca Amenta



Valdir Granado



Benedito de Araújo

Figura 96 – Layouts de seis concorrentes do concurso para o design da família do novo padrão monetário, à direita os designers Goebel Weyne, Ludovico Martino e Aloísio Magalhães, à esquerda os moedeiros Petrarca Amenta, Valdir Granado e Benedito de Araújo (Fonte: APMDB).

Vejamos o que nos diz Amaury Fernandes, ao identificar os fatores que levaram ao sucesso de Aloísio Magalhães no concurso,

“O concurso é vencido por Aloísio Magalhães, pois o material que ele apresenta ao júri e que fascina seus componentes apresenta todas as características e vai além. [...] Uma proposta gráfica que concilia inovação visual e adequação do trabalho as especificidades do papel-moeda”. (SILVA JUNIOR, 2008: 129)

Dentre essas especificidades da produção de dinheiro destaca-se a exigência do uso de elementos de difícil reprodução que garantem a segurança do impresso, evitando a falsificação. Nessa direção, o projeto de Aloísio Magalhães introduziu uma inovação que se propunha ser um empecilho para a reprodução, o *Moiré Controlado*. Do

ponto de vista da indústria gráfica, o *moiré* é provocado quando existe uma falha na produção da matriz. Vejamos o que diz Frederico Porta ao definir o termo:

“termo com que, em fotogravura, se costuma indicar um *defeito* que algumas vezes se nota nos clichês reticulados, quando o original também é uma gravura autotípica (reticulada). A sobreposição das duas retículas, a do original e a da reprodução, pode dar ao clichê tons achamalhados, que podem tornar a imagem confusa.” (PORTA, 1958: 276) *o grifo é meu.*

Porém, a inovadora proposta de Aloísio era desenvolver fundos controlados de *moiré* (Fig. 97), que pudessem ser utilizados como mais um elemento de segurança. Desse modo, “[...] ao propor a utilização do *Moiré Controlado*, Aloísio Magalhães, gerou uma quebra de paradigma, o que antes era um defeito virou um efeito.” (MIRABEAU, 2009: 479).

Nesse ponto, temos que ressaltar que entre o conceito e a materialização dessa ideia, existiu uma considerável distância. Não sendo possível prever a viabilidade desse procedimento sem antes fazer testes (Fig. 98), o designer procurou meios de materializar seu projeto e preparar os *layouts* para o concurso citado anteriormente (Fig. 99). Esses testes foram executados na Latt-Mayer, sendo provável que se tenha utilizado dos serviços da empresa também para preparar o material fotográfico com o qual foram montados os *layouts* apresentados no concurso (LATT, 2009 A; VELTRI, 2009 A; SOUZA LEITE, 2008; RODRIGUES, 2008).

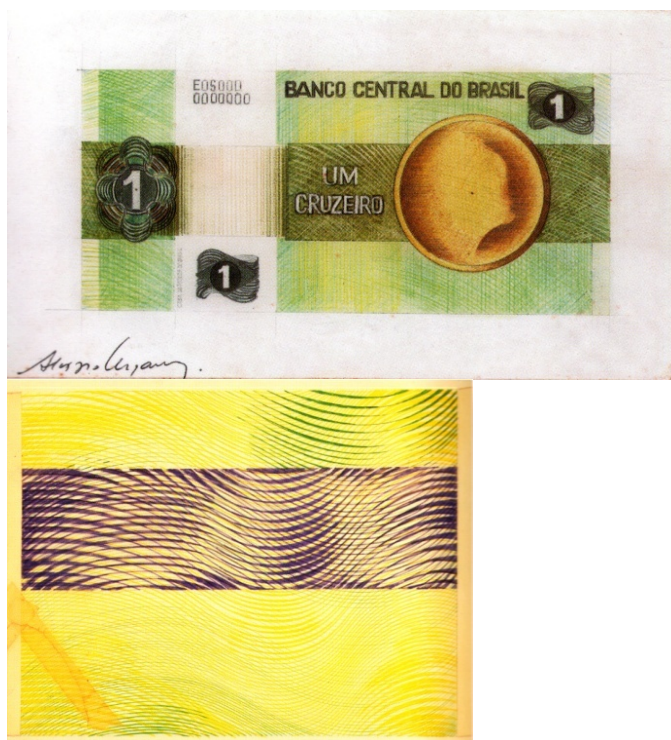


Figura 97 – Estudos de *moiré*, desenhados a lápis por Aloísio Magalhães (Fonte: AAM).



Figura 98 – Provas de prelo executadas na Clichérias Reunidas Latt-Mayer S.A.(Fonte: APMDB).



Figura 99 – Layouts apresentados no concurso(Fonte: APMDB).

Neste exemplo, temos uma subversão conceitual que avançou sobre os limites e se utilizou da inventividade para expandir as possibilidades de aplicação da tecnologia. A rede formada pelo designer, a maquinaria e o corpo técnico da empresa gerou uma nova competência para atender as especificidades do projeto, gerando um resultado inovador.

Esse processo foi apenas o ponto de partida para a execução do projeto. Após sair vencedor do concurso, ainda foi necessário comprovar que os resultados obtidos nas provas podiam ser reproduzidos no âmbito das tecnologias de produção de impressos de segurança. Segundo Mirabeau(2009: 478):

“Com o projeto finalizado, Aloísio viajou para a Europa juntamente com técnicos da Casa da Moeda e um funcionário do Banco Central com o objetivo de preparar as matrizes de impressão, treinar pessoal e comprar equipamento. Após alguns meses e muitos contratemplos, em parte fruto da desconfiança de funcionários da Giori de La Rue quanto à viabilidade do projeto. O objetivo foi alcançado e foi possível estabelecer uma nova competência no Brasil, a impressão de dinheiro.”

Esse modelo descrito se encaixa no conceito de *transferência tecnológica*. Pois, além da importação de maquinaria e treinamento de pessoal, o país desenvolveu por meio da inovação, uma competência própria com aquisição de conhecimento. O Banco Central disponibilizando a estrutura, o designer com o conceito inovador, a Latt-Mayer servindo de laboratório para as primeiras experiências e produzindo o material para os *layouts* do concurso, as fornecedoras estrangeiras trazendo *know-how* e maquinaria, a Casa da Moeda com a tradição *moedeira* e o pessoal para a produção: uma rede de atores geradora de uma *inteligência* e “um desenho original para a moeda brasileira foi conquistado” (LEITE, 2003: 192).



Figura 100 – O anverso da cédula de cinco cruzeiros (Fonte: AAM).

5 CONCLUSÃO

5.1 O Método Utilizado.

Este trabalho, se por um lado é modesto, por outro é ambicioso. Modesto, pois teve como objetivo fazer um resgate histórico de uma clícheria fundada por ex-operários que imigraram da Áustria no começo do século XX. Essa empresa teve como principal característica sempre se utilizar das tecnologias de ponta existentes na sua época para prestar serviços de qualidade para a indústria gráfica do Rio de Janeiro. Por outro lado, é ambicioso ao se propor pontuar alguns momentos da relação entre a indústria gráfica e o projeto gráfico e, através deles, fazer generalizações, analisando questões centrais para o estudo da história do design brasileiro.

Para tal, optamos por fazer um estudo de caso e nos utilizamos de métodos da história oral e da historiografia para coletar dados. Ao longo da pesquisa esse método apresentou diversas qualidades, revelando-se fértil em apontar indícios com os depoimentos, eficaz ao facilitar o acesso aos acervos particulares que foram ricos mananciais de informação e efetivo ao possibilitar que a comparação dos dados obtidos com documentação oficial validasse a pesquisa.

Ainda em relação ao procedimento utilizado ao longo do trabalho, é possível afirmar que o mesmo foi extremamente enriquecedor do ponto de vista da formação do pesquisador. Como foram acessadas diversas fontes de informação de modo simultâneo, foi necessário utilizar uma extensa gama de técnicas de pesquisa, indo de métodos de entrevista e história oral, passando por digitalização e preservação de acervo iconográfico até chegar aos métodos de historiografia. Esta experiência possibilitou vislumbrar toda uma gama de possibilidades dentro do campo pesquisa histórica, ampliando os horizontes e mostrando novos caminhos que podem ser trilhados em projetos futuros.

Com a finalidade de aprimorar o método utilizado e como aporte para trabalhos futuros observamos que foi fundamental manter o distanciamento e a visão crítica dos fatos, sempre procurando aclarar as questões que se apresentaram,

validando as informações coletadas das fontes com a documentação histórica adequada. Por essa via, tornou-se possível fazer uma análise criteriosa e obter novos dados com a consistência necessária a um trabalho acadêmico.

5.2 Memória.

Durante mais de cinco décadas, a Latt-Mayer foi uma grande prestadora de serviços para as principais clientes agências de publicidade em atividade no Brasil. Dentre as quais podemos destacar: J. W. Thompson, MacCannErickson e Interamericana. Estas agências detinham uma parcela significativa do mercado publicitário brasileiro, atendendo a contas de empresas nacionais e multinacionais, o que levou a clícheria a produzir todo tipo de matrizes para os principais veículos de comunicação e gráficas do todo o país. (LATT, 2009 A; VELTRI, 2009 A;).

Ao atender os mercados publicitário e editorial, a Latt-Mayer se tornou uma referência. Ao se tornar uma referência, conseguiu estabelecer um padrão que passou a ser um parâmetro de qualidade almejado por todos que trabalhavam na área, e que buscavam, na empresa, as soluções necessárias para atender as demandas de seus projetos. Desse modo, dentre os inúmeros originais que passaram pela oficina da Latt-Mayer, é possível identificar um número significativo de projetos concebidos por nomes relevantes para o *design* brasileiro.

Portanto, como contribuição para a área de conhecimento do design, é importante destacar que os dados coletados nesta pesquisa são informações que, salvo outra iniciativa similar, estariam fadados ao esquecimento.

Outra contribuição importante foi a identificação, datação e digitalização dos manuais e catálogos que a empresa produzia para divulgar seus serviços (Fig. 101). Esses manuais retratam as tecnologias que a empresa oferecia a seus clientes e constitui uma fonte primária de grande valia no estudo da história do design brasileiro. Eles também serviram de parâmetro para uma análise, tanto dos projetos, quanto do próprio fazer de produtos gráficos.

Isso posto, acreditamos que o resgate histórico desse microcosmo tornou possível coletar informações e vislumbrar aspectos relevantes para o entendimento de contextos maiores em que se inseriram as atividades projetivas ao longo do período estudado.



Figura 101 –Manuais de divulgação da Latt-Mayer.(Fontes: AAM, ACL, ASV)

5.3 Microcosmo da Indústria Gráfica Brasileira.

Não é incomum na indústria gráfica brasileira que uma empresa seja administrada por uma família. Na verdade, até meados do século XX a maior parte delas era de origem familiar. Segundo último levantamento da Associação Brasileira da Indústria Gráfica, 30% das empresas da área gráfica ainda têm essa característica. Outro dado é que, das 16.000 gráficas comerciais de pequeno porte com até 10 funcionários, metade é familiar (ABIGRAF, 2008: 50).

Não localizamos estudos no Brasil exclusivamente direcionados a clichês e outras fornecedoras de matrizes. Porém, ao fazer um levantamento das principais concorrentes da Latt-Mayer, encontramos indícios de que essas também eram empresas familiares fundadas por imigrantes, muitos deles ex-operários. Aparentemente, a importação de técnicos sempre foi um procedimento usual em aquisições de tecnologia na indústria gráfica nacional, visto que, tanto a importação dos operários austríacos que fundaram a Latt-Mayer, quanto a vinda de Joseph Mayer para trabalhar na Sociedade Técnica Bremensis, aponta nesta direção; o que ressalta ainda mais a relevância do nosso objeto de estudo como parâmetro para estudar todo o universo da indústria gráfica no Brasil.

Essa origem familiar facilitou o acesso a informações, ao possibilitar o contato com testemunhas que estiveram ligados à empresa por longos períodos. Assim, coletamos depoimentos que logo no início da pesquisa possibilitaram:

- Mapear grande parte do recorte escolhido.
- Definir as atividades de cada entrevistado na empresa.
- Pontuar os momentos de transição na história da empresa.

Após compilar esses dados e ir de encontro à documentação que permitisse validar as informações coletadas, foi possível montar gráficos da relação entre depoentes, personagens relevantes, tecnologias e a trajetória da Latt-Mayer (Figs. 102-103).

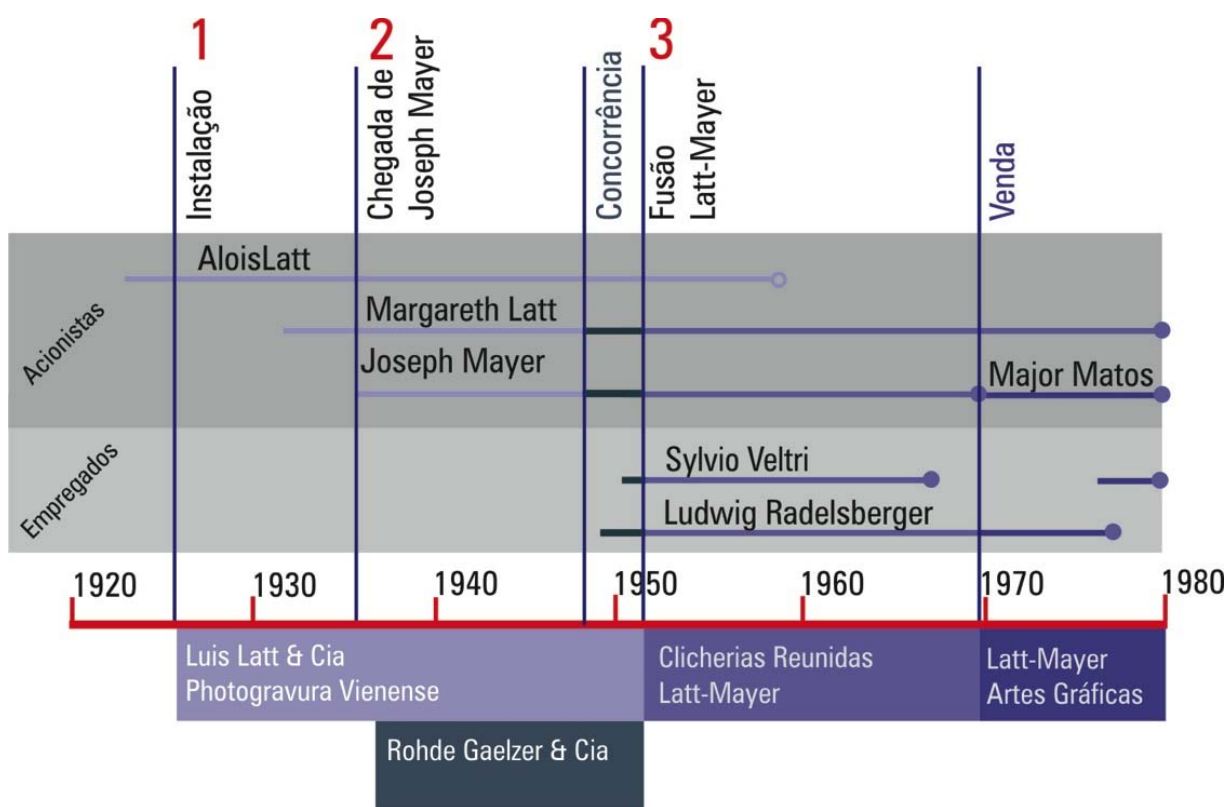


Figura 102 –Gráfico relacionando proprietários e funcionários à trajetória da Latt-Mayer.

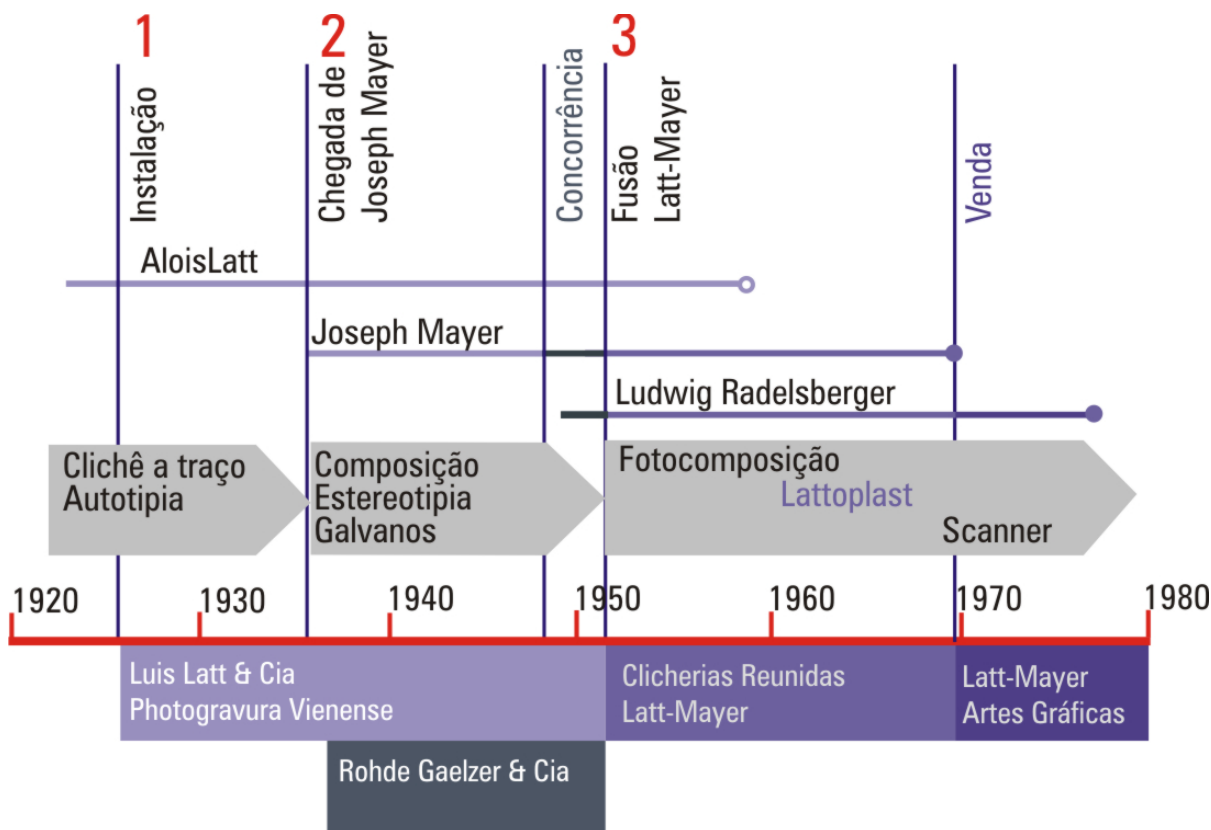


Figura 103 –Gráfico relacionando a aquisição de tecnologias com a trajetória da Latt-Mayer.

Ao compararmos a trajetória da empresa, correlacionando-a aos momentos da implantação de tecnologias, verificamos que existe um paralelo entre a *aquisição de tecnologia* e a contratação ou treinamento de técnicos especializados. O que nos leva à conclusão de que na verdade para que a *aquisição de tecnologia* fosse implementada era preciso além da compra de equipamentos, a contratação de técnicos.

A partir da fusão, em 1952, passou a ser uma estratégia da empresa, além de treinar técnicos dentro da empresa, municiá-los com o ferramental necessário para uma assimilação maior das tecnologias adquiridas (Fig. 104). Essa estratégia partiu um ex-operário que se tornou sócio e que graças às suas competências técnicas conseguiu articular um processo de *aquisição de conhecimento*. Deste modo, vemos que naquele ponto a empresa, através de um sistema complexo de atores, conseguiu adquirir, como no conceito proposto por Lévy, uma “*inteligência [...] através de um fenômeno cumulativo formado por uma rede de atores.*”

Para que processos como esse sejam bem sucedidos, é sempre necessário superar obstáculos. Como afirma o designer Gui Bonsiepe (1983: 28), “*A pressão tecnológica dos países centrais é tão grande que os países periféricos -em termos de tecnologia- apenas existem.*” Ainda sobre esse tema o designer alerta para “*a existência*

de uma **divisão internacional do trabalho**(grifo do autor)que atribui aos países periféricos o papel de simples reprodutores da tecnologia produzida nos países centrais“(BONSIEPE, 1983: 13).



Figura 104 - Ludwig Radelsberger e Joseph Mayer na Seção de Galvanoplastia, década de 1960 (Fonte: AAM).

Corroborando essa afirmação, o antropólogo Darcy Ribeiro, em uma entrevista publicada na revista *O Cruzeiro* em 19 de outubro de 1968, alertava que:

“Estamos ameaçados do que [...] chamo de Atualização histórica. Em lugar de nos organizarmos, de nos estruturarmos e crescermos como um povo para nós mesmos, nós todos podemos ser conduzidos a, mais uma vez, sermos estruturados como um povo para outro.” (RIBEIRO, 2007: 44)

Se tomarmos como ponto de partida que o modelo de modernização da sociedade brasileira é tradicionalmente, a *Atualização Histórica* ou uma “modernização reflexa com perda de autonomia” (RIBEIRO, 1979: 55-56), poderemos verificar que no caso da indústria gráfica nacional esse modelo também se aplica. Por não termos capacidade de nos atualizarmos autonomamente, sempre mantemos algum tipo de dependência com outros países. Por não gerarmos inovações tecnológicas radicais, ou seja, inovações que quebram paradigmas tecnológicos, sempre alcançamos um progresso

relativo. Quando adquirimos uma tecnologia ou está defasada, ou não é vantagem competitiva.

Talvez por isso verificou-se neste trabalho que na indústria gráfica do Brasil, diversas tecnologias coexistem e se atropelam, sendo adquiridas de acordo com as oportunidades, em iniciativas isoladas e sem uma política de incentivo de longo prazo. Essa seria outra característica da aquisição tecnológica no Brasil: como não produzimos ou adquirimos conhecimento, acabamos reféns da oferta do mercado externo, ou seja, compramos o que nos querem vender e não o que necessitamos comprar. Além disso, somos obrigados a adquirir somente as tecnologias totalmente consolidadas no mercado, pois, como não temos independência tecnológica, caso aconteça algum desabastecimento externo, não teremos autonomia para manter a produção. Esse contexto também impede que a indústria invista em tecnologias promissoras, mas que ainda não foram suficiente testadas.

5.4 Desdobramentos: Design e Indústria Gráfica. Ontem e Hoje.

No campo do design, a importância do estudo de temas relacionados à indústria gráfica é, ao mesmo tempo, periférica e central. Periférica porque trata de uma pequena e especial parcela das questões ligadas às atividades projetivas de produtos gráficos e não dita regras gerais aplicáveis fora do âmbito das artes gráficas. Central porque, se todo produto gráfico nasce a partir de um projeto, devemos reconhecer a relação design gráfico e indústria gráfica como intrínseca e fundamental, pois esta carrega uma tradição que antecede até mesmo a própria imprensa.

O conceito proposto por Vilém Flusser onde: *“Tudo, e em particular a ciência, a política, a arte e a religião [...] Pode ser reconstituído a partir da organização das fábricas.”* (FLUSSER, 2007:35), reflete bem o objetivo deste trabalho. O objeto de estudo dessa pesquisa apresenta a interessante característica de poder ser tomado de modelo para o entendimento de diversos aspectos da relação entre designers e indústria gráfica, tanto pelo viés histórico, quanto pelo tecnológico. Por fazer parte do setor industrial, de origem familiar, prestadora de serviços, fundada por ex-operários que imigraram para trazer novas tecnologias, ela retrata diversos aspectos específicos que podem servir para generalizações, indo do particular para o geral ou vice-versa.

Um aspecto dos mais interessantes que identificamos foi que, ao longo da trajetória da empresa, os fluxos de trabalho eram modificados dependendo do tipo de

matriz que era produzida, entretanto essas mudanças não alteravam significativamente o posicionamento do cliente em relação à empresa. Se tomarmos como exemplo as etapas necessárias para produção de um clichê de autotipia e de estereotipia, vemos que o segundo possui cinco etapas a mais, porém todas as outras 15 são exatamente iguais (Fig. 105), ou seja, uma é um desdobramento da outra.



Figura 105—Exemplos de fluxos de trabalho para produção de matrizes de autotipia e estereotipia.

Ainda neste exemplo, observamos que a *aquisição de tecnologia*, promovida por Joseph Mayer na década de 1930, acrescentou novas seções, mas não modificou a espinha dorsal da empresa. Para o cliente, houve um aumento da oferta de serviços oferecidos, entretanto ele continuava trazendo um original, o projeto e todo trabalho era executado pela clicheria, só cabendo a ele a revisão de determinadas etapas.

Trazendo essa discussão para o âmbito da relação design e tecnologia, é possível verificar uma mudança de posicionamento da atividade do designer em relação à indústria gráfica no século XX. Ao comparar alguns exemplos de fluxo da empresa ao longo do recorte do trabalho com um fluxo de produção de matrizes nos dias atuais, veremos que diversas funções que antes eram de responsabilidade da empresa que fabricava matrizes, agora estão nas mãos do designer.

Tomamos como exemplo uma comparação entre o processo para fabricação de um Lattoplast na década de 1960 e outro para produção de uma matriz *offset*, o *ComputertoPlate* (CTP). Esse processo consiste na impressão laser de um arquivo digital diretamente sobre a matriz, “do computador para a chapa”, sendo muito utilizada nos

dias atuais, já dominando cerca de 70% do mercado brasileiro de produção de matrizes (ABIGRAF, 2009: 125).

É importante frisar que não temos a intenção de comparar as tecnologias, o que não seria apropriado neste espaço, e sim comparar o posicionamento do designer em relação à produção de uma matriz monocromática para impressão em 1960 e nos dias atuais (Fig. 106). Usaremos um modelo genérico para descrever o processo de produção de chapa CTP (ABIGRAF, 2006: 125)



Figura 106—Exemplos de fluxos de trabalho para produção de matrizes de Lattoplast e CTP.

Ao compararmos o fluxo da década de 1960 com o atual, é possível apontar inúmeras diferenças, entretanto iremos nos ater apenas àquelas relacionadas às funções executadas durante os processos. Supondo que o cliente seja o responsável pela conceituação do projeto gráfico, é possível apontar funções que antes eram exercidas por profissionais específicos altamente treinados e, atualmente, são de responsabilidade do designer.

Portanto, as funções que foram transferidas para o designer são: a digitalização [fotografia/fotolito], retoque [de imagens], composição [tipográfica] e controle de qualidade [revisões internas]. Outras funções foram aglutinadas na etapa do operador de computador, como a impressão das provas e a gravação da matriz, ambas totalmente automatizadas, sem qualquer interferência humana.

Assim, torna-se evidente que o posicionamento do designer, tanto como prestador de serviços, quanto como cliente direto mudou radicalmente. Talvez neste

ponto resida o maior desafio para a profissão nos dias atuais: pensar como se preparar para atender as novas especificidades que essas mudanças trouxeram. Cabe ressaltar que nas últimas duas décadas, o campo de design gráfico tem apresentado um crescimento significativo, entretanto parte do seu conhecimento está se democratizando. Muito dessa democratização também é decorrente da introdução de novas tecnologias, segundo o professor Guilherme Cunha Lima:

“[...] programas gráficos têm evoluído muito [...] a grande produção vem barateando o custo das máquinas. Por isso, para as tarefas mais simples de comunicação visual, qualquer usuário, uma secretária mesmo, será capaz de resolver rapidamente problemas de diagramação com muito mais eficiência do que nos tempos da máquina de escrever.” (LIMA, 1995: 35)

O diferencial do designer não está em dominar um instrumental ou o vocabulário específico que possibilita a execução de produtos gráficos. As ferramentas estão ao alcance de todos. A especificidade da profissão está, como nunca antes, ligada à conceitualização, ao domínio sobre o ato de projetar e ao conhecimento dos meios de produção. Esses estão cada vez mais acessíveis, pois qualquer designer tem sobre a mesa do seu escritório um instrumental que permite preparar todo o projeto, chegando ao ponto de entregar apenas um original digital com todas as características de produção pré-definidas, deixando para a indústria apenas a fabricação do produto.

Desse modo, entendemos que, mais do que nunca, não é possível conceber o design gráfico como um elemento que atue em separado da indústria gráfica. O design e os sistemas produtivos industriais são atores que formam uma rede de interações em que cada elemento não deve ser encarado como um fator limitante, mas sim como ferramentas para conformação de produtos inovadores e efetivos.

5.5 Indicação para Trabalhos Futuros.

Esperamos ter deixado claro ao longo da dissertação que a intenção deste trabalho não era fazer a história da indústria gráfica brasileira ou um tratado sobre produção gráfica. Buscamos sim, por este estudo de caso, apresentar aspectos históricos da indústria gráfica, sob um ponto de vista fático, trazendo fatos considerados relevantes e apresentando-os de forma simples, juntamente com a conceitualização de tecnologias essenciais para a compreensão dos momentos pontuados. Não era também o objetivo desta pesquisa contar a história de uma família de operários imigrantes e sim a história de uma empresa da área gráfica. Aspectos sociais,

econômicos e políticos, apesar de sua inegável relevância, foram analisados dentro do limite que julgamos necessário para o desenvolvimento da pesquisa. Por fim, optamos por não fazer uma análise gráfica do material de divulgação da empresa, deixando esse tema para futuras pesquisas. Portanto, temos consciência das lacunas que poderão ser objeto de futuras investigações e outros trabalhos.

Como nossa pesquisa é um estudo de caso sobre a Latt-Mayer, a mesma foi mantida como fio condutor dos fatos aqui apresentados. Assim, não colocamos dentro do escopo do trabalho vias de investigação que pudessem levar a outras pesquisas não relacionadas diretamente ao nosso objeto de estudo. Porém acreditamos que essas vias podem ser consideradas como sugestões para tanto.

Primeiramente, seria interessante entender o processo de contratação dos técnicos estrangeiros dentro da indústria gráfica nacional. Quais empresas importavam técnicos estrangeiros? Quando? Qual foi o impacto que essas contratações tiveram sobre os produtos gráficos? Para responder estas questões, seria necessário fazer um mapeamento das empresas que atuavam no Rio de Janeiro em determinado período e, em um segundo momento, realizar uma série de análises nos impressos ou matrizes produzidos por elas. Poderíamos, por exemplo, tomar como ponto de partida a *Revista da Semana*, cujas matrizes eram produzidas, em parte, na clichéria Fabian, empresa que importou os fundadores da Latt-Mayer. Visto que seria incompatível com o recorte e como objetivos desta dissertação, não incluímos a tarefa de investigar os originais desta publicação nesta dissertação, porém fica a indicação desse estudo para futuros trabalhos.

Outro tema que pode derivar desta pesquisa, seria a análise da trajetória de Joseph Mayer na indústria gráfica. Para isso, primeiro seria necessário verificar a viabilidade de um aprofundamento em questões relativas à sua formação técnica na Áustria, e sua posterior vinda para a Sociedade Técnica Bremensisque, segundo Paula e Carramillo Neto (1989: 42), já em 1928 “foi uma das primeiras clichérias equipadas com todos os recursos técnicos da época”. Após isso e a partir dos dados coletados nesta pesquisa, seria possível analisar os anos que se seguiram à sua saída da Latt-Mayer, quando funda a Quimigráfica Mayer nos anos 1970. É interessante observar que nesse período, Joseph Mayer deu continuidade ao processo de aquisição tecnológica que havia iniciado na Latt-Mayer, trazendo novas tecnologias voltadas para o processo de impressão *offset*. Consideramos que esse tema poderia ser estudado como um

desdobramento futuro do atual estudo, quando será possível analisar o impacto da transição entre o sistema de impressão tipográfico e o sistema de impressão *offset* sobre a indústria gráfica nacional nos anos de 1970 e seus reflexos nas atividades ligadas ao design.

5.6 Considerações Finais

Através deste estudo, foi possível tocar em alguns aspectos da relação entre design gráfico e indústria gráfica. Nunca tivemos a ambição de esgotar o tema, nossa meta foi, desde o início, pontuar momentos onde fosse possível levantar questões relevantes para o design, enquanto área de conhecimento.

O objetivo desta pesquisa foi fazer um resgate da história da indústria gráfica a partir de um *corpus* de pesquisa, baseado em depoimentos e acervos de sócios, funcionários e clientes de uma empresa. Durante esse processo constatamos ser possível utilizar as tecnologias e os próprios produtos como uma rica fonte de informações e através delas, criar correlações entre o projeto e o fazer, analisando onde um condiciona o outro e verificando quando acontecem quebras de paradigmas, tanto conceitualmente, quanto tecnologicamente.

Esperamos que este trabalho possibilite demonstrar, de alguma forma, como o estudo dos meios de produção é fundamental para a compreensão da rede de interrelações das cadeias produtivas da indústria gráfica, onde o campo design gráfico se insere, é um ator fundamental e mantém uma área de intercessão de importância inquestionável.

REFERÊNCIAS

ABIGRAF. *Anuário brasileiro da indústria gráfica 2002/2003*. São Paulo: Abigraf, 2003

_____. *Anuário brasileiro da indústria gráfica 2003/2004*. São Paulo: Abigraf, 2004

_____. *Anuário brasileiro da indústria gráfica 2004/2005*. São Paulo: Abigraf, 2005

_____. *Anuário brasileiro da indústria gráfica 2005/2006*. São Paulo: Abigraf, 2006

_____. *Anuário brasileiro da indústria gráfica 2006/2007*. São Paulo: Abigraf, 2007

_____. *Anuário brasileiro da indústria gráfica 2007/2008*. São Paulo: Abigraf, 2008

ABREU, A.A. & PAULA, C.J. (org.). *Dicionário Histórico-Biográfico da Propaganda no Brasil*. Rio de Janeiro: FGV, 2007

ADORNO, Theodor. *Textos Escolhidos*. São Paulo: Nova Cultural, 1999.

AEROPOSTAL, Memória do. Catálogo da exposição "Memória do Aerpostal". 18 de abril a 30 de maio, 2009. Rio de Janeiro, 2009.

A FOTOGRAVURA – Resumos Técnicos e Práticos. Rio de Janeiro: LUIZ LATT e CIA, 1939.

BAINES, Phil & Haslam, Andrew. *Tipografía Funcion, Forma y Diseño.* Barcelona: Gustavo Gili, 2005.

BARROS, Helenade. *Em Busca da Aura: Dinâmicas da construção de imagem impressa para a simulação do original.* Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2008.

BAUFELDT, Uwe et al.. *Artes Gráficas: Transferência e impressão de informações.* Tradução e adaptação Francisco Calado e Hubert Fritz Bierast. São Paulo, SENAI, 2000.

BENSON, Richard. *The Printed Picture.* Novalorque: The Museum of Modern Art, 2008.

BOM MEIHY, J.C.S.. *Manual de História Oral.* São Paulo: Loyola, 1996.

BONSIEPE, Gui. *A Tecnologia da Tecnologia.* São Paulo: Edgard Blücher, 1983.

BRUNNER, Felix. *A Handbook of Graphic Reproduction Processes.* Teufen: Arthur Niggli, 1972.

BURKE, Peter. *A Escrita da História: novas perspectivas.* São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1992.

CAMARGO, Mário de. *Gráfica: Arte e indústria no Brasil: 180 anos de história.* São Paulo: EDUSC, 2003.

CAMARGO, Susana. *A Revista no Brasil.* São Paulo: Abril, 2000.

CAMPOMAR, Marcos C.. *Do uso do "Estudo de Caso" em Pesquisas para Dissertação e Teses em Administração.* Revista de Administração. São Paulo: v.26, nº 3, p. 95-97, 2008.

CARDOSO, Rafael (org.). *O Design Brasileiro Antes do Design*, São Paulo: Cosac Naify, 2005.

_____. *Uma Introdução à História do Design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2000.

_____. *Impresso no Brasil 1808-1930: Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

CAVALCANTI, Lauro Augusto de Paiva. *Moderno e Brasileiro: A história de uma nova linguagem na arquitetura (1930-60)*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2006.

COLLIER, John. *Antropologia Visual: A fotografia como método de pesquisa*. São Paulo: EPU, Editora da Universidade de São Paulo, 1973.

CRAIG, James. *Produção Gráfica*. São Paulo: Mosaico/EDUSP, 1980

DELLEUZE, Gilles & GUATTARI, Félix. *Mil platôs, capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 1995. Volume I.

_____. *Mil platôs, capitalismo e esquizofrenia*. São Paulo: Editora 34, 1995. Volume 2.

DESIGN: Método e industrialismo. Catálogo da “Mostra internacional de design”. 12 de março a 10 de maio, 1998. Rio de Janeiro, 1998.

DILNOT, Clive in DOORDAN, Dennis P. (Ed.) *DesignHistory: an anthology*. Cambridge: Mass. & Londres: The MIT Press, 1995.

_____. *The State of DesignHistory, part I: Mapping the field*, in DILNOT, Clive.

Design Discourse: History, Theory, Criticism. Chicago: University of Chicago Press, 1989.

EASLEY, John. *The Dow Method for Etching Magnesium in Printing in the 20th Century: A Penrose anthology*, Londres: Northwood Publications, 1974.

FAHR-BECKER, Gabriele. *Wiener Werkstatt*: Colônia: Taschen, 1995.

FELIPE, Marcelo. *Apostila Produção gráfica: Offset I*. Rio de Janeiro: Fundação Gutenberg de Artes Gráficas, 2008

FERREIRA, Orlando da Costa. *Imagem e Letra*. Rio de Janeiro: Melhoramentos, 1976.

FIORAVANTI, Giorgio. *Diseño y Reproducción: Notas históricas e información técnica para el impresor y su cliente*. Barcelona: Gustavo Gili, 1988.

FLIEDL, Gottfried. *Gustav Klimt*. Colônia: Taschen, 1992.

FLUSSER, Villém. *O Mundo Codificado: Por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FURTADO, C.. *Economic Development of Latin America*. Cambridge, 1970

GAMA, Ruy. *História da Técnica no Brasil Colonial in História da técnica e da tecnologia no Brasil*. São Paulo: Editora da Universidade Estadual Paulista, 1994.

GARLAND, Ken. *Illustrated Graphics Glossary*. Londres: Barrie & Jenkins, 1980.

GASCOIGNE, B.. *How to Identify Prints*. Londres: Thames and Hudson, 1986.

GAUDÊNCIO JUNIOR, Norberto. *A Herança Escultórica da Tipografia*. São Paulo: Rosari, 2004.

GOODE, W. J. & HATT, P. K.. *Métodos em Pesquisa Social*. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1969.

GYGAX, A. F.. *Modernechemiegraphie in theorie und praxis*. Frankfurt: Polygraph, 1957.

HALLEWELL, Laurence. *O Livro no Brasil(sua história)*. São Paulo: T.A. Queiroz/Edusp, 1985.

HARDMAN, Foot & LEONARDI, Victor. *História da Indústria e do Trabalho no Brasil*. São Paulo: Atica, 1991.

HARVEY, David. *Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HEIDELBERG a. Disponível em <http://www.uni-heidelberg.com>: acesso em 2 de janeiro, 2009.

HEIDELBERG b. Disponível em <http://www.us.heidelberg.de>: acesso em 3 de fevereiro, 2009.

HEIDELBERG: 100 anos de impressão *Offset*. Revista de divulgação distribuída no "Expo-Print", 31 de maio a 6 de junho, 2006. São Paulo, 2006.

HENRIQUES, Claudio Cezar & SIMÕES, Darcília Marindir P.. *A Redação de Trabalhos Acadêmicos: Teoria e prática*. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2004.

HOBBSAWM, E. J.. *A Era dos Extremos: O breve século XX: 1914-1991*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

_____. *A Invenção das Tradições*. São Paulo: Paz e Terra, 2008.

_____. *Pessoas extraordinárias. Resistência, rebelião e jazz*. São Paulo: Paz e Terra, 1998.

HOLLIS, Richard. *Design Gráfico – Uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

HOSTETTLER, Rudolf. *The printer's terms – Technical terms of the printing industry*. St Gallen, Switzerland: Rudolf Hostettler, 1963.

IVINS JR, W.M.. *Prints and Visual Communication*. Cambridge: University Press, 1982.

JOBLING, P. & CROWLEY, D.. *Graphic Design: Reproduction and representation since 1800*. Vancouver: UBC Press, 1996.

KUHN, Thomas S.. *As Estruturas das Revoluções Científicas*. São Paulo: Perspectiva, 2007.

LATOURE, Bruno. *Jamais Fomos Modernos*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1994.

_____. *Ciência em Ação*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 2000.

LESSA, Gerson. *A História do Plástico no Brasil*. Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2008.

LESSA, W. D. ; MIRABEAU, A. ; LIMA, G. C. ; LIMA, E. L. C.. *A Articulação Visual do Projeto de Aloísio Magalhães para a Primeira Família de Papel-Moeda Impressa no Brasil*. In: 4º CIDI Congresso Internacional de Design da Informação, 2009, Rio de Janeiro. Anais do 4º CIDI Congresso Internacional de Design da Informação, 2009. p. 443-455.

LÉVY, Pierre. *As Tecnologias da Inteligência, ofuturo do pensamento na era da informática*. São Paulo: Editora 34, 1993.

LIMA, Edna Cunha. *Cinco Décadas de Litografia Comercial no Recife: Por uma história das marcas de cigarros registradas em Pernambuco, 1875 – 1924*. Rio de Janeiro: PUC-RIO, 1998.

LIMA, Guilherme Cunha. *O Gráfico Amador. As origens da moderna tipografia brasileira*. Rio de Janeiro: UFRJ, 1997.

_____. *Retrospectiva e Prospectiva do Design*. Rio de Janeiro: Estudos em Design, Vol.III, no. 1, 1995.

_____ (org.). *Design: Objetivos e perspectivas*. Rio de Janeiro: PPDESDI/UERJ, 2005.

_____ (org.). *Textos Selecionados de Design 1*. Rio de Janeiro: PPDESDI/UERJ, 2006.

LIMA, Herman. *História da Caricatura no Brasil*. Rio de Janeiro: José Olympio, 1963.

LUPTON, Ellen. *Design and Production in the Mechanical Age in Graphic Design in the Mechanical Age*. New Haven e Londres: Yale University Press, 1998.

MARÇAL, Joaquim. *Processos de Reprodução e Impressão no Brasil 1808-1930* in *Impresso no Brasil, 1808-1930: Destaques da história gráfica no acervo da Biblioteca Nacional*. Rio de Janeiro: Verso Brasil, 2009.

MEGGS, Philip. *A History of Graphic Design*. Nova Iorque: Van Nostrand Reinhold, 1992.

_____. *História do Design Gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MIRABEAU, A.; CAVALCANTI, L.A.P.; LIMA, G. C. ; LIMA, E. L. C.. *Ciclo Modernizante. Exemplos de aceleração evolutiva no Brasil*. In: 4º CIDI Congresso Internacional de Design da Informação, 2009, Rio de Janeiro. Anais do 4º CIDI Congresso Internacional de Design da Informação, 2009. 471-479.

MOTOYAMA, Shozo (org.) *Tecnologia e Industrialização no Brasil, uma perspectiva histórica*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1994.

MUNOZ-CARAVACA, P.. *Tratado de Estereotipia, Galvanotipia y Metalografía Tipográfica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1944.

PAIXÃO, Fernando. *Momentos do Livro no Brasil*. São Paulo: Atica, 1996.

PAULA, A.A e CARRAMILLO NETO, M.. *Artes Gráficas no Brasil. Registros 1746 e 1941*. São Paulo: Laserprint, 1989.

PEREIRA, Francis Nunes. *Manual para elaboração de trabalhos acadêmicos e científicos*. São Paulo: Letras Novas, 2003.

PORTA, Frederico. *Dicionário de Artes Gráficas*. Porto Alegre: Globo, 1958.

POTIENS, Cristina Villar. *A constituição da GIEPAG – Grupo Executivo para Indústria do Papel e das Artes Gráficas – e o início da modernização do parque gráfico*. Monografia (graduação em ciências econômicas), Universidade Estadual Paulista. Araraquara, 1987.

RETAG– *Revista métodos de artes gráficas*. Rio de Janeiro: Métodos, nº118, janeiro 1975.

RETAG– *Revista métodos de artes gráficas*. Rio de Janeiro: Métodos, nº153, dezembro 1977.

REVISTA ABIGRAF – *200 anos de impressão no Brasil*. São Paulo: ABIGRAF, Suplemento especial da edição nº233, 2008.

REVISTA ABIGRAF – *200 anos de impressão no Brasil*. São Paulo: ABIGRAF, Suplemento especial da edição nº237, 2008.

RIAT, M.. *Técnicas gráficas, Una Introducción a las Técnicas de Impresión y su História*. Burriana: Verano, 2006.

RIBEIRO, Darcy. *O Processo Civilizatório: Etapas da evolução sócio-cultural*. Petrópolis: Vozes, 1979.

RIBEIRO, Darcy. *Encontros*. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2007.

ROCHA, C. S.; NOGUEIRA, M. M.. *Panorâmica das Artes Gráficas*. Lisboa: Plátano Edições Técnicas, 1993.

ROSSI FILHO, Sérgio. *Graphos: Glossário de termos técnicos em comunicação gráfica*. São Paulo: Editorial Cone Sul, 2001.

SALGADO, H. C.. *Levantamento dos parques gráficos do Estado da Guanabara e da cidade de São Paulo*. São Paulo: SIGEG, SIGESP, ABIGRAF, 1969.

SALLES, Iza. *Um Cadáver ao Sol*. São Paulo: Ediouro, 2005.

SCHNEIDER, Beat. *Design- Uma introdução: Odesign no contexto social, cultural e econômico*. São Paulo: Blucher, 2010.

SCHRAPPE, Max. *O Legado de Gutenberg a Indústria Gráfica Brasileira 1454-2001*. São Paulo: EP & Associados – Parise Comunicação Empresarial, 2002.

SENNETT, Richard. *The Corrosion of Character. The personal consequences of work in the new capitalism*. Nova Iorque: Norton, 1998.

SILVA, Zenaide Soares D. A.. *Anotações de atividades de conservação, restauração e encadernação*. Maringá: [s.n.], 2001.

SILVA JUNIOR, Amaury Fernandes – *Uma Etnografia do Dinheiro: Os projetos gráficos de papel-moeda no Brasil após 1960*: Tese de Doutorado, Rio de Janeiro, 2008

SMITH, W. S.; TURNER, E. L. & HALLAM, C. D.. *Photo Engraving in Relief*. Londres: Sir Isaac Pitman & Sons, 1951.

SPINELLO JUNIOR, J., MÁRSICO, M. A. V., BAPTISTA, A. C. N.. *Apostila relativa ao treinamento na área de higienização/conservação*, Laboratório de Restauração, Centro de Pesquisa e Treinamento em Papel. Rio de Janeiro: Biblioteca Nacional, [ca. 2000]10p.

SODRÉ, Nelson Werneck. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.

_____. *História da Imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1966.

SOUZA LEITE, João de. *A Herança do Olhar - O design de Aloísio Magalhães*. Rio de Janeiro: Artviva, 2003.

SUZIGAN, Wilson. *Indústria Brasileira: origem e desenvolvimento*, São Paulo: Hucitec - UNICAMP, 2000.

THOMSON, Ellen Mazur. *The Origins of Graphic design in America, 1870-1920*. New Haven e Londres: Yale University Press, 1997.

TRIGUEIROS, Florisvaldo Dos Santos – *Dinheiro no Brasil*, Léo Christiano Editorial, 2º edição, Rio de Janeiro, 1987.

TWYMAN, Michael. *Printing 1770-1970: An illustred history of its developement and uses in England*. Londres: Eyre & Spottiswood, 1970.

_____. *The British Library Guide to Printing, History e Techniques*. Toronto: University of Toronto Press, 1999.

UNESCO. *Guidelines for digitalization projects for collections and holdings in the public domain, particulary those held by libraries and archives*. Disponível em <http://www.ifla.org/VII/s19/pubs/digit-guide.pdf>: acesso em 12 de outubro, 2008.

VARGAS, Milton. ORG. *História da Técnica e da Tecnologia no Brasil*. São Paulo: Universidade Estadual Paulista, 1994.

VIEIRA, Thais L. P.. *Imprinta: Uma gráfica para designers*. Rio de Janeiro: ESDI/UERJ, 2008.

WOLLNER, Alexandre. *Alexandre Wollner. Design visual 50 anos*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

YIN, Robert K.. *Case Study Research - Design and methods*. USA: Sage Publications., 1989.

Entrevistas:

RADELSBERGER, Ludwig. *Ludwig Radelsberger: entrevista*. Rio de Janeiro, 2009. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 13 de abril. 2009 A.

RADELSBERGER, Ludwig. *Ludwig Radelsberger: entrevista*. Rio de Janeiro, 2009. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 17 de outubro. 2009 B.

LATT, Margareth Anna. *Margareth Anna Latt: entrevista*. Rio de Janeiro, 2009. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 22 de janeiro.2009 A.

LATT, Margareth Anna. *Margareth Anna Latt: entrevista*. Rio de Janeiro, 2009. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 1 de abril.2009 B.

VELTRI, Sylvio. *Sylvio Veltri: entrevista*. Rio de Janeiro, 2008. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 25 de junho. 2008.

VELTRI, Sylvio. *Sylvio Veltri: entrevista*. Rio de Janeiro, 2009. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 20 de janeiro. 2009.

WEYNE, Goebel. *GoebelWeyne: entrevista*. Rio de Janeiro, 2009. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 18 de agosto. 2009.Rodrigues,

RODRIGUES, Rafael. *Rafael Rodrigues: entrevista*. Rio de Janeiro, 2008. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 18 de julho. 2008.

SOUZA LEITE, João de. *João de Souza Leite: entrevista*. Rio de Janeiro, 2008. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 8 de julho. 2008.

STEINBERG, Silvia. *Silvia Steinberg: entrevista*. Rio de Janeiro, 2010. Entrevista concedida a Almir Mirabeau da Fonseca Neto, em 29 de abril. 2010.