



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

BRENDA RODRIGUES DOS SANTOS

**COLEÇÃO CRU: desenvolvimento de estampas a partir do estudo da
iconografia vernacular de Caruaru**

Caruaru
2018

BRENDA RODRIGUES DOS SANTOS

**COLEÇÃO CRU: desenvolvimento de estampas a partir do estudo da
iconografia vernacular de Caruaru**

Monografia apresentada como requisito parcial para a conclusão do curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco – Campus Acadêmico do Agreste, orientada pela Prof^a. Dra. Fátima Finizola.

Caruaru
2018

Catálogo na fonte:
Bibliotecária – Simone Xavier - CRB/4 - 1242

S237c Santos, Brenda Rodrigues dos.
Coleção Cru: desenvolvimento de estampas a partir do estudo da
iconografia vernacular de Caruaru. / Brenda Rodrigues dos Santos. – 2018.
122 f. il. : 30 cm.

Orientadora: Maria de Fátima Waechter Finizola Santana.
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso) – Universidade Federal de
Pernambuco, CAA, Design, 2018.
Inclui Referências.

1. Iconografia. 2. Estamparia (Arte). 3. Design. I. Santana, Maria de Fátima
Waechter Finizola (Orientadora). II. Título.

CDD 740 (23. ed.)

UFPE (CAA 2018-310)

BRENDA RODRIGUES DOS SANTOS

**COLEÇÃO CRU: desenvolvimento de estampas a partir do estudo da
iconografia vernacular de Caruaru**

Monografia apresentada como requisito parcial para a conclusão do curso de Design da Universidade Federal de Pernambuco – Campus Acadêmico do Agreste, orientada pela Prof^a. Dra. Fátima Finizola.

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, sob a presidência do primeiro, considera o aluno BRENDA RODRIGUES DOS SANTOS:

APROVADA

Caruaru, 14 de Dezembro de 2018.

Prof^a. Dr^a Maria de Fátima Waechter Finizola (Orientadora)

Prof^a. Dr^a Andrea Barbosa Camargo

Prof^a. Dr^a Daniela Nery Bracchi

À voinha Madalena que me ensinou a amar a simplicidade e todas as suas formas de manifestações.

AGRADECIMENTOS

Agradeço antes de tudo a Deus, por Ele ter me guiado em minhas escolhas, me levando ao curso de Design na cidade que tanto amo que é Caruaru. À minha mãe Joselma, que sempre foi essa guerreira e artesã inspiradora, ao meu pai Adiel, que sempre esteve presente na minha vida, ao meu irmão Igor, que me ajudou e foi paciente comigo em toda essa caminhada. Meus sinceros agradecimentos também para os meus primos: Hugo, Jessie e Jéssica. Hugo com sua inteligência fora do comum, me auxiliando em todos os momentos, Jessie pelas críticas construtivas e Jéssica pela energia positiva que contagia.

Agradeço à Universidade Federal de Pernambuco, por ter me dado a oportunidade de cursar Design na cidade em que moro e por me ajudar na construção de novos conhecimentos, me dando a oportunidade de concluir o curso na profissão que desejo e em minha construção enquanto profissional da área. Sou bastante agradecida também aos melhores amigos que encontrei neste Campus Agreste e que levo comigo desde o primeiro dia de aula: Dani, Rafinha, Camilla, Carol e Thais. Hoje, sou um pouco de cada um de vocês e agradeço a todos por isso.

E, por fim, agradeço à Fátima Finizola, professora, orientadora e grande mulher que me inspirou desde o começo do curso com sua pesquisa sobre o universo do vernacular. Graças aos seus estudos, eu pude enxergar a importância desta produção que é tão presente no meu dia a dia. Obrigada pelas orientações, pela paciência e pela sua sincera ajuda perante os alunos. Valeu!

RESUMO

O presente trabalho, por ser de base projetual, tem como objetivo a criação de uma coleção de estampas tomando como referência para o seu desenvolvimento a produção de ícones vernaculares encontrados na cidade de Caruaru, localizada no Agreste do estado de Pernambuco. A construção da fundamentação teórica utilizada nesta pesquisa se baseou no estudo do Design de Superfície e design vernacular, definindo os termos, fundamentos, características destas duas áreas do saber, bem como os tipos de técnicas para a criação das estampas. A autora estudou algumas metodologias ligadas ao Design de Superfície, e escolheu a metodologia de Amorim (2017) como a mais adequada para a proposta do projeto. No entanto, foram necessárias algumas adaptações quanto às etapas projetuais para melhor se enquadrar ao modelo da pesquisa e, assim, permitir um bom desenvolvimento do projeto. A criação da coleção foi dividida em quatro temáticas diferentes, tendo o ramo alimentício como o segmento em comum diante da variada iconografia popular registrada neste universo. O resultado pôde ser visto em oito estampas que a priori foram aplicadas em artigos de cozinha.

Palavras-chave: Vernacular. Iconografia. Caruaru. Estampa. Design de superfície.

ABSTRACT

This currently research, for being based on the production of a project, has as objective the creation of a print collection taking as reference for its development a production of vernacular icons found in Caruaru city, located in the hinterland of Pernambuco state. The construction of theoretical explanation used was based on Design studying of surface and the vernacular productions, defining its terms foundations, characteristics and kind of technicians of prints creation. The author studied some of methodologies linked to Design of Surface, having at final a methodology from Amorim (2017) as the one that fit the most. However, it was necessary some adaptations for the design stages to fit it better on style of the work and, therefore, to allow a good development of project. The collection creation was divided in four different themes, taking a food industry as a segment in common. The results could be seen on eight prints that were a priori applied on kitchenware.

Keywords: Vernacular. Iconography. Caruaru. Stamping. Surface design.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 – Tabela com as propriedades do design popular, regional e vernacular.	21
Figura 02 – Embalagens Vernaculares.....	22
Figura 03 – Embalagens do biscoito de polvilho ‘Globo’	23
Figura 04 – Embalagem do biscoito salgado de polvilho ‘Globo’ aplicada em: bolsa, carteira, brinco canga.....	24
Figura 05 – Marca da sardinha Coqueiro feita em 1958 por Alexandre Wollner.....	26
Figura 06 – Letreiramento em carroceria de caminhão.....	29
Figura 07 – Sistema de trabalho dos pintores letristas.....	30
Figura 08 – Fachada feita pelo pintor Geno no bairro Nossa Senhora das Dores (Centro), Caruaru.....	31
Figura 09 – Pintor letrista Carlos Bezerra finalizando uma fachada com a marca da loja no centro de Caruaru-PE.....	31
Figura 10 – Placa de estabelecimento com ícones que remete ao serviço prestado, consertos de calçados em geral, bairro do Salgado, Caruaru-PE.....	35
Figura 11 – Peças gráficas desenvolvidas por Katherine McCoy.....	38
Figura 12 – Alguns dos trabalhos expostos na 9º bienal de Design Gráfico, categoria ‘Popular, Vernacular e Regional’	39
Figura 13 – Aplicação da estética vernacular no design gráfico do disco “Brasil Afora” do Paralamas do Sucesso, Brasil.....	42
Figura 14 – Fontes digitais com construções inspiradas em letreiros vernaculares...	43
Figura 15 – Peça digital de divulgação do filme para a Globo Nordeste em 2016....	43
Figura 16 – Obra feita para o Centro Cultural Missionário da CNBB.....	48
Figura 17 – Exemplo que reúne superfície-objeto e superfície-envoltório.....	50
Figura 18 – Estampas aplicada em papelaria.....	51
Figura 19 – Embalagem dos produtos embaré.....	52
Figura 20 – Uso de superfície em utensílios do lar e em revestimento de interiores.	53
Figura 21 – Segmento têxtil em estampas.....	54
Figura 22 – Exemplo de aplicações para motivo ou figura representando folhas.....	55
Figura 23 – Exemplo de preenchimentos.....	55

Figura 24 – Exemplo de ritmo com formas geométricas e fluídas.....	56
Figura 25 – Piso de ladrilho hidráulico em cerâmica com destaque para o módulo usado na criação da estampa.....	57
Figura 26 – Padronagens com módulos.....	58
Figura 27 – Único módulo aplicado e repetido de diversas maneiras.....	58
Figura 28 – Tipos variados de construção de grid para criação de estampas.....	59
Figura 29 – Exemplo de half-drop feito através de carimbos manuais.....	60
Figura 30 – Módulos se entrelaçando em um padrão contínuo.....	60
Figura 31 – Padrão fechamento, bastante difundida por M.C Escher.....	61
Figura 32 – Visão geral dos bairros da cidade de Caruaru, com destaque para os locais fotografados na pesquisa de campo.....	69
Figura 33 – Fotografias da iconografia vernacular de alguns bairros visitados na pesquisa.....	70
Figura 34 – Elementos iconográficos encontrados em Caruaru na pesquisa de campo: figura sintética, realista e abstrata.....	71
Figura 35 – Gráfico percentual com quantitativo dos principais estilos gráficos encontrados na iconografia Caruaruense.....	71
Figura 36 – Ícones vernaculares encontrados em Caruaru.....	72
Figura 37 – Mapa mental com palavras do universo Caruaru.....	75
Figura 38 – Moodboard de Ambientação.....	76
Figura 39 – Moodboard de Símbolos.....	77
Figura 40 – Moodboard de Cores.....	78
Figura 41 – Processo de vetorização manual a partir de registro fotográfico.....	81
Figura 42 – Etapas de vetorização de um ícone.....	81
Figura 43 – Marca da coleção de estampas CRU.....	84
Figura 44 – Detalhe da marca CRU e suas possíveis aplicações.....	85
Figura 45 – Registro de ícones em quitanda situada no bairro do Salgado, Caruaru-PE.....	87
Figura 46 – Escala cromática da NoKilo.....	87
Figura 47 – Motivos, elementos de ritmo e preenchimento da NoKilo.....	88
Figura 48 – Plano de fundo da NoKilo.....	88
Figura 49 – Módulo retangular e estampa corrida da matriz NoKilo.....	88

Figura 50 – Grid com repetição retangular blocado.....	89
Figura 51 – Estampa secundária NoKilo-Bananada.....	89
Figura 52 – Estampa matriz NoKilo e estampa secundária NoKilo-Bananada.....	90
Figura 53 – Registro de ícones em lanchonete situada no bairro do São Francisco, Caruaru-PE.....	91
Figura 54 – Escala cromática da estampa Brebête.....	92
Figura 55 – Motivos, elementos de ritmo e preenchimento da estampa Brebête.....	92
Figura 56 – Plano de fundo da estampa Brebête.....	92
Figura 57 – Módulo e estampa corrida da matriz Brebête.....	93
Figura 58 – Grid modelo tijolo por linha da estampa Brebête.....	93
Figura 59 – Estampa secundária Brebête-Frito.....	94
Figura 60 – Estampa matriz Brebête e estampa secundária Brebête-Frito.....	95
Figura 61 – Registro dos ícones caruaruense com referência em caldinhos e botecos situada nos bairros do Salgado e São Francisco.....	96
Figura 62 – Escala cromática da estampa Pipôco.....	97
Figura 63 – Motivos, elementos de ritmo e preenchimento da estampa Pipôco.....	97
Figura 64 – Plano de fundo da estampa Pipôco.....	97
Figura 65 – Módulo hexagonal e estampa corrida da matriz Pipôco.....	98
Figura 66 – Grid hexagonal por coluna da estampa Pipôco.....	99
Figura 67 – Módulo hexagonal e estampa corrida da estampa secundária Pipôco- Fogareu.....	100
Figura 68 – Estampa matriz Pipôco e estampa secundária Pipôco-Fogareu.....	100
Figura 69 – Ícones em uma sorveteria do bairro Petrópolis, Caruaru-PE.....	101
Figura 70 – Escala cromática da estampa.....	102
Figura 71 – Motivos, elementos de ritmo e preenchimento usado na estampa Baleiro	102
Figura 72 – Plano de fundo da estampa Baleiro.....	103
Figura 73 – Módulo e estampa corrida da matriz Baleiro.....	103
Figura 74 – Grid modelo tijolo por coluna usado na estampa Baleiro.....	104
Figura 75 – Estampa secundária Baleiro-Gelado com módulo e estampa corrida..	105
Figura 76 – Matriz Baleiro e secundária Baleiro-Gelado.....	106

Figura 77 – Prato raso usado na coleção.....	107
Figura 78 – Simulação da coleção de aventais CRU, com uso das estampas Brebôte-Frito, Baleiro-Gelado e Pipôco Fogareu.....	108
Figura 79 – Modelo de jogo americano semelhante ao utilizado na coleção CRU...	109
Figura 80 – Aplicações das estampas secundárias em pratos de cerâmica. Estampas Pipôco-Fogareu, No-Kilo-Bananada e Brebôte-Frio.....	110
Figura 81 – Avental com aplicação da estampa matriz NoKilo.....	111
Figura 82 – Jogo Americano com estampa localizada complementando as estampas da coleção CRU.....	111

LISTA DE QUADROS

Quadro 01 – Metodologia do projeto.....	63
Quadro 02 – Adaptação da metodologia do projeto.....	64
Quadro 03 – Principais características dos ícones encontrados na pesquisa de campo.....	73
Quadro 04 – Briefing da coleção.....	74
Quadro 05 – Levantamento dos elementos temáticos.....	80
Quadro 06 – Elemento das diretrizes na construção das estampas.....	82
Quadro 07 – Modelo de grid aplicado a cada estampa da coleção CRU.....	83

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

IBGE Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

UFPE Universidade Federal de Pernambuco

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	16
1.1	APRESENTAÇÃO.....	16
1.2	OBJETIVOS.....	18
1.2.1	<i>Objetivo Geral.....</i>	<i>18</i>
1.2.2	Objetivos Específicos.....	18
1.3	METODOLOGIA DA PESQUISA.....	18
2	ENTENDENDO O VERNACULAR.....	20
2.1	CONCEITOS INICIAIS ACERCA DESTA PRODUÇÃO.....	20
2.2	A PRODUÇÃO DA GRÁFICA VERNACULAR NOS LETREIROS POPULARES.....	25
2.3	A PRESENÇA DA ICONOGRAFIA NAS PRODUÇÕES VERNACULARES.....	33
2.4	APROPRIAÇÃO DO ESTILO POPULAR PELO DESIGN GRÁFICO.....	37
3	DESIGN DE SUPERFÍCIE.....	45
3.1	O DESIGN DE SUPERFÍCIE NO BRASIL.....	47
3.2	AS DIFERENTES ÁREAS DE ATUAÇÃO DO DESIGN DE SUPERFÍCIE.....	50
3.3	O USO DE SUPERFÍCIE NA CRIAÇÃO DE ESTAMPAS.....	55
4	METODOLOGIA.....	63
5	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO.....	69
5.1	LEVANTAMENTO – ETAPA 1 (SONDAGEM INICIAL).....	69
5.1.1	<i>Pesquisa De Campo/Coleta De Dados.....</i>	<i>69</i>
5.1.2	<i>Análise Das Características Encontradas.....</i>	<i>71</i>
5.2	ELABORAÇÃO – ETAPA 2 (DEFINIÇÃO DO PROJETO).....	75
5.2.1	<i>Briefing.....</i>	<i>75</i>
5.2.2	<i>Conceituação.....</i>	<i>76</i>
5.2.3	<i>Moodboards.....</i>	<i>77</i>
5.2.4	<i>Definição Do Tema.....</i>	<i>79</i>
5.2.5	<i>Escolha Dos Elementos.....</i>	<i>80</i>
5.2.6	<i>Experimentações Criativas (Construção Dos Ícones).....</i>	<i>81</i>
5.2.7	<i>Definição Das Estampas.....</i>	<i>83</i>

5.3	APRESENTAÇÃO DO PROJETO – ETAPA 3.....	84
5.3.1	<i>Identidade Visual Da Coleção Cru.....</i>	84
5.3.2	<i>Release.....</i>	86
5.3.3	<i>Seleção Das Estampas.....</i>	87
5.3.4	<i>Aplicações.....</i>	107
6	RESULTADOS DA COLEÇÃO CRU.....	111
7	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	113
	REFERÊNCIAS.....	115
	APÊNDICE A – PAINEL DE FOTOS.....	120

1 INTRODUÇÃO

1.1 APRESENTAÇÃO

Situado na mesorregião do agreste pernambucano, o município de Caruaru exerce influência em mais de 50 cidades vizinhas, alcançando um público estimado de 1,5 milhão de pessoas em busca de seus serviços. É nesse cenário, onde o comércio se destaca, que encontramos uma forte presença da produção de letreiramentos manuais, muitas vezes utilizados informalmente nas fachadas ou muros da cidade como um recurso de comunicação, publicidade e propaganda.

Na cidade, a utilização desses letreiros elaborados por processos artesanais é bem recorrente, visto que Caruaru tem sua base econômica voltada para as práticas relacionadas ao comércio e aos serviços, setores que representam aproximadamente 54,01% do valor bruto da sua economia (fonte: IBGE, 2013). Portanto, a necessidade de se comunicar e garantir as vendas faz com que o uso dessa linguagem de caráter mais popular seja uma alternativa rápida e barata de se promover os produtos oferecidos por esses estabelecimentos.

Reconhecem-se estes artefatos como parte de uma produção denominada “vernacular”. O termo vernacular diz respeito a um tipo de produção feita fora do discurso acadêmico ou oficial, livre de normas cultas e que expressa por meio de seus produtos parte das tradições locais de um povo.

A presença de letreiros formais e informais no cenário urbano de Caruaru é grande. Após uma pesquisa de campo exploratória, foi observado que boa parte desses letreiros situam-se em bairros mais populares e periféricos da cidade. Em contrapartida, percebe-se que nos bairros mais centrais de Caruaru essa presença é mais discreta, e, por vezes, praticamente imperceptível, devido à agressiva competição com outdoors, banners e placas de sinalização variadas. Estes últimos elementos vêm ganhando espaço devido à utilização de novas tecnologias digitais, que aos poucos modificam e reconfiguram a paisagem urbana caruaruense.

O câmbio progressivo nas técnicas de produção vem gradativamente afetando o resultado final das peças gráficas e é dentro desse cenário de transição que processos manuais para elaborar letreiros vêm se tornando atividades obsoletas em locais onde o domínio tecnológico prevalece. Vale ressaltar que ao haver a

substituição por completo da produção manual pela digital também extinguimos parte da produção do que chamamos de design vernacular, caracterizada por produções gráficas informais que contribuem para a cultura material e imaterial da cidade.

Tomando essas informações como ponto de partida, este projeto propõe-se a mergulhar nesse universo dos letreiros populares de Caruaru, em busca de pesquisar a iconografia presente nesta localidade, visto que pouco se tem estudado a respeito da presença de elementos pictóricos na composição desses letreiros vernaculares.

A partir de um levantamento preliminar sobre os letreiros populares, pode-se observar que as presentes pesquisas sobre esta produção vernacular, em sua maioria, têm como principal campo exploratório não as ilustrações (ícones) presentes em fachadas, mas sim as construções tipográficas criadas por pintores letristas. Por este motivo, publicações que trazem como principal linha de estudo a iconografia vernacular são ainda bastante escassas. Portanto, este olhar para essa produção feita em Caruaru se configura como um diferencial na pesquisa, preenchendo uma lacuna até então pouco aprofundada.

A busca deste projeto por difundir tal tipo de produção, típica do cenário regional, resultou na criação de uma coleção de estampas com a temática vernacular, que através de aplicações gráficas, une a comunicação entre as linguagens tradicional, popular e contemporânea, agregando ainda mais significado ao material que é encontrado nos muros da cidade. O uso do design de superfície na criação de estampas tem a capacidade de gerar diferentes significados aos artefatos que recebem este tratamento em suas superfícies.

Caruaru, além de dispor de uma rica produção de letreiros comerciais, possui também uma variedade de estilos e soluções gráficas para as figuras que dão suporte a estes letreiramentos. No entanto, essa produção é bastante efêmera e pode se perder sem ter nenhum tipo de registro. A partir disso, foram elaborados questionamentos para o desenvolvimento do estudo proposto:

- a) Quais são os elementos pictóricos mais representativos que compõem os letreiros populares presentes na cidade de Caruaru?
- b) O que é necessário para a produção de uma coleção de estampas inspirada no universo da gráfica popular caruaruense?
- c) Quais são as etapas para esse processo?

1.2 OBJETIVOS

Diante dos questionamentos elaborados anteriormente, este projeto de conclusão de curso tem os seguintes objetivos:

1.2.1 *Objetivo Geral*

Desenvolver uma coleção de estampas tendo como fonte de referência as imagens que figuram na composição dos letreiramentos vernaculares da cidade de Caruaru.

1.2.2 *Objetivos Específicos*

- a) Mapear a ocorrência de elementos pictóricos nos letreiros populares comerciais de Caruaru e categorizar esses elementos por suas características estéticas;
- b) Construir um banco de imagens da gráfica popular caruaruense;
- c) Apresentar a estética vernacular da cidade através do design de superfície, desenvolvendo uma coleção de 8 estampas.

1.3 METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente pesquisa, de natureza projetual e qualitativa, fundamenta-se por meio de livros, artigos, dissertações e monografias na busca de referências voltadas para o Design Gráfico, Design de Superfície e ao estudo da linguagem vernacular. De modo exploratório, a análise faz uso da pesquisa de campo para observação de fenômenos, coleta de dados e referências. Tendo como resultado final um projeto, este trabalho se configura como uma Pesquisa Projetual com fundamentação de base teórica. A abordagem adotada neste trabalho vem do Método Dedutivo, ou

seja, inicia-se de um conhecimento geral para assim aplicá-lo em uma área de estudo específica.

As ferramentas materiais utilizadas neste processo foram: 1) Câmera fotográfica, para registros; 2) Sketchbook, para anotações na coleta de dados e brainstorm; 3) Lápis diversos, para testes de traçado e composição visual 4) Computador, para vetorização e finalização da coleção de estampas. Por fim, para estruturar os resultados da pesquisa, foram feitos protótipos dos resultados alcançados, utilizando para isso o procedimento do Método Estruturalista, visando expandir o uso da linguagem popular, vernacular e cultural da cidade de Caruaru.

2 ENTENDENDO O VERNACULAR

2.1 CONCEITOS INICIAIS DESSE TIPO DE PRODUÇÃO

No Brasil contemporâneo, é possível observar a diversidade da produção cultural que marca a pluralidade da nossa sociedade. Podemos definir como produção cultural tudo aquilo que exprime a essência de um povo, seus comportamentos, costumes, crenças e artefatos, reunindo sua cultura material e imaterial. Notamos que neste grande universo há diversas formas de manifestações culturais, entre elas, a que chamamos de Vernacular.

De acordo com o dicionário Michaelis (2017), a palavra *vernacular* deriva do nome “vernáculo” que faz referência ao idioma típico de um país ou de uma região. O universo do vernacular também pode se estender à produção do Design, Dones (2004) em sua pesquisa, observa que originalmente o termo vernacular era aplicado às linguagens europeias, consideradas à margem do uso da linguagem dita como oficial que era o Grego e o Latim.

Darron Dean afirma que o conceito vernacular foi associado ao Design pela primeira vez pelo arquiteto inglês George Gilbert Scott em 1857. A partir de então, o termo começou a ser bastante discutido na área da Arquitetura e também se estendeu fortemente na área de materiais gráficos, o que acarretou um volume maior de literatura a respeito do tema. (DEAN, 1994)

Dones(2004) novamente afirma que a palavra vernacular no campo do design gráfico diz respeito a esses idiomas locais que remetem, através do visual, às diferentes culturas e correspondem a soluções gráficas que trazem um discurso fora do campo oficial ou acadêmico. Além disso, também podemos observar que no Brasil, particularmente, boa parte dessas produções são encontradas em bairros que estão situados às margens da área central da cidade. Essas peças se caracterizam por levar consigo mensagens rápidas para o consumidor, espontaneidade e recursos informais na transmissão de seus anúncios.

Conforme Fernanda de Abreu Cardoso (2005), em se tratando do vernacular é importante observar que o profissional que monta esse tipo de material gráfico é um designer popular em potencial, livre de norma culta e que dessa forma, produz Design em uma escala local para as pessoas que consomem naquele nível social.

Para Finizola (2010), o vernacular é parte integrante das tradições culturais de um povo por meio de uma propagação informal que é passada de geração em geração. Além da definição do termo vernacular, a autora ainda distingue o uso de alguns vocábulos eventualmente usados como sinônimos deste termo, como as palavras regional e popular. Para ela:

O regional pode se confundir muitas vezes com o vernacular, pois ambos estão ligados a uma localidade específica, porém, o regional engloba também hábitos que foram incorporados em determinada região, mas que podem advir de outros contextos, outras culturas, nem sempre produzidos fora do discurso oficial. (FINIZOLA, 2010, p.34)

Ou seja, as produções se assemelham, porém cada uma tem suas particularidades que as aproximam. É possível, então, considerar que o termo “regional” se refere à produção de um determinado território e região de forma mais abrangente, enquanto o termo “vernacular”, além de se apoiar a questões territoriais, surge de práticas não acadêmicas e sua produção é regida pelo nível da classe social do seu criador, seja ele um artista, um comerciante, seja ele um pintor letrista.

Já se tratando do termo popular Finizola declara que:

O Popular reflete tudo aquilo que é produto das classes populares – a cultura popular –, bem como expressões da cultura amplamente difundidas pelo o povo e para o povo – a cultura de massa. O popular abrange o universo de produtos industriais e culturais consumidos ou gerados pela grande massa da população, não descartando também aqueles hábitos que foram inicialmente impostos pela cultura dominante e, mais tarde, incorporados na cultura local. (FINIZOLA, 2010, p. 30)

Ayala & Novaes Ayala (2003) também definem a cultura popular como aquela que é diretamente criada pelo povo, usada no mundo como propagação da linguagem tradicional, colaborando e contribuindo para a cultura erudita através da troca e construções de significados.

Como pode-se perceber, o regional, o popular e o vernacular criam combinações que podem trazer como resultado dessa fusão uma infinidade de significados ao produto que é gerado. Para um melhor entendimento da particularidade de cada um, Finizola (2010) sintetiza através da figura a seguir (figura 01) algumas de suas principais diferenças e semelhanças.

<i>Características</i>	DESIGN popular	DESIGN regional	DESIGN vernacular
<i>Vinculado à um TERRITÓRIO</i>		X <i>escala regional</i>	X <i>escala local</i>
<i>Vinculado à ausência de formação ACADÊMICA</i>	X <i>às vezes</i>		X
<i>Vinculado à uma CLASSE SOCIAL</i>	X		X <i>geralmente</i>

Figura 01 – Tabela com as propriedades do design popular, regional e vernacular

FONTE: FINIZOLA 2010, p. 31

O termo “Gráfica Popular” também é bastante utilizado para definir alguns aspectos de uma produção de origem vernacular, principalmente em países latino-americanos de língua espanhola. Assim, este universo faz referência aos mesmos tipos de produções gráficas informais encontradas no cenário tanto urbano quanto rural produzidos de modo manual ou não. No entanto, o que marca esta produção é a sua origem, advinda de indivíduos que pertencem às classes mais populares.

A exemplo disto, temos algumas embalagens que ainda utilizam um traço nitidamente manual, não sendo montadas apenas em software de vetorização ou com o uso de tecnologias mais avançadas. As figuras em geral tem pequenos erros de proporções e frequentemente se apresentam com contornos marcantes nas formas, como pode ser observado na embalagem de grampo “Ki-Grampo e a do fósforo “Que Luz” (Figura 02). Como complementa LUPTON (1996), esse tipo de

construção não traz um único tipo de expressão e dialeto, e sim uma infinidade de linguagens visuais.



Figura 02 – Embalagens Vernaculares

- 1) Caixa de grampos para cabelo 'Ki-Grampo', impresso em papel | 2) Conjunto de caixa de fósforo 'Que Luz' impressa em papel. FONTE: Registro fotográfico da autora (2017)

Partindo desses meios de expressões, observa-se que a gráfica popular ocupa os mais diversos suportes e produtos. CARDOSO, F.(2010) em seu estudo sobre o universo simbólico do design gráfico popular, menciona um tipo de produção considerada “híbrida” que é bastante encontrada em peças vernaculares pertencentes à gráfica popular.

Uma peça híbrida pode ser obtida através de uma junção despreziosa de duas estéticas, e isso ocorre quando quem a produz insere características de uma na outra. Ou seja, podemos ver a cultura erudita interpretada em novos moldes dentro da cultura popular e de massa.

Uma referência clara desse tipo de produção intermediária ou híbrida, muito comum na gráfica popular, é o uso da embalagem de biscoito O Globo (Figura 03) da década de 1950.



Figura 03 – Embalagens do biscoito de polvilho 'Globo'

FONTE: <https://goo.gl/dZtiSS> | Acessado em 2017.

A ressignificação do produto ocorre geralmente quando a peça gráfica passa a ser reconhecida como um ícone local. O seu material passa do uso exclusivo em embalagens e ganha novas roupagens (Figura 04) sendo aplicada em diversos produtos como em bolsas, tecidos, almofadas entre outros.



Figura 04 – Embalagem do biscoito salgado de polvilho 'Globo' aplicada em: bolsa, carteira, brinco e canga. FONTE: <https://goo.gl/KhMMfz> | Acessado em 2017.

2.2 A PRODUÇÃO DA GRÁFICA VERNACULAR NOS LETREIROS POPULARES

Apesar de atividades projetuais com alto nível de complexidade já existirem no Brasil durante a década de 1960, o Design brasileiro, nesta época, passou por um processo de reconhecimento de seus conceitos, de suas convicções e de um melhor entendimento da profissão. Conforme CARDOSO (2005), o Design passa a ser palco de maiores discussões a partir da inauguração do Instituto de Arte Contemporânea do Masp, em São Paulo, no ano de 1951.

No entanto, ele torna-se uma prática de ensino cerca de uma década depois, em 1963, no Rio de Janeiro, com a abertura da Escola Superior de Desenho Industrial (ESDI/UERJ), idealizada por nomes como o de Alexandre Wollner¹ e Karl Heinz Bergmiller². O que era visto nos primeiros passos do ensino de Design no país foram teorias de correntes modernistas que estavam em seu apogeu na Europa.

¹ Alexandre Wollner, designer gráfico brasileiro nascido no ano de 1928, em São Paulo.

² Karl Heinz Bergmiller, designer, nascido na Alemanha no ano de 1928.

Neste momento, o papel do designer gráfico era “dar forma gráfica a ideias e produtos de vários gêneros de mídia impressa”. (GRUSZYNSKI, 2000, p.12).

Ou seja, inicialmente, o ofício do design gráfico estava voltado para fins mais industriais e de altas reproduções com base em impressões cujo o suporte em sua maioria era o papel. Reforçando essa linha de pensamento, ainda hoje VILLA-BOAS (2003) considera que toda peça de Design deve seguir alguns conceitos, dentre os quais encontra-se o de ser projetado para ser reproduzível. Para ele, todo artefato que for gerado fora desse princípio não se configura mais como um produto de Design Gráfico, mas sim como algo que permeia o campo do artesanato ou arte.

Por isso, a adesão da linguagem mais funcionalista nas primeiras escolas e a prática do Design com base nos princípios da Bauhaus e Ulm aqui no Brasil contribuiu para a sistematização e criação de metodologias nos projetos gráficos que segregou ainda mais o Design diante dos ofícios manuais. Para o historiador Rafael Cardoso

A experiência da Bauhaus acabou contribuindo para a consolidação de uma atitude de antagonismo dos designers com relação à arte e ao artesanato (...) acabaram prevalecendo aquelas opiniões que buscavam legitimar o design ao afastá-lo da criatividade individual e aproximá-lo de uma pretensa objetividade técnica e científica. (CARDOSO, 2004, p 121.)

Durante muitos anos, a forma de se fazer design manteve-se na concepção de que teríamos produtos considerados síntese da boa forma, que fossem criados a partir de modelos puros e assépticos. O design da página impressa, por exemplo, buscava o uso exacerbado da página em branco para demonstrar limpeza visual e a objetividade tão recorrente na forma de se fazer Design na Suíça. A exemplo temos a marca da sardinha coqueiro (Figura 05) que foi pensada por Alexandre Wollner e construída de forma milimetricamente organizada e geometrizada. “A adesão à linguagem funcionalista se tornou a força dominante na educação e prática do nosso design” (BORGES, 2012,p. 33)

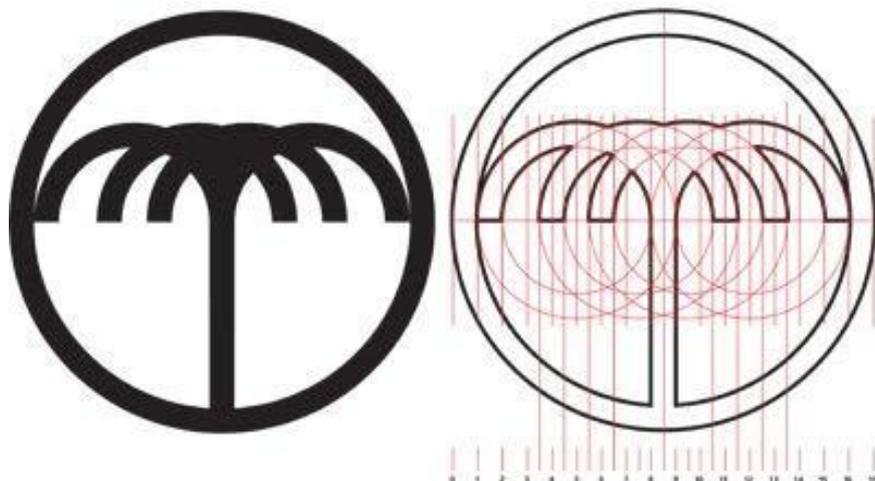


Figura 05 – Marca da sardinha Coqueiro feita em 1958 por Alexandre Wollner. FONTE:
<https://goo.gl/5iw1gC> | Acessado em 2017.

Porém, é possível observar que antes dos ensinamentos formais da prática do Design, no país, já se produziam peças manuais com uma estética singular sem influências externas regendo esta produção. Como pontua Adélia Borges:

O desejo deliberado de abolir o objeto feito à mão em prol do feito à máquina obedeceu à visão de que a tradição da manualidade era parte do passado de atraso, subdesenvolvimento e pobreza, que o futuro promissor proporcionado pelas máquinas nos faria superar. (BORGES, 2012, p. 13)

Por isso, é um erro considerar que, no Brasil, o início das atividades na área do Design data da década de 1960, pois, diferentemente de algumas definições apresentadas, o que já era visto no país antes da instituição da Esdi (Escola Superior de Desenho Industrial) eram evidências claras de múltiplas produções de objetos de Design. Ou seja, o berço do que temos hoje como o Design genuinamente brasileiro é resultado também dessa prática que antecede o ensino formal da profissão.

Sendo assim, são válidos alguns questionamentos em relação às produções que antecedem esse período de 1960. Se as criações eram feitas sem ligação direta com escolas ou movimentos internacionais, então pode-se considerar que a produção feita antes desse marco demonstrava formas mais claras e genuínas do caráter de brasilidade do país. É conveniente lembrar que a indagação aqui feita não

busca desmerecer o tipo de produção que se utiliza de linguagens com signos mais universais para montagem de peças gráficas, mas busca entender até que ponto essa influência externa modifica o jeito de se fazer o design brasileiro. Como Cardoso (2005) afirma em relação às produções genuínas aqui encontradas “Se estas não tiveram como base uma linha única de pensamento, uma determinada doutrina ou estética, então a produção que delas resultou é representativa de uma tradição rica, variada e autenticamente brasileira”.

Dado isso, é nesse campo de estudo em que o Design ainda não era Design, que a produção vernacular brasileira cria suas raízes. A partir de então, são observados dois contextos onde essa produção se ramifica. O primeiro é referente a algumas criações já existentes muito antes de 1960, em que a montagem da peça gráfica era feita por profissionais de baixa formação escolar ou com uma formação básica no que se refere ao domínio da linguagem visual, verificando-se resultados gráficos que variam do mais formal até o mais informal com práticas que se perduram até os dias de hoje. O segundo refere-se ao lado dos profissionais com formação acadêmica que se inspiram na estética vernacular e a aplicam ao Design, à Publicidade e a diversas áreas de Comunicação. Este segundo grupo se vale do primeiro, tomando-o como espelho e inspiração para construir um visual mais inusitado (FINIZOLA, 2010).

Ao aprofundar mais o olhar sobre o primeiro grupo mencionado, pode-se ver a presença do principal agente responsável por configurar boa parte da comunicação gráfica informal ainda evidente nos centros urbanos: o profissional denominado de pintor letrista.

A partir do final da década de 1990, várias iniciativas surgiram com a finalidade de registrar e estudar esse ofício. A exemplo deste fato, é publicado, em 2013, no Brasil, o livro *Abridores de Letras de Pernambuco – um mapeamento da gráfica popular* da Fátima Finizola, Solange Coutinho e Damião Santana, que aborda de forma bastante ilustrativa parte desse universo produzido por estes artífices com o objetivo de mapear e analisar a produção e a profissão do pintor letrista no Estado. É importante pontuar o valor dessa obra, pois apesar de existirem estudos na área,

poucos são os que se dedicam em se aprofundar no profissional que produz a arte vernacular.

Outro importante projeto é o *Letras que flutuam* que também tem como objetivo valorizar o trabalho desses profissionais situados em regiões ribeirinhas de localidades como Marajó, Belém e Salgado todos municípios do estado do Pará. O projeto também gerou documentários que mostram com riqueza de detalhes o processo e as soluções tipográficas dadas pelos pintores de letras daquela região.

Entre os elementos que estão presentes nas mensagens dos letrados vernaculares, encontram-se, em alguns casos, anedotas ou piadas construídas com verbetes coloquiais que têm como intenção serem facilmente notadas, a fim de diferenciar dos demais estabelecimentos. Desta prática, derivam anúncios cômicos e marcantes em que, corriqueiramente, o pintor letrista utiliza estas estruturas propositalmente para mostrar toda a sua irreverência (Figura 06). Esta prática torna-se mais uma característica do que é encontrado na produção vernacular do comércio popular contemporâneo.

Esse tipo de atitude não é algo atual, mas vem de precedentes da cultura popular da Idade Média e do Renascimento. Desde aquele período, as festas traziam um caráter cômico e informal, onde eram mascaradas as desigualdades existentes na época, além de ocorrer quebras nas formalidades e limitações dos padrões sociais. Dessa forma, o cômico trazia o exagero como palco principal para chamar a atenção.

As formas cômicas passam a assumir um caráter não oficial e transformam-se nas fundamentais expressões da sensação popular do mundo, uma vez que o sério passa a ser a medida para manter a ordem existente, contribuir para sancionar o regime em vigor e fortificá-lo. (FIABANE, 2016, p.77)



Figura 06 – Letreiramento em carroceria de caminhão. FONTE: <https://goo.gl/jtNwUp> | Acessado em 2017.

Outra questão a ser levantada é sobre o modo como esse tipo de ofício é repassado muitas vezes de pai para filho, constituindo-se como uma prática que é transmitida de geração a geração e que se perpetua no cenário urbano, mesmo após a ascensão de meios tecnológicos na fabricação de peças publicitárias.

Um mercado voltado para artefatos de custos reduzidos, funções menos nobres e durabilidade efêmera persiste, oferecendo oportunidades para quem domina a técnica da pintura de letras. (GUIMARÃES; LESSA, 2013, p. 7)

Até pouco tempo atrás, tinha-se o registro de ensino formal voltado para a formação desse tipo de profissional, oferecidos por instituições como o Senac por exemplo. No entanto, apesar de atualmente notarmos a ausência cada vez maior de cursos de formação deste profissional, é interessante observar como o pintor letrista faz do uso da prática cotidiana um meio para aprimoramento do seu ofício. Além disso, é comum o letrista tomar como referência catálogos de letras e de figuras para ajudar na criação do desenho que será exposto na parede. (FINIZOLA, 2015)

Observa-se também que existem duas formas de produção e comunicação entre o cliente e o pintor letrista (figura 07) que foram bem sistematizadas pelos designers Vinicius Guimarães e Washington Dias em sua pesquisa *Tipografia Pintada no Centro do Rio de Janeiro*, estruturando em um simples fluxograma como ocorre a relação de cliente x pintor letrista.

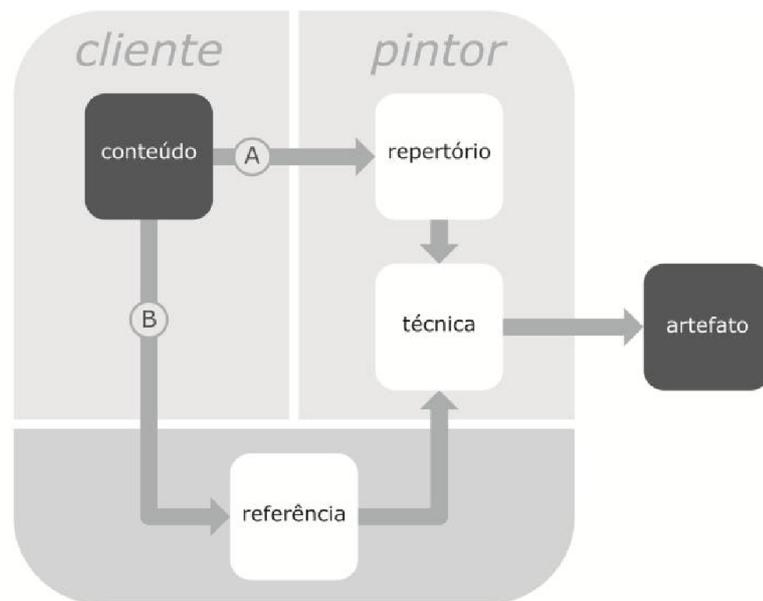


Figura 07: sistema de trabalho dos pintores letristas. FONTE: GUIMARÃES, Vinicius; LESSA, Washington Dias. *Tipografia pintada no Centro do Rio de Janeiro*

No fluxo A, o cliente dá total liberdade de criação ao pintor levando em conta os pré-requisitos solicitados por ele e, assim, o pintor insere o seu repertório visual. Além de ter maior liberdade de expressão, nesse tipo de trabalho, a identidade marcante do pintor fica mais à mostra, como é o caso do pintor letrista caruaruense Geno, registrado por SANTOS (2016). Por expressar seu estilo gráfico em todos os trabalhos, Geno consegue criar uma forte personalidade em seus letramentos, como pode ser visto na Figura 08, sendo, assim, facilmente identificado por quem vê a sua criação nas ruas.



Figura 08: Fachadas feitas pelo pintor Geno no bairro Nossa Senhora das Dores (Centro), Caruaru.
FONTE: Registro fotográfico da autora (2017)

No fluxo B, o cliente já tem sua referência estabelecida e necessita apenas de um profissional que transcreva sua ideia para o suporte desejado. Esse processo com base na cópia é o que mais tem ocorrido nos trabalhos que os letristas realizam. São casos de pintura de uma marca feita por um designer que precisa ser aplicada em caminhões, portas, ou paredes, como também um slogan já pré-estabelecido, uma propaganda, entre outras situações. Como exemplo, temos o pintor também caruaruense Carlos Bezerra (Figura 09) que desenvolve um trabalho mais relacionado à replicação de logos ou slogans já existente.



Figura 09: Pintor letrista Carlos Bezerra finalizando uma fachada com a marca da loja no centro de Caruaru-PE. FONTE: Registro fotográfico da autora (2017)

Apesar da profissão ter um futuro incerto, ameaçado pelas tecnologias e pelas novas formas de impressão, os pintores letristas acreditam que, enquanto houver o comércio de pequeno porte, além de empresas que buscam a pintura por ser mais econômica ou por preferir a durabilidade do serviço, o futuro do ofício se manterá vivo (FINIZOLA, 2013).

2.3 A PRESENÇA DA ICONOGRAFIA NAS PRODUÇÕES VERNACULARES

Apesar de bastante explorada em estudos semióticos que abrangem desde a área das artes gráficas ao teatro e cinema, a iconografia ainda é um campo bastante vasto para se aprofundar, principalmente quando é tratado dentro da estética de cunho vernacular em que elementos iconográficos são utilizadas corriqueiramente a fim de suprir necessidades básicas na comunicação do dia a dia.

A prática de desenhar figuras que sintetizam ações, palavras ou objetos é algo que remete ao passado, pois se sabe que muito antes da criação da escrita o homem pré-histórico deixou pinturas por onde passou, com intuídos ritualísticos ou apenas para sua própria sobrevivência entre o período do Paleolítico e Neolítico (3500 aC – 4000 aC). Como pontua Meggs (2009), representações eram feitas por meio de pincéis de junco, espinhos ou com os próprios dedos, utilizando pigmentos feitos do carvão, óxido de ferro ou gordura. O desenho feito na época de forma primária e sintética é considerado como representação dos elementos que pertenciam ao ambiente em que o homem pré-histórico vivia. Eram desenhos de animais, lanças, plantas e outros símbolos, tornando essa prática a alvorada do que se tornaria a comunicação visual que usamos atualmente.

Mesmo após a criação dos primeiros fonemas e posteriormente da escrita, o uso da figura como forma de agregar significados ao texto continuou sendo parte importante na comunicação ao longo do tempo. A imagem passa a ser utilizada como um auxílio para textos ou também para exemplificar pensamentos descritos neles, como afirma Plínio Martins Filho em seu Catálogo de Clichês D. Salles Monteiro:

a inserção de imagem nos textos (...) por volta de 1820, mudou significativamente a percepção do leitor, oferecendo uma relação claramente estabelecida entre texto e imagem (...) o resultado era muito

atrativo. A partir deste período, a ilustração tornou-se uma forma de comunicação que ia além do expressado literariamente ao brindar a percepção visual do que não se conhecia de maneira direta – objetos, cidades, movimentos, personagens, mapas e animais etc. (Monteiro, D. Salles. Catálogo de Clichês / D. Salles Monteiro; apresentação Plínio Martins Filho. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003. pg. 12).

Noronha (2010) apresenta uma perspectiva bastante importante trazendo o termo iconografia para dentro do campo de Design, visto que pesquisas relacionadas ao tema estão sempre ligadas à imagens, fotografias e não ao desenho do ícone, lacuna que Noronha pontua bem ao afirmar que a iconografia busca identificação de elementos base que venham a caracterizar um estilo de vida. A etimologia da palavra está ligada a origem grega, *eikon* (imagem) + *graphéin* (escrever) ou seja, escrever através da imagem.

A imagem, conclui Platão, pode se parecer com a coisa representada, mas não tem a sua realidade. É uma imitação de superfície, uma mera ilusão de óptica, que fascina apenas as crianças e os tolos, os destituídos de razão. O pintor, portanto, produz um simulacro [*eidolon*, de onde deriva a palavra ídolo], ou seja, uma representação do que não existe ou do que não é verdade (...) (MACHADO, 2001: 9).

Dessa forma, o ícone traduzido em figuras se trata de representações, imitações do que se vê ou do que se produz no campo do imaginário, construindo, ao longo dos anos, imagens gráficas que se comportam como sínteses de pensamentos, sejam elas representações reais ou não. Este ícone começa a ganhar força por ser de rápida compreensão e por ser utilizado como síntese na hora de registrar uma ideia. Assim, essas figuras usadas na comunicação do dia a dia também se tornam parte integrante da formação de cultura daquele nicho.

É importante salientar as diferenças existentes entre a palavra “iconologia” para a “iconografia” e seu uso. Erwin Panofsky (2004), historiador alemão, descreve que a iconografia é puramente o seu formato. É o que se enxerga na imagem ou figura através de suas cores, arranjo de formas, contraste etc. Ou seja, é o próprio signo construído a nossa frente sem agregar a ele questões de interpretação pessoal e valores intrínsecos do próprio autor. Diferente da iconologia que tem como base a interpretação do signo através de estudos semióticos além de valores simbólicos agregados à forma. Sendo assim, a iconologia é uma iconografia que passa a ser interpretada. Panofsky (2004) descreve “A iconografia é, portanto, a

descrição e classificação das imagens, assim como a etnografia é a descrição e classificação de raças humanas”.

o significado silencioso dos signos amplia o sentido da mensagem, estimula a imaginação, transmite, sem a intermediação das palavras, sensações e comportamentos ligados à experiência concreta que teríamos frente ao objeto real. (Vinaccia, 2002).

No âmbito do design, Michael Twyman (1986) estruturou as formas de linguagens e as classificou de acordo com as suas funções. De acordo com o ponto de vista do autor, a linguagem estudada neste projeto abrange os elementos pictóricos e esquemáticos da linguagem gráfica. Os pictóricos são utilizados como apoio na comunicação como fios, linhas e barras, enquanto os esquemáticos são aquelas figuras sintéticas ou símbolos de coisas e objetos. Notou-se que os símbolos e ícones são presença constantes nas aplicações gráficas feitas no trabalho do pintor letrista, a diferença desses elementos é que, no geral, são usados como apoio para os principais textos dos letrados.

Ou seja, na comunicação gráfica vernacular, o potencial da parte figurativa e ilustrada ocorre como forma de enfatizar o produto que está sendo comercializado ou para caracterizar o serviço prestado, dando auxílio aos títulos principais servindo como elemento figurativo na construção visual dessas fachadas. (FINIZOLA, 2010)

Por isso, boa parte dos pintores letristas também se intitula artista e se acham aptos a desenhar o que os clientes pedem por já dominar a prática com trabalhos manuais como ocorre com o desenho de letras. (SAMPAIO, 2012)

Em Caruaru e nas regiões vizinhas, a presença de pintores que usam a iconografia como artifício para reafirmar o texto e chamar a atenção através de diferentes ferramentas gera uma diversidade de traços e estilos nas figuras que configuram e caracterizam a gráfica vernacular caruaruense (Figura 10). Seja para incrementar visualmente o carrinho do comerciante ambulante, seja para compor a porta de uma loja. Os símbolos também entram para simplificar a forma como a comunicação chega ao público, visto que muitas pessoas não tiveram a oportunidade de terminar seus estudos básicos e têm dificuldades na leitura.



Figura 10: Placa de estabelecimento com ícones que remete ao serviço prestado, consertos de calçados em geral, bairro do Salgado, Caruaru-PE. FONTE: Registro fotográfico da autora (2017)

Além disso, muitos comerciantes buscam nas particularidades da cultura local uma estética peculiar para valorizar o seu negócio, gerando ilustrações que atraem o consumidor por se valer da memória fotográfica do cliente diante do signo exposto na fachada. Outro ponto a ser levantado em relação à iconografia vernacular da cidade, é que boa parte dos desenhos não são vistos por parte do letrista como algo indispensável, mas são sim como adornos que acrescentam visualmente valor à peça, atuando como elementos secundários.

Assim, muitos desenhos são apagados e se perdem para dar entrada a novas informações textuais ou até mesmo para novos desenhos que condizem melhor com os produtos que serão vendidos. Entre outros fatores, a rotatividade dos desenhos ou a retirada por completo dele no meio urbano é o fim mais comum diante do caráter efêmero que caracteriza esse tipo de produção vernacular.

2.4 APROPRIAÇÃO DO ESTILO POPULAR PELO DESIGN GRÁFICO

Não é de hoje que a presença da linguagem popular, seja em imagens seja em textos, é comum em peças gráficas, mostrando através de grafismos ou ditos populares, a variação linguística do local que se está desejando referenciar. Geralmente, o popular é bem explorado em determinadas épocas do ano, principalmente nas festas tradicionais de algumas regiões, como a festa junina na região do Nordeste.

A busca por novas abordagens e uso de novos símbolos na comunicação gráfica começou a ser uma alternativa encontrada por designers que já exploraram e utilizaram bastante do design modernista com suas regras de cor, tipografia e proporção, encontrando na linguagem vernacular uma maneira de maior aproximação com o que seu público costumeiramente consome no seu dia a dia, como os códigos encontrados nas barracas de lanches, mercados de bairros populares etc. Ou, como é mencionado por GLAUBER (1993), algumas abordagens desse estilo vernacular podem ainda ser interpretadas como uma maneira de se conseguir reproduzir um sentimento de nostalgia na peça gráfica, visto que os signos usados tentam reproduzir os símbolos das antigas quitandas, feiras populares ou produtos de artesanaria mais clássica.

Depois do auge da estética funcionalista em 1970, as referências no design gráfico mudam novamente. Passa-se a notar nas produções um retorno às linhas curvas do Art Nouveau, o uso de ornamentos e tipografias irregulares. A psicodelia também contribuiu para a fuga de soluções gráficas que representavam o considerado bom design “funcionalista” até então (MEGGS, 2009). A desconstrução da página e a busca por novas maneiras de transmissão da mensagem são algumas características desse novo uso de sinais não tão claros e ainda atrelados a eles, de uma fluidez e intuição que ganhava cada vez mais força na construção visual.

Além de tais mudanças, no fim da década de 1980, ocorreu outra contribuição que conduziu para a atual forma de se enxergar e aplicar o design popular. O acesso a plataformas digitais e seus softwares, além do uso de computadores pessoais, possibilitou aos designers autônomos uma maior liberdade de criação

gráfica que antes se destinavam às indústrias de grande porte (TEMIN, 2015). Como descreve Dones:

O livre acesso a esses programas possibilitou ainda a recuperação do vernacular que transita “ao lado” do design gráfico oficial, encontrando um espaço no campo da comunicação gráfica da cultura contemporânea como forma de enquadramento e de inclusão, sem preconceitos e sem hierarquias. Libertando a criação da lógica reducionista do culto ao novo e fazendo o resgate de formas esquecidas e marginalizadas, pertencentes à cultura popular. (DONES, 2004, p.01)

A partir disso, o design começou a incorporar a variedade visual encontrada nas cidades e em suas zonas periféricas, observando a produção vernacular como pertencente ao registro cultural e histórico de um povo. Ao longo dos anos surgiram diversos projetos que traziam linguagens com signos vernaculares, é possível citar um bom exemplo dessa apropriação gráfica através da designer norte-americana Katherine McCoy. Ela passou a substituir as mensagens gráficas formais por recortes do que via em seu dia a dia, como pode ser observado na figura 11, com fachadas comerciais, listas telefônicas e expressões clichês do mundo do comércio. (DONES, 2004). Além dela, os ensaios organizados por Barbara Glauber já no ano de 1993 são um bom exemplo do interesses da área do Design Gráfico pelo experimentalismo e a informalidade que iam de encontro com as práticas exercidas nas escolas de Design Moderno.

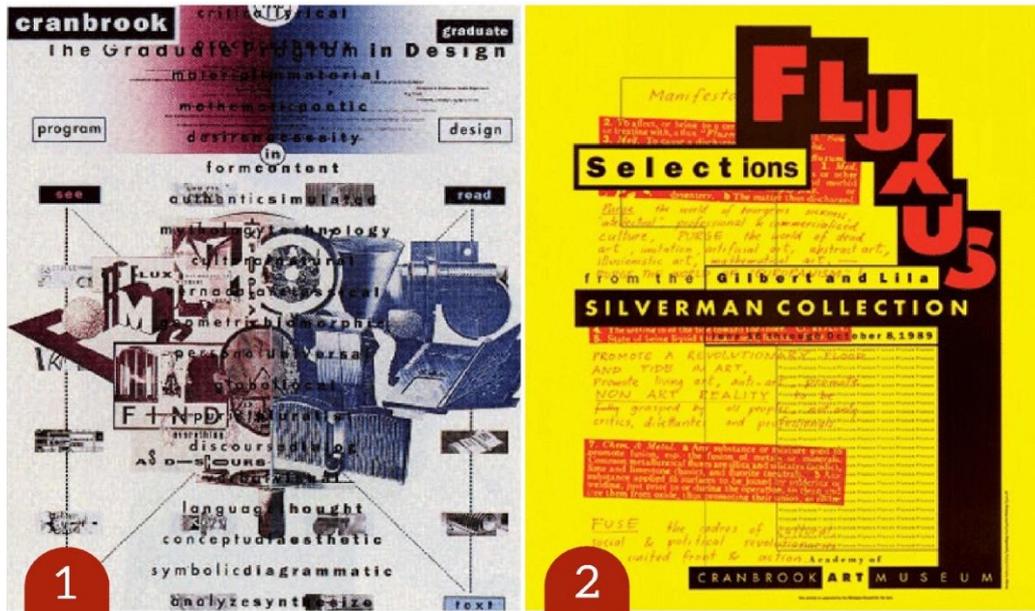


Figura 11: Peças gráficas desenvolvidas por Katherine McCoy

1) Cartaz para divulgação da pós-graduação em design de Cranbrook Academy of Art (1989) | 2) Cartaz da exposição “FLUXUS: Selections from the Gilbert and Lila Silverman Collection” - Cranbrook Art Museum (1989). FONTE: <https://goo.gl/c1EVmB> | Acessado em 2017.

As construções mais geométricas, os layouts que seguem a proporção áurea e a tipografia mais funcional como a Helvetica vão aos poucos dividindo espaço com construções mais livres e vocábulos informais que, geralmente, não prezam por uma uniformidade de caráter muito conservador. As amontoadas e diversas tipografias em seus variados tamanhos começaram a ganhar força nas montagens visuais e hoje mesclam-se em um cenário mais vernacular, ganhando espaço o suficiente para serem utilizadas até na construção de identidades visuais, filmes, capas de disco etc.

Diante de suas cores, formas e iconografia, a estética vernacular é rica no contexto sociocultural a que pertence. A aceitação do vernacular nem sempre ocorre de uma única forma, para Amos Rapoport (1999), existem atitudes comuns quando se trata de produção vernacular que ele divide da seguinte forma: (1) ignorá-las; (2) admitir que existem, mas negar que possam ser utilizadas para lições úteis; (3) copiar suas construções nos detalhes e formas; (4) procurar retirar alguns princípios

dessa construção reaplicando em outros contextos de forma mais ampla e no design formal.

O que se percebe hoje é que entre essas divisões, a área acadêmica sai dessa primeira categoria de ignorar tal produção para voltar a agir conforme a categoria 3 e 4, valendo-se da cópia por completo do material encontrado ou da ressignificação em um contexto muitas vezes distante do que é habitualmente visto no popular. Segundo Finizola e Coutinho (2009), a busca e discussão sobre tal tema se destacou nos últimos anos, tanto que a 9ª Bienal de Design Gráfico da Associação dos Designers Gráficos do Brasil - ADG/Brasil acabou inserindo nas 9 categorias existentes no evento uma específica intitulada 'Popular, Vernacular e Regional', na qual eram contemplados os trabalhos que tinham como base projetual o universo popular. Na figura 12 temos o trabalho da Juliana Pontes "Na rua: moda, pós-grafite e vestígios" e o de Bruno Porto "Postal Carioca".



Figura 12: Alguns dos trabalhos expostos na 9ª bienal de Design Gráfico, categoria 'Popular, Vernacular e Regional' no ano de 2009. FONTE: Anatomia do design (CONSOLO, 2009)

Os pesquisadores Heller e Thompson (2000, p.18) explicam que existe uma resposta para a tal busca e uso dessa estética, mais especificamente duas maneiras que fazem o designer aplicar em seu material a linguagem popular: “como pastiche, ou replicação de uma abordagem fora de moda para criar um efeito estético de época, ou como paródia, ou simulação satírica de um antigo método usado com humor e ironia.” Finizola ainda lembra a importância do uso de símbolos vernaculares em peças gráficas, visto que no mundo globalizado essa troca fará

com que mais pessoas conheçam a produção vernacular e a troca de experiência acaba se tornando cada vez mais rica.

O designer surge neste cenário com o papel de encontrar o ponto de equilíbrio ideal entre duas tendências, a fim de não deixar se perder o que há de mais original em cada cultura, participando, sim, da globalização, mas não uma globalização que pasteuriza, mas aquela que permite uma rica troca de experiências entre as particularidades de cada povo (FINIZOLA, 2010, p. 33)

No entanto, é válido salientar que muitas vezes a aplicação de signos pertencentes ao popular é equivocadamente usada dentro do erudito de forma discriminatória. É importante ver o contexto em que se está inserindo esses objetos pictóricos ou tipográficos, e tomar o cuidado com a ressignificação aplicada a esses elementos retirados do seu campo cultural habitual.

A partir do momento em que o vernacular ganha roupagens que conotam inferioridade ou algum tipo de sátira em suas construções mais primárias, vê-se a importância de analisar até que ponto essas criações contribuem ou inferiorizam a produção vernacular. O popular necessita de interpretação de igual para igual, sem escalas de superioridade, como afirma Farias (2003 apud DONES, 2004). Esse olhar para a criação vernacular deve acontecer de dentro, evitando essa visão do alto onde se vê apenas os erros e imperfeições da produção, afinal, o popular e o erudito são faces de uma mesma cultura.

Além de que, como pontua Finizola (2010) o designer que opta por usar a linguagem encontrada nas ruas pretende “valorizar, de uma forma ou de outra, elementos da cultura brasileira, proporcionando uma reflexão maior entre aqueles que irão consumir esses produtos acerca da verdadeira identidade nacional de nosso design” (FINIZOLA, 2010, p. 36). Ainda em se tratando da valorização desse meio, Sampaio (2012) em sua análise sobre os aspectos semânticos e morfológicos do vernacular esclarece a importância de que a imperfeição faz parte desse universo:

As marcas dos dedos do produtor podem não ser consideradas um defeito, bem como a tinta borrada e a marca do pincel também não. Tais incidências existem e, mesmo que algumas não mereçam ser preservadas, não devem ser maquiadas ou ignoradas. Assim, a investigação de alguns aspectos de irregularidade gráfica e ortográfica demonstra não apenas o interesse pelas particularidades encontradas nos letreiros populares, mas a valorização da sua estética, do seu modo de produção, de suas ferramentas, de sua originalidade. (SAMPAIO, 2012, p. 69)

Já em relação ao modo que se dá essa apropriação, quando ela não segrega mas se mescla com a cultura erudita a informação de uma passa a ser para a outra um híbrido de linguagem onde como menciona Cardoso (2010, p. 105): no processo de apropriação do elemento popular, geralmente seus elementos considerados mais significativos ou característicos são estilizados a partir das normas de representação do campo oficial”.

Ainda segundo a autora, a teoria de Canclini³ traz a “Hibridação” como aquilo que define os processos socioculturais onde as práticas, antes existentes de forma separada, passam a se combinar com outras culturas e a gerar novos objetos como resultado dessa fusão. “é possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações” (CANCLINI, 2008, p. 220-221). Assim, quando ocorre a troca de valores de uma cultura para a outra, a popular passa a ser vista mais legitimada diante da esfera oficial, podendo migrar para o campo erudito e se incorporar a ele em algumas situações.

No entanto, é importante ressaltarmos que as hibridizações não anulam a autenticidade das identidades culturais, nem das manifestações vernaculares locais, e sim nos coloca frente a uma nova forma de interpretar nossas raízes culturais, inserindo-as num contexto mais amplo que transcende regiões e classes sociais. (SAMPAIO, 2012, p. 32)

³ CANCLINI, Nestor García. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 2008, p.352.)

No Brasil, o uso da estética vernacular vem ganhando força em peças gráficas. A banda Paralamas do Sucesso, por exemplo, utilizou da estética no ano de 2009, em seu décimo segundo álbum (figura 13) trazendo características do universo vernacular, tanto nas texturas, cores, ilustrações, arabescos e na tipografia utilizada.



Figura 13 – Aplicação da estética vernacular no design gráfico do disco 'Brasil Afora' do Paralamas do Sucesso, Brasil. FONTE: <https://goo.gl/idnjQQ> | Acessado em 2017.

É válido salientar que ainda boa parte das produções que utilizam dessa estética usam a tipografia como inspiração. Por isso, fontes digitais estão surgindo cada vez mais graças a pesquisas ou projetos pessoais de designers no país. A exemplo disso temos algumas fontes já bastante vinculadas ao universo popular por representar as particularidades encontradas em letreiros mais genéricos ou inspiradas na produção de algum pintor letrista específico. Como exemplo de fontes nessa estética temos a: 'Brasileiro' do designer Crystian Cruz, '1rial' da Fátima Finizola, 'Suburbana' de Fernando PJ, 'Seu Juca' da Priscila Farias e ainda projetos mais recentes como a 'Amada' de Eduardo Oliveira e 'Geno' de Victor Santos (Figura 14).



Figura 14 – Fontes digitais com construções inspirados em letreiros vernaculares

- 1) Fonte Seu Juca da pesquisadora Priscila | 2) Fonte Amada do designer Eduardo Oliveira | 3) Fonte 1Rial da Pesquisadora Fátima Finizola. FONTE: www.behance.net/ | Acessado em 2017

Na área das produções audiovisuais, temos a marca do filme “Bode de Natal” (Figura 15), gravado no bairro de Casa Amarela, Pernambuco. Feita pelo estúdio de design pernambucano Mooz e produzida pela produtora Bateu Castelo com elenco e trilha sonora quase toda pertencente à região. Por ter o comércio e a feira popular bastante presente no roteiro, fez-se a apropriação no uso da estética vernacular nas ilustrações e tipografias veiculadas no filme, trazendo uma ambientação do que é encontrado nas produções vernaculares das ruas daquela região.



Figura 15 – Peça digital de divulgação do filme para a Globo Nordeste em 2016

FONTE: <https://goo.gl/RKbKKd> | Acessado em 2017.

Como se vê, o uso de símbolos carregados com essa estética é aplicado numa infinidade de suportes e meios que sendo utilizado da forma correta pelos designers, sem sátiras nem desdém, traz um resultado que enaltece o vernacular.

3 DESIGN DE SUPERFÍCIE

As superfícies sempre se configuraram como suporte para as necessidades do homem pré-histórico até os dias atuais, estando presentes nas vestimentas, nos ambientes e objetos que nos rodeiam e nos materiais gráficos que circulam pela cidade. E, apesar de ser difícil datar a origem e surgimento do design de superfície, sabe-se que há pelo menos 10.000 anos a.C o homem já cobria o corpo com peles nos mais variados tipos de texturas para se proteger das baixas temperaturas causadas pela proximidade da era glacial. Além disso, elementos estéticos e padrões gráficos também já eram empregados em rituais de caça ligados aos animais e a natureza, sendo expostos em pedras e nos primeiros utensílios de argila. (MEGGS, 2009). É nessa mesma linha que, desde às pinturas rupestres a criação e desenvolvimento de repetições figurativas foi evoluindo e se tornando as estampas que conhecemos hoje.

Com o tempo, as pessoas passaram a valorizar mais os objetos decorativos a ponto de prezarem sempre por cerâmica bastante adornada, fachadas, azulejos e mantas bem decoradas. Esses artefatos são indícios do que viria a se tornar a prática do design de superfície, como descreve Ruthschilling⁴:

As civilizações antigas desenvolveram o gosto pela decoração de superfícies em geral, principalmente nos utensílios domésticos, espaços arquitetônicos e artefatos têxteis. Pode-se dizer que a tecelagem e a cerâmica, assim como, posteriormente, a estamperia e azulejaria, com sua linguagem visual, carregam o embrião do que hoje chamamos de design de superfície. (RUTHSCHILLING, 2008, p.16)

A superfície vai muito mais além do que a construção meramente visual e ilustrativa que cobre objetos e ambientes. O intuito do design de superfície é buscar através dos sentidos, como o tato e visão, as experiências necessárias para transferir significância aos produtos criados. “A Superfície possui um caráter dinâmico e comunicativo [...] Ela própria é também um objeto aberto a ressignificações e que estabelece com o sujeito uma relação de interação multissensorial.”. (Schwartz, 2008 apud. Barachini, 2002, p. 31).

⁴ Evelise Anicet Ruthschilling é artista plástica, designer, fundadora e coordenadora do Núcleo de Design de superfície da UFRGS e membro da Surface Design Association, USA.

Ou seja, ela está para envolver a percepção dos sentidos e trazer significados intrínsecos aos objetos que se valem de propriedades táteis ou puramente visuais. Além disso, por ter vários usos e dessa forma aplicações nos mais diversos suportes, a superfície pode ser encontrada em diferentes áreas adjacentes. Porém, tentar classificar o Design de Superfície dentro do Design Gráfico, Têxtil, de Moda ou Produto é um erro equivocado, pois se sabe que tais divisões existem para uma melhor organização das particularidades de cada uma dessas áreas, que, em conjunto, montam o aspecto geral do campo do Design. O Design de Superfície lida com a ordem estética para gerar melhores soluções intrínsecas a ela. Ruthschilling (2008) ainda faz um levantamento da importância do caráter sócio-cultural que a superfície pode desenvolver como reflexo do que encontramos no dia a dia:

Design de Superfície é uma atividade criativa e técnica que se ocupa com a criação e desenvolvimento de qualidades estéticas, funcionais e estruturais, projetadas especificamente para constituição e/ou tratamentos de superfícies, adequadas ao contexto sócio-cultural e às diferentes necessidades e processos produtivos. (RUTHSCHILLING, 2008, p. 23)

A superfície vem como uma interface que relaciona o homem e o seu ambiente. Essa área de estudo não se limita apenas a arranjos visuais, o Design de Superfície rompe o uso puramente da visão e trabalha também com formatos tridimensionais que compõem toda a extensão física dos objetos. Ou seja, essa área não trata apenas da construção visual de texturas, mas também das formas táteis que podem ser aplicadas em toda dimensão do produto.

O design de superfície visa trabalhar a superfície, fazendo desta não apenas um suporte material de proteção e acabamento, mas conferindo à superfície uma carga comunicativa com o exterior do objeto e também o interior, capaz, de transmitir informações sócio-culturais que podem ser percebidas por meio dos sentidos, tais como cores, texturas e grafismos (FREITAS, 2009, p.17)

3.1 O DESIGN DE SUPERFÍCIE NO BRASIL

É na região do Rio Grande do Sul que o Design de Superfície começa a ser reconhecido no país como uma área profissional e de pesquisa. Para Ruthschilling (2008), a origem do Design de Superfície se perde no tempo e espaço, em razão de não ter uma linha cronológica e histórica consistente que anteceda essa prática. Visto isso, foi só em 1977, nos Estados Unidos, que ocorreu um marco importante para a área: a fundação da Surface Design Association – SDA. Esta associação reunia artistas do mundo inteiro, que juntos implantaram a expressão "surface design" como nomenclatura oficial para o tipo de produção feita em peças têxteis. Tal fato inseriu os artistas tanto no campo do Design, quanto no campo da Arte.

Porém, a Surface Design Association tomou como base de estudo as estruturas dos tecidos e fibras, as tecelagens e as estampas criadas dos entrelinhamentos da trama e do urdume. Também era estudada a geração desses padrões quanto ao uso das cores e formas utilizadas. Ou seja, a SDA inicialmente acabou englobando apenas a área têxtil, não conseguindo abranger toda a gama de atuação que um designer de superfície poderia atuar. No Brasil, o termo *surface design* era pouquíssimo utilizado e, assim como ocorria nos Estados Unidos, aqui no país os estudos eram muitas vezes voltados também para a área têxtil.

No Brasil, a área começou a ser difundida por nomes como Renata Rubim e Ruthschilling. Inicialmente, Renata Rubim, designer de superfície e pesquisadora, trouxe um ganho enorme para este segmento na década de 1980 no país. Ainda nesta década, Rubim foi estudar no exterior, na renomada Rhode Island School of Design, Providence, USA. Ao retornar para o Brasil, a pesquisadora se dedicou exclusivamente aos estudos e difusão do termo *surface design*, que foi traduzido em seu sentido literal para a língua portuguesa como "Design de Superfície". Com o intuito de ser estudado de forma mais abrangente, Rubim ensinou e palestrou em várias regiões do país, difundindo o termo e seu uso, assim como foi autora da primeira publicação sobre o tema no país. De acordo com ela, a profissão aqui no Brasil não deveria tomar os rumos apenas têxteis, e sim englobar uma quantidade de suportes que vão do papel à cerâmica, da bidimensionalidade à

tridimensionalidade, conseguindo assim, expandir cada vez mais esse campo de atuação. (RUBIM, 2010).

É importante observar como essa atividade ainda é vista no Brasil relacionada a questões decorativas e de estética superficial e apontada com maus olhos nas áreas adjacentes por não aparentar ter um processo projetual estruturado e partir muitas vezes para o âmbito artístico ou intuitivo no modo de se fazer o design. Essa interpretação é equivocada, pois sabe-se que há construções e estudos através da técnica de padronagem, cor, equilíbrio visual, leis da Gestalt entre outros métodos presentes no desenvolvimento de um projeto de Design. De acordo com Rubim:

(...) no nosso mercado o design em geral ainda é visto com um olhar distorcido do seu real significado e valor. O design é muito mais do que glamour e estética. É refinado na medida em que serve aos mais diferentes aspectos e necessidades da vida em geral. (RUBIM, 2012)

Hoje, sabe-se que no Brasil a área é bastante desenvolvida e apreciada no campo da decoração para interiores, no vestuário, objetos, e em demais utilidades. É tanto que começaram a surgir eventos que têm como objetivo principal o incentivo e o fomento de projetos na área, como o que ocorreu em Santa Catarina-RS, em 2011, o Salão de Design de Superfície, contando com categorias do Design de Superfície aplicado ao têxtil, cerâmico, papel, couro, madeira e diversos materiais. Temos também o Colóquio de Moda, que conta com especialistas na área e concurso voltado para a produção de superfície aplicada a estamperia no geral, além do Prêmio Estampa Brasil que incentiva a criação de padronagens brasileiras. Já na área de superfícies voltadas a produtos e utilitários, temos concursos de empresas que fomentam projetos no intuito de aplicá-los ao mercado, como é o caso do Prêmio Oxford de Design, Prêmio Tok&Stok de Design Universitário, Prêmio Salão Design, dentre outros.

Além de nomes como o de Renata Rubim e Ruthschilling, já citados anteriormente, temos também Wagner Campelo que atua na área de estampas, padronagens e cores e que tem trabalhos expostos no Brasil, EUA, Ásia e Europa. Celson Lima, outro designer que também trabalha na área têxtil produzindo estampas com fibras naturais e pigmentos africanos, indígenas e asiáticas,

levantando importantes questionamentos da retomada do design têxtil às suas técnicas puras e ancestrais como base para construção de padronagens ricos de significado.

Outro nome que se destaca nos estudos de superfície no Brasil é Athos Bulcão, importante arquiteto e artista gráfico com suas principais obras feitas nas décadas de 1960 e 1970. Os azulejos eram o suporte preferencial para suas intervenções e grandes painéis presentes em Brasília, França, Itália dentre outros. Bulcão estudava a luminosidade, a cor e as texturas próprias dos objetos brasileiros para assim conseguir criar padronagens que transparecessem relevos complexos, porém harmoniosos, e isso se dava pelo fato dele utilizar na maioria das vezes módulos sem encaixe, como pode ser observado na figura 16 que traz inúmeros modos de montagem do azulejo aplicado.

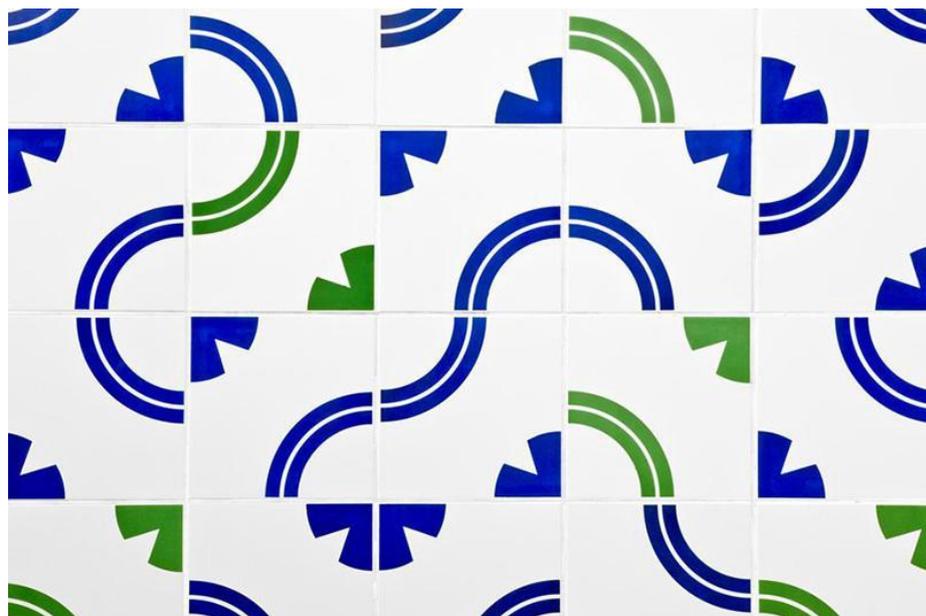


Figura 16 – Obra feita para o Centro Cultural Missionário da CNBB - Brasília DF.

Fonte: <https://goo.gl/eAjQk5> | Acessado em 2017.

Hoje, as superfícies têm o papel de revitalizar o ambiente, solucionando problemas de Design. Por estar em todos os objetos de modo intencional ou não, a superfície traz um ganho material e imaterial aos produtos, como descreve FREITAS (2009)

Um projeto de design de superfície é capaz de agregar novos valores imateriais a um produto, sob o ponto de vista funcional, imaterial e mercadológico, podendo até mesmo influenciar em uma cadeia de consumo mais sustentável, ou seja, sendo capaz de sensibilizar os níveis mais sutis da percepção humana, prolongando, assim, o período de identificação com o usuário. Um produto interessante poderá ser reciclado e/ou reinventado, podendo até mesmo ser transferido a um novo contexto para executar novas funções além dos objetivos iniciais. (FREITAS, 2009, p. 88)

3.2 AS DIFERENTES ÁREAS DE ATUAÇÃO DO DESIGN DE SUPERFÍCIE

Segundo a designer e também coordenadora do Núcleo de Design de Superfície da UFMG, Ruthschilling (2008), para entender melhor o uso da superfície nos mais variados suportes, é importante atentar-se para as três grandes abordagens de análise pertencentes a um projeto de superfície: a abordagem representacional, constitucional e relacional.

Dessa forma, de acordo com Schwartz (2008), a **Abordagem Representacional** refere-se a superfície em sua materialidade, e se divide em dois grandes grupos de estudo: a superfície-objeto e a superfície-envoltório. De acordo com essa classificação, a superfície-objeto trata da superfície como construção do produto. Por exemplo, a trama feita em tecelagens têxteis cria a textura dos cestos e peneiras. Ou seja, na superfície-objeto a textura faz parte da montagem do produto, que é tangível e funcional.

As superfícies, aparentemente podem ser reduzidas a configurações geométricas de apenas duas grandezas – bidimensionalizando-as. Ou, podem ser entendidas como extensão de uma área limitada, [...]. Todavia as superfícies se inserem no espaço e não apenas o representam. Tridimensionais por excelência, abertas e interativas. Revestem, e, por vezes, são o próprio objeto. (apud SCHWARTZ, 2008, p.18)

Já se tratando da superfície envoltório, observa-se que ela não monta o objeto e sim o envolve, tanto internamente como externamente. Ambos os casos podem ocorrer de forma tridimensional, a diferença é que na superfície-envoltória ela

não constrói o objeto, mas toma um produto já existente e o envolve com padronagens e texturas táteis ou não, agregando valor simbólico, estético, e funcional à peça. Na figura 17, vemos em um único ambiente o uso dos dois tipos de superfície, objeto e envoltório. Uma encontra-se no banco apenas revestindo e estilizando o produto com estampas geométricas, enquanto o outro faz do uso de módulos encaixados para se erguer e montar uma espécie de divisória ou parede.



Figura 17 – Exemplo que reúne superfície-objeto e superfície-envoltório, Projetado por Made by Superior no ano de 2012. FONTE: https://goo.gl/DJz7yf_ Acessado em 2017

A **Abordagem Constitucional** está ligada ao modo como a superfície se constitui, assim como o processo de design e a técnica utilizada na produção. Sendo assim, o que norteia a possibilidade plástica de uma superfície é o que será escolhido na formação do um projeto, tendo como base o caráter físico, o visual e o material como estruturas cruciais para seu desenvolvimento.

Por fim a **Abordagem Relacional**, trata a superfície de modo dinâmico considerando as suas relações com áreas adjacentes ou complementares, se

valendo de dois meios, material ou virtual, dando a ele um caráter de interface à peça.

Em relação aos suportes utilizados para elaborar uma superfície, Ruthschilling em seu livro *Design de Superfície* (2008) nomeia as mais comuns e principais áreas que o DS pode assumir: papelaria, têxtil, estamperia, cerâmica, materiais sintéticos entre outros suportes. A seguir, alguns exemplos desses usos.

A Papelaria atua em objetos que têm como matéria-prima o papel e seus similares. A superfície na papelaria pode ser encontrada na aplicação de identidades visuais como em cartões de visita (figura 18), envelopes, pastas e timbrados. É também encontrada em papeis de parede, cadernos, agendas e livros, os envolvendo e criando padronagens condizentes com o que pretendem comunicar.



Figura 18 – Estampas aplicada em papelaria

1) Cartão de visita com uso de estampa na parte frontal. Felipe Bizzi, 2015 – FONTE:

<https://goo.gl/NUkonN> | 2) Conjunto de papel de parede gerando estampas com o dingbats

Ladrilho Hidraulico. Guilherme Luigi, 2014. FONTE: <https://goo.gl/ET8S2M>

Acessado em: 2017

As **Embalagens**, estão bastante próximas ao uso da superfície na papelaria, por vezes até se mesclam, mas em questões de embalar o produto, a tridimensionalidade e fatores ligados ao tato são condições imprescindíveis que diferenciam um pouco do ramo da estampa puramente visual, como é o caso da premiada embalagem de Embaré Brazilian Delights, 2014, (figura 19) criadas com a

textura da xilogravura e fazendo o jogo de relevo seco e hot stamping para agregar superfícies lisas e rugosas que embalam o produto.



Figura 19 – Embalagem dos produtos Embaré, coleção Brazilian Delights, com estilo e texturas de xilogravura projetado pela Greco Design, 2014. FONTE: <https://goo.gl/uWTpy9> Acessado em 2017.

O uso de superfície na porcelana, cerâmica ou faiança, é um campo que vem crescendo bastante, por existir uma grande quantidade de indústrias voltadas para esse segmento no país. O seu uso vai desde potes, vasos, pratos, a azulejos que cobrem paredes revestindo-as e até protegendo da ação do tempo. Um grande nome do design de superfície brasileiro que se destacou no desenvolvimento de padronagens para azulejos e outros materiais cerâmicos foi Athos Bulcão, como já citado anteriormente. Outra artista que se destaca no cenário pernambucano com trabalhos voltados também para o design de superfície é a artista gráfica Joana Lira, com trabalhos de ilustração e estampa aplicada a produtos e peças de comunicação no geral, Joana também desenvolveu projetos na área de cerâmica (figura 20) e em editoras brasileiras, imprimindo em estampas e ilustrações signos da cultura pernambucana. Como pode-se ver também, a base da cerâmica rompe com o uso bidimensional podendo apresentar desenhos em alto e baixo relevo, como mostra na figura 21 do projeto City de Renata Rubim.



Figura 20 – Uso de superfície em utensílios do lar e em revestimento de interiores.

- 1) Coleção de pratos do Atelir Janvier Cerâmica, 2017 – FONTE: <https://goo.gl/MnUgat>
- 2) Revestimento City, Renata Rubim, 2012 – FONTE: <https://goo.gl/L8m2op> | Acessado em: 2017.
- 3) Coleção para ToK&Stok, louças da Linha Telúrica, Joana Lira, 2016 - FONTE: <http://www.joanalira.com.br/tokstok/> | Acessado em 2017.

A Área Têxtil no DS é um dos segmentos mais bem desenvolvidos, e isso não ocorre apenas no Brasil, visto que boa parte dos estudos e esforços também feitos pela SDA (Surface Design Association) buscavam difundir e acrescentar novas ideias ao design de superfície têxtil. No geral, na área têxtil há duas formas de se gerar as estampas: [1] a partir de métodos digitais, mecânicos ou manuais; [2] ou através da própria trama do tecido, gerando estampas através do entrelace dos mais diversos tipos de fios. Na figura 22, observa-se os mais variados tipos de aplicação têxtil, como as tecelagens, crochê, tricô, tapeçaria e malharia.



Figura 21 –Segmento têxtil em estampas.

- 1) Tapete Veneziano feito em teares artesanais. Renata Rubim, 2017 – FONTE: <https://goo.gl/2z4CQy> | 2) Estampa artesanal com carimbo, 2013 – FONTE: <https://goo.gl/RJc2yDbc> | 3) Estampa feita por processos digitais, coleção de Alexandre Herchcovitch, 2016 – FONTE: <https://goo.gl/LeyGw7> | Acessado em 2017.

É válido lembrar que as categorias aqui citadas são apenas um pequeno apanhado das áreas pertencentes ao Design de Superfície, muitas aplicações derivam dessas classificações ou pertencem a novos grupos que vêm surgindo graças a grande variedade de suportes. Sendo assim, novos materiais são experimentados e criados no intuito de trazer renovações na aplicação da superfície quanto a sua textura, suas dimensões, e na sua troca de experiências com o usuário, valorizando e tornando mais atrativo o objeto de design.

3.3 O USO DE SUPERFÍCIES NA CRIAÇÃO DE ESTAMPAS

Diante de um projeto de superfície, o designer deve ter em mente que, assim como as outras áreas, é preciso desenvolver um estudo visual para o projeto. No momento da concepção da arte, deve-se levar em conta a sua linguagem visual por meio de elementos base que se juntarão a outros criando arranjos e, posteriormente, padrões. Esses elementos, de acordo com Ruthschilling (2008), são os responsáveis pela propagação do módulo que lhes confere em toda sua extensão um ritmo, variedade e unidade à peça. São eles:

- a) **Motivos ou figuras:** são bastante recorrentes na composição dando sentido à mensagem visual. Por exemplo, se a estampa reflete a primavera, seus motivos podem ser folhas, pétalas, ramos que irão enfatizar tal temática (figura 22). Por ter elementos que na maioria das vezes se sobressaem na estampa, eles podem variar em relação ao tamanho, rotação, posição e também quanto aos formatos.



Figura 22 – Exemplo de aplicações para motivo ou figura representando folhas, 2011.

FONTE: <https://goo.gl/bzbWVT> | Acessado em 2018.

- b) **Elementos de preenchimento:** é o que dá base para serem expostos os motivos/figuras, ou seja, se trata do background ou fundo da composição (figura 23), podendo ser neutro deixando as figuras sobressaírem-se ou interagindo com os elementos de igual para igual.



Figura 23 – Exemplo de preenchimentos.

- 1) Textura de tinta em pinceladas, FONTE: <https://goo.gl/YhbUvG> | 2) Textura das tramas de um tecido, FONTE: <https://goo.gl/1CN2aV> | Acessado em 2018

- c) **Elementos de Ritmo:** são um dos que mais se destacam por isso causam tensão e ritmo a ambos os elementos que compoem a estampa (figura 24), ou seja, o

ritmo trata da disposição dos motivos/figuras em uma determinada área criando uma continuidade aos elementos e deixam a estampa mais dinâmica.



Figura 24 – Exemplo de ritmo com formas geométricas e fluídas.

- 1) Textura geométrica com peças em ritmo ascentende, FONTE: <https://goo.gl/YhbUvG>
- 2) Textura de formas fluidas , FONTE: <https://goo.gl/TVXP5t> | Acessado em 2018

Definido isso no projeto de superfície, tem-se a necessidade de fechar a menor unidade de significado que irá compor o elemento visual, o Módulo. A criação deste módulo consiste na junção dos elementos (motivos, preenchimento, ritmo, cor) dentro de um espaço específico que contenha altura e largura. Os formatos desses módulos variam, podem ser hexágonos, quadrados, retângulos e outros, tendo apenas o cuidado para que não hajam espaços vazios, causados pela má distribuição dos elementos. Porém, em algumas situações, os vazios na estampa podem ser propositais, isso vai depender do plano projetual pensado para cada estampa.

Como descreve Freitas (2009), a palavra módulo sugere uma unidade mínima de encaixes, que juntos aos seus adjacentes, formam um todo homogêneo e com significado. Um exemplo prático do dia a dia é a presença de módulos nos azulejos que envolvem o chão e as paredes dos ambientes (figura 25). Cada unidade de cerâmica é um módulo que juntos formam um desenho que dará continuidade a um padrão.

O módulo detém em sua constituição genuína a carga informacional mínima do conteúdo expressivo (motivos) e também detém em si os limites

geométricos, a dimensão, a organização e a estrutura em relação à superfície. (Schwartz, 2008, p. 60)



Módulo



Figura 25 – Piso de Ladrilho hidráulico em cerâmica com destaque para o módulo usado na criação da estampa. | FONTE: <https://goo.gl/RTVvxm> | Acessado em 2017.

A aplicação de superfícies contínuas e estampadas em tecido, papel e entre outros suportes, pode aumentar o valor estético e simbólico de qualquer peça no mercado. Essas repetições habilmente estudadas encaixam-se de forma harmoniosa e ilustram bem toda a área de um produto, trazendo soluções criativas para a peça criada.

O sistema de repetição de uma superfície é comumente denominado de *rapport* (no francês) ou *repeat* (no inglês). O termo faz referência a construção dessas padronagens que podem ser construídas de diversas maneiras, das mais simples às mais complexas (figura 26), contando assim com o encaixe perfeito dos módulos nos dois sentidos, o horizontal e o vertical, configurando um padrão.



Figura 26: Padronagens com módulos.

- 1) Estampa complexa de difícil reconhecimento de módulo. Plentyofcolour, 2017 – FONTE: <https://goo.gl/RCPco2> 2) Estampa simétrica de fácil reconhecimento de módulo, 2010 – FONTE: <https://goo.gl/1QkQjk> | Acessados em 2017.

De acordo com Rubim (2010), um *rapport* bem elaborado só é construído a partir de uma longa experiência adquirida com o tempo e a prática, pois envolve o treinamento do olhar diante do equilíbrio visual de um *rapport* que deverá se repetir sem erros na cadeia de produção industrial. E, para que se forme o padrão, os módulos trabalham em um sistema de repetição que pode variar de diversas formas, como pode ser visto na figura 27.

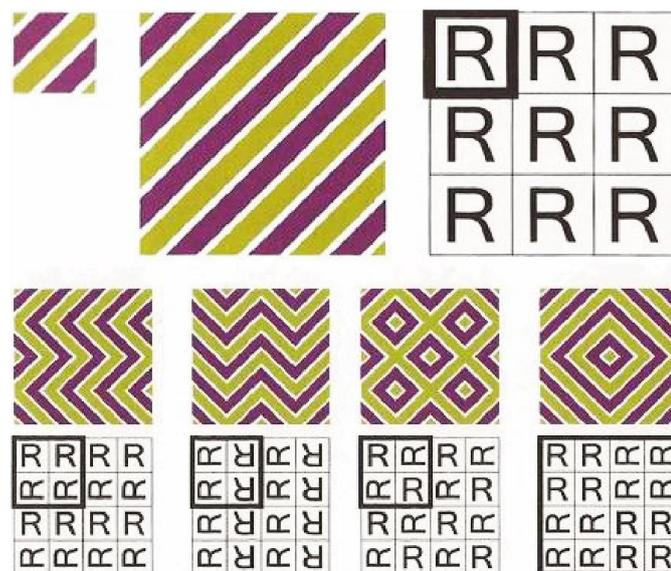


Figura 27: Único módulo aplicado e repetido de diversas maneiras. | FONTE: RUTHSCHILLING, 2008.

Ao criar um sistema de repetição o designer estrutura sua estampa através de um grid. Sabe-se que hoje existem vários modelos de grid (como pode ser observado na figura 28), podendo assim gerar melhores alternativas com relação à figura e ao fundo da estampa. Há casos de deslocamento do módulo em 50% no eixo, chamado de **half-drop** (figura 29); tem-se também o **padrão contínuo** (figura 30) onde as emendas desaparecem e os módulos se entrelaçam; o **padrão fechamento** (figura 31) que é bastante conhecido também pelo nome de clausura, dentre tantas outras técnicas de montagem.

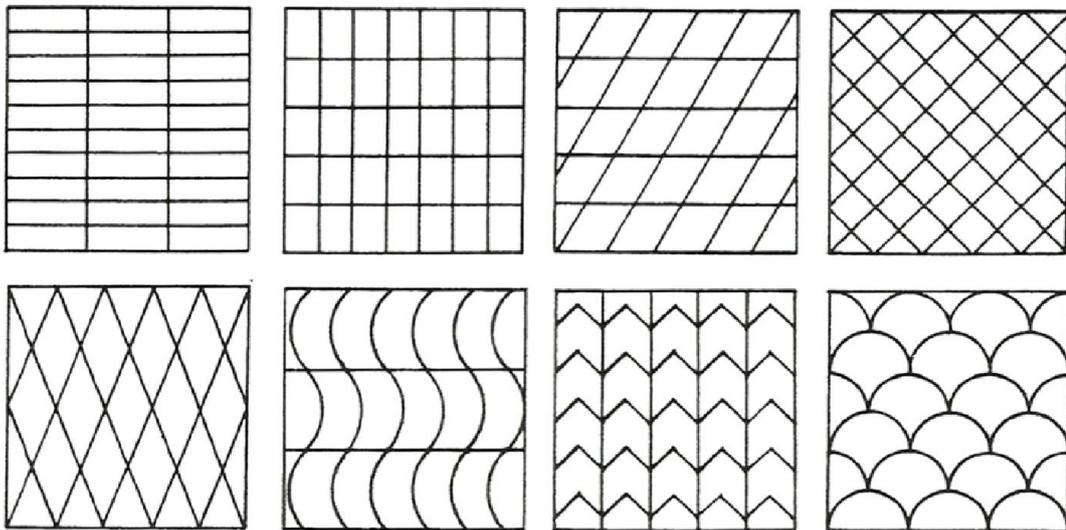


Figura 28: Tipos variados de construção de grid para criação de estampas.

FONTE: Wong (2007)



Figura 29: Exemplo de *half-drop* feito através de carimbos manuais.

FONTE: <https://goo.gl/jtAj1v> | Acessado em 2018



Figura 30: Módulos se entrelaçando em um padrão contínuo .

FONTE: <https://goo.gl/wk6JGt> | Acessado em 2018



Figura 31: Padrão fechamento, bastante difundida por M.C. Escher.

FONTE: <https://goo.gl/ZJJRZN> Acessado em 2018

Após finalizar, o processo criativo de uma superfície o designer deve buscar a técnica a ser utilizada para a melhor fixação da estampa no produto. A estamperia se destina a essa aplicação em diversos suportes, enquanto o design de superfície se encarrega de estudar os padrões e formatos criados que futuramente serão aplicados na estamperia. Por isso, é muito importante ter o conhecimento prévio de toda a produção para prever se a estampa terá uma boa aplicação ou não no produto final. O processo de estamperia varia bastante. Podemos citar alguns métodos como: **a serigrafia** (manual, rotativa, de mesa), **a sublimação** (em tecidos, porcelanas e objetos em geral) e o mais recente que é a **estampa digital**, feito em máquina de grande porte e impresso diretamente no produto em alta qualidade. Por isso, escolher o melhor suporte que será a base do projeto além de saber a técnica de estamperia que melhor se adapta ao produto, é sem dúvida, o segredo para um bom resultado no âmbito do design de superfície.

4 METODOLOGIA

O Design de Superfície não se restringe a uma única abordagem metodológica, como afirma RÜTHSCHILLING (2008), os produtos podem se desenvolver a partir de processos artísticos se adaptando às necessidades de cada projeto. Para a criação da coleção de estampas com temática vernacular, o presente trabalho toma como base a metodologia de Munari (2000), tendo em vista que seu método é flexível e aborda desde a definição do problema até as suas possíveis soluções. Como este trabalho tem semelhanças com o projeto desenvolvido por Amorim (2017, p. 45), em que a autora utilizadas estética inspirada nos dadaístas e surrealistas para a elaboração da sua coleção Corpore, o projeto aqui exposto toma como base o método de Munari (2000) aplicando-o sobre a perspectiva de Amorim (2017).

Por isso, a escolha a escolha dessa metodologia para esta pesquisa se deu através das similaridades que os projetos têm entre si, dentre elas, [1] o uso da superfície tomando como base estéticas já pré-existentes como o dadaísmo, surrealismo, e neste caso o vernacular, [2] a utilização da fotografia para inspirar e nortear o desenvolvimento do projeto, [3] além de ambas adaptarem as estampas para aplicações nos mais diversos materiais, não se prendendo a um único tipo de produto. No quadro 01, apresentamos todas as etapas aplicadas por Amorim (2017) em sua metodologia.

METODOLOGIA DO PROJETO	
ETAPA A análise criativa	<ul style="list-style-type: none"> - Fichamento e análise comparativa das principais motivações, características e técnicas dos movimentos Dada e Surrealista, a partir de levantamento bibliográfico - Análise de similares - interfaces entre o Dada e o Surrealismo e a prática do Design
ETAPA B definições do projeto	<ul style="list-style-type: none"> -Briefing -Conceituação *brainstorming definição do tema * moodboard - conceito do projeto * paleta de cores
ETAPA C experimentações criativas	<ul style="list-style-type: none"> - Experimentações das técnicas e características dada e surrealista, adaptação para o DS - Geração de alternativas: <ul style="list-style-type: none"> *composição motivos *sistemas de repetição - Definição: <ul style="list-style-type: none"> *rapports *cores
ETAPA D desenvolvimento e finalização da coleção CORPORE	<ul style="list-style-type: none"> -Apresentação: <ul style="list-style-type: none"> *identidade visual *realese *seleção das estampas da coleção *aplicações

Quadro 01 - Metodologia do projeto | FONTE: Amorim (2017)

Adaptando-a para melhor se enquadrar nos moldes deste projeto de superfície, foi montada uma segunda tabela com as modificações realizadas em cima da metodologia de Amorim (2017). Primeiramente, na fase de análise criativa (etapa A) o fichamento dos movimentos Surrealista e Dadaísta foi substituído por outro tipo de coleta de dados que é o Levantamento de Campo (**etapa 1**); para sintetizar mais o processo, as etapas B e C (definições do projeto e experimentações criativas) foram transformadas em uma única etapa com 2 fases, a Elaboração (**etapa 2**); e por fim, o desenvolvimento e finalização da CORPORE

(etapa D) passa a ser chamado de Apresentação do Projeto (**etapa 3**). Sendo assim, o projeto de superfície desenvolvido seguirá três etapas de construção: **levantamento, elaboração e apresentação do projeto**, como pode ser observado no quadro 02.

Etapas projetuais	
<p>Etapa 1 Levantamento</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Sondagem inicial <ul style="list-style-type: none"> → Pesquisa de campo/ coleta de dados; → Análise das características encontradas nos letreiramentos de Caruaru;
<p>Etapa 2 Elaboração</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Definições do projeto <ul style="list-style-type: none"> → Briefing → Conceituação: <ul style="list-style-type: none"> * Moodboard - Definição do tema (ambientação) - Escolha dos elementos de composição - Paleta de cores
	<ul style="list-style-type: none"> ● Experimentações criativas <ul style="list-style-type: none"> → Geração de alternativas: <ul style="list-style-type: none"> * Composição motivos * Sistemas de repetição → Definição: <ul style="list-style-type: none"> * Rapport * Cores
<p>Etapa 3 Apresentação do projeto</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● Apresentação <ul style="list-style-type: none"> → Identidade visual da coleção; → Release; → Seleção das estampas; → Aplicações.

Quadro 02 - Adaptação da metodologia do projeto | FONTE: A autora (2017)
adaptado a partir de Amorim (2017).

A partir da metodologia escolhida, com suas devidas adaptações, será pontuado a seguir o objetivo de cada uma dessas etapas:

Etapa 1 | Levantamento

1.1 SONDAGEM INICIAL

- Pesquisa de campo/coleta de dados

A pesquisa de campo é feita no intuito de levantar dados que servirão para inspirar e nortear o desenvolvimento do projeto. Nesta etapa, ocorre o mapeamento onde serão coletados os dados e também é a fase de reunir o máximo de informações possíveis sobre o objeto de estudo. As formas de se registrar são variadas, entre elas destacamos os seguintes instrumentos: fotografia, sketchbook, textos descritivos ou anotações variadas. Para este projeto de superfície, o instrumento mais utilizado foi o registro fotográfico seguido de anotações em sketchbook.

- Análise das características encontradas

Após o levantamento, e com todos os registros em mãos, começa a ser destrinchado o que se conseguiu levantar através da pesquisa de campo. Nesta etapa, ocorrem as primeiras análises do material coletado no intuito de encontrar a essência e as características mais marcantes do objeto de estudo.

Etapa 2 | Elaboração

2.1 DEFINIÇÕES DO PROJETO

- Briefing

Consiste em um levantamento das necessidades do projeto de superfície a ser elaborado, além disso, critérios são estabelecidos nessa fase para melhor nortear o trabalho, ajudando em um resultado mais condizente que deve ser justificado na defesa final do projeto.

- Conceituação

Após definições prévias estabelecidas no briefing e do estudo do material previamente coletado e analisado na fase de levantamento, será definido o conceito do projeto a ser elaborado de forma mais objetiva. Em busca desses conceitos serão montados painéis de ambientação, de cores e de símbolos denominados *moodboards*, que servirão de inspiração e norteamento visual para a elaboração do projeto.

Posteriormente, será feito um recorte a fim de definir melhor o tema que será tratado, evidenciando particularidades que serão utilizadas na coleção. Fechada a *definição do tema*, buscam-se agora os resultados visuais que melhor traduzem a temática escolhida, sendo assim, é feita a *escolha dos elementos* que estarão presentes no desenvolvimento do produto final. Para criar uma identidade forte em todo o projeto, é importante montar ainda a *paleta de cores* da coleção, utilizando variedades que melhor atendam ao planejamento traçado.

2.2 EXPERIMENTAÇÕES CRIATIVAS

Esta fase é o momento das experimentações no design de superfície. Nesta etapa, os elementos decorativos são estudados isoladamente para a criação das futuras estampas que irão compor a coleção. Essas experimentações são relacionadas aos motivos que estarão em primeiro e em segundo plano e sobre um determinado fundo, gerando as *composições*, também é feito o jogo de posicionamentos e rotações no uso das figuras de primeiro e segundo plano que serão a base para a montagem das alternativas de módulos.

Etapa 3 | Apresentação do projeto

3.1 APRESENTAÇÃO

- Identidade visual da coleção

A identidade surge no intuito de criar componentes que irão sintetizar a ideia da coleção em uma única marca para facilitar o seu reconhecimento como um conjunto. Por isso, dentro dessa criação ocorrerá também a necessidade da produção do nome que carregará a coleção como um todo para que fique concisa e completa. Porém é válido lembrar que dentro do escopo deste projeto, a elaboração de uma marca para a coleção tem caráter secundário.

- Release

Usado para o lançamento de determinados produtos através de um material informativo que de forma breve, o release apresenta um texto resumido que norteia sobre o que se trata a coleção.

- Seleção das estampas

Fase de detalhamento da construção de cada estampa, assim como o nome específico de cada uma, a escala cromática, os elementos usados, o módulo, a construção do rapport e o conceito por trás de cada uma delas .

- Aplicações

Por último, toda a produção feita de maneira digital é aplicada a produtos físicos condizentes com o jogo de estampas criados, a fim de demonstrar todo o potencial do projeto por meio de aplicações em peças de design gráfico, produto ou moda.

5 DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

A partir da metodologia de Amorim (2017) e de sua adaptação para o presente projeto, são apresentadas a seguir o desenvolvimento das etapas que nortearam o processo criativo da coleção de estampas vernaculares. Cada fase será detalhada ponto a ponto a fim de um melhor entendimento da pesquisa e de seus resultados finais.

5.1 LEVANTAMENTO – ETAPA 1 (SONDAGEM INICIAL)

5.1.1 *Pesquisa De Campo/ Coleta De Dados*

Para a criação das estampas vernaculares, foi necessário fazer um levantamento através de uma pesquisa de campo exploratória para identificar, dentro do cenário urbano de Caruaru, os locais onde a presença do objeto de estudo era mais notável. Afinal, os ícones encontrados nesse tipo de produção são peças fundamentais para nortear a criação da coleção de estampas.

Para tomar conhecimento da produção dos letreiros vernaculares da cidade, iniciou-se um levantamento pelos bairros de Caruaru. O que se observou foi que a presença de ícones vernaculares era em maior número nos bairros mais populosos da cidade. De acordo com o Censo Demográfico IBGE⁵ (2010), os bairros: Vassoural, Riachão, Salgado, Divinópolis, Indianópolis, Petrópolis, Rendeiras, Santa Rosa, Boa vista, Kennedy e São Francisco representam as localidades com maiores números populacionais de Caruaru.

Diante deste dado, foram feitos registros fotográficos desses bairros ou de localidades vizinhas a eles (figura 32). As fotos contemplaram fachadas de lojas comerciais que tem a presença da iconografia vernacular, bom como placas, muros ou até carrinhos de ambulantes, totalizando o registro de 86 letreiros acompanhados por elementos pictóricos. Observou-se que estas peças são feitas de modo manual e em geral apresentam a venda de um produto ou a prestação de algum serviço

⁵ Fonte: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?=&t=resultados>



Figura 33: Fotografias da iconografia vernacular de alguns dos bairros visitados na pesquisa.

REGISTROS: A autora, 2017.

5.1.2 Análise Das Características Encontradas

De acordo com Finizola (2010), os letramentos podem ser divididos entre: autorais, especialistas e não-especialistas. Para esta pesquisa o recorte escolhido é a da pintura de caráter especialista, pois foi observado que boa parte dos elementos pictóricos encontrados em Caruaru eram elaborados por pintores letristas profissionais. Ainda segundo Finizola, os elementos pictóricos podem ter variações quanto ao seu modo de ilustrar, apresentando desenhos de forma: sintética, realista ou abstrata, como pode ser visto na figura 34.



Figura 34: Elementos iconográficos encontrado em Caruaru na pesquisa de campo: figura sintética, realista e abstrata | REGISTROS: A autora, 2017.

Após analisar a iconografia registrada em Caruaru, podemos perceber através do gráfico a seguir (figura 35) o quantitativo referente às três formas de representação mais utilizadas na cidade. Observou-se que 64% dos ícones se apresentam de forma realista, enquanto 31% contemplavam ilustrações sintéticas. Os de formato abstrato seguem em menor número, 5%, visto que ao invés de fazer uso das figuras abstratas, os letristas comumente as substituem por elementos esquemáticos como asteriscos, setas, balões, splashes e fios.

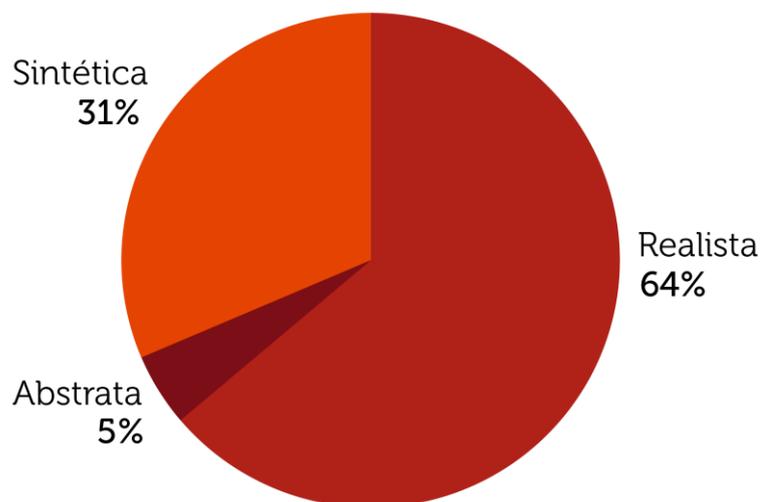


Figura 35: Gráfico percentual com o quantitativo dos principais estilos gráficos encontrados na iconografia Caruaruense. FONTE: A autora, 2017.

Através do levantamento conseguimos detectar alguns segmentos do comércio que mais fazem uso desta estética, sendo do ramo alimentício e de serviços gerais (figura 36). Além de analisar o estilo gráfico empregados neste segmentos, foram levantados as características plásticas que mais se repetiam nos elementos iconográficos, listado no quadro 03.



Figura 36: Ícones vernaculares encontrados em Caruaru.

- 1) Ilustração do ramo alimentício, simulando uma carne assada – REGISTRO: a autora, 2017
- 2) Ilustração do ramo de Serviços Gerais, simulando um motor – REGISTRO: a autora 2017.

Quanto ao tipo de ferramenta usada para elaboração das pinturas, encontrou-se o uso de materiais diversos, como: o estêncil, colagens, aerografia e pincel à mão.

Características encontradas na iconografia - Caruaruense -
Traços realistas (figuras sempre trazendo elementos reais e não surrealistas)
Preenchimento de cor completo nas figuras
Formas com contornos espessos (encontrados bastante na cor preta)
Tridimensionalidade (de forma simples, com uso de luz e sombra)
Uso de cores quente e/ou neutras (quentes: amarelo, vermelho, laranja; neutra: branco, preto, cinza)
Uso de tons claros e/ou neutros para o plano de fundo (branco, cinza, amarelo claro, bege, azul claro)

Quadro 03: Principais Características dos ícones encontradas na pesquisa de campo.

FONTE: A autora, 2018.

O que pode ser percebido a partir dessa breve análise, é que em Caruaru, apesar do uso de elementos ilustrativos sintéticos, há uma grande presença também de ilustrações realistas, e isso se deve pela necessidade de criar traços que correspondam com a realidade, quase como um desenho de observação, replicando os produtos que são vendidos no estabelecimento e se distanciando do surrealismo ilustrativo. Além disso, a ilustração na maioria dos casos é aplicada como reforço figurativo do texto, servindo para rápida assimilação do tipo de serviço prestado. Muitas dessas pinturas são assinadas pelo próprio pintor letrista, levando a acreditar que se trata de uma produção do tipo especialista.

A efemeridade também é algo bastante presente nos ícones, pois a pesquisa de campo durou 15 dias e neste intervalo de tempo algumas das imagens registradas foram substituídas por outras ou apagadas. Apesar da pesquisa de campo ter abrangido todo tipo de suporte e meio de confecção, a coleção de estampas tomou como base o modo de produção mais comumente usado pelos letristas que é o do próprio pincel à mão.

5.2 ELABORAÇÃO - ETAPA 2 (DEFINIÇÕES DO PROJETO)

5.2.1 Briefing

Este projeto tem como objetivo a criação de uma coleção de estampas que será, à princípio, aplicada em artigos de cozinha. Será criado um conjunto com aplicações de estampas corridas e algumas estampas localizadas, a depender do objeto que será estampado. Esta coleção tem como inspiração a identidade dos letreiros populares da cidade de Caruaru com ênfase nos elementos iconográficos encontrados nessa produção, ressignificando e dando novas leituras às ilustrações encontradas na gráfica vernacular da cidade. Apesar da pesquisa de campo ter abrangido todo tipo de suporte e meio de confecção, a coleção de estampas tomará como base a forma de produção mais comumente usada pelos letristas que é o do próprio pincel à mão.

De forma mais sistemática foi criado o quadro abaixo (quadro 04) com um breve briefing dos principais pontos que nortearam a elaboração deste projeto:

Briefing	
Nome do Projeto:	Coleção CRU
Público Alvo:	Pessoas de ambos os sexos que apreciam estampas estilizadas em artigos de cozinha.
Objetivos:	Desenvolver uma coleção de estampas com aplicações versáteis e que valorize a produção local e vernacular da cidade de Caruaru e em particular a sua iconografia, projetando padrões temáticos em policromia aplicados em artigos de cozinha.
Tipo de Aplicação:	Superfície Envoltório/Aplicado
Quant. total de Padrões:	08

Quadro 04: Briefing da coleção. FONTE: A autora, 2018.

5.2.2 Conceituação

Para a conceituação, foi usado processo de brainstorm com uso do mapa mental⁶ (figura 37) para a escolha da principal linha temática ligada a Caruaru e sua linguagem gráfica vernacular. O ponto de partida para as ideias iniciou-se da própria palavra-chave **CARUARU** que também foi explorada na geração dos moodboards. Dessa forma, usando esses métodos a coleção consegue se situar melhor no universo ao qual ela pertence.



Figura 37: Mapa mental com palavras do universo Caruaru.

FONTE: a autora, 2018

⁶ Mapa mental é um tipo de diagrama que assume diversas formas, podendo ser construído a partir de desenhos ou palavras e é usado na gestão de informações, ideias e conceitos.

5.2.3 Moodboards

Em busca de encontrar e visualizar melhor a temática que será a base de inspiração para a coleção de estampas, foram montados três *moodboards* (painéis) com algumas figuras de referência. O primeiro (figura 38) é um painel de ambientação que não se restringe apenas a Caruaru, mas traz referências gerais do que é produzido no mundo com relação área de vernacular. O segundo (figura 39) apresenta um painel de símbolos. Este painel é mais limitado aos tipos de produções vernaculares, às figuras desenhadas e aos tipos de traços utilizados. O terceiro (figura 40) é um painel que traz as predominâncias cromáticas para melhor visualizar as cores que são mais empregadas no vernacular de Caruaru.



Figura 38: Moodboard de Ambientação.

FONTE: a autora, 2018

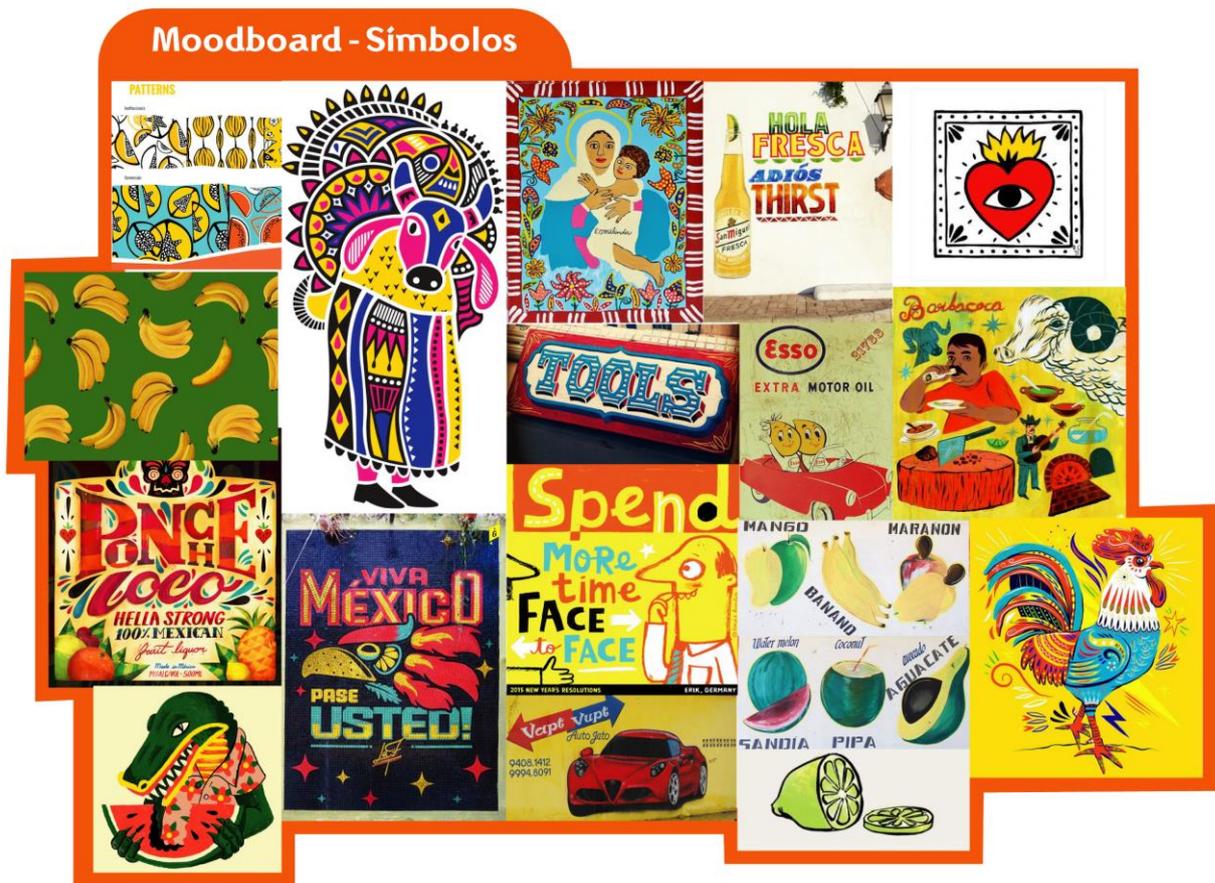


Figura 39: Moodboard de Símbolos.

FONTE: a autora, 2018



Figura 40: Moodboard de Cores.

FONTE: a autora, 2018

5.2.4 Definição Do Tema

Após observar os moodboards de referência feitos na etapa anterior e compará-los com a produção vernacular existente na cidade de Caruaru, observou-se que o projeto tem dois grandes grupos temáticos: o de ramo alimentício e o de serviços gerais, já que as ilustrações encontradas sempre trazem elementos pertencentes a um desses dois campos. Como a aplicação da superfície se dará em artigos de cozinha, a escolha das figuras do ramo alimentício foi a melhor opção, pois condiz com o ambiente no qual esses produtos serão utilizados.

Como foi definido no briefing, a coleção conta com 4 estampas-matriz, sendo elas voltadas para o ramo alimentício. Então, foram elaboradas 4 temáticas ligadas a este campo, sem esquecer de trazer as particularidades de Caruaru, cidade que faz parte da pesquisa. Esta divisão é explanada de forma breve a seguir.

A 1ª estampa fará referência aos **alimentos naturais** vendidos na feira de frutas e verduras que acontece tipicamente aos sábados na cidade de Caruaru. A 2ª estampa trará os alimentos vendidos por ambulantes no centro da cidade, sendo eles **lanches processados** como batata frita, hambúrguer, sucos entre outros. A 3ª se relaciona aos utensílios usados para o preparo da comida, como **panelas**, pois Caruaru tem uma presença muito forte de trabalhos relacionados a consertos de produtos, entre eles panelas e fogões. Por fim, a 4ª será inspirada no comércio que ocorre próximo ao Largo dos Guararapes, centro da cidade, onde temos a venda em atacado dos mais variados **doces** e também inspirado nas tradicionais sorveterias da cidade como a Vem-Ká que permanece a mais de 30 anos no mercado.

5.2.5 Escolha Dos Elementos

Tomando como ponto de partida os elementos fotografados na pesquisa de campo, foi observado que muitos tinham particularidades entre si. Sendo assim, foram recortadas algumas figuras com temáticas semelhantes e agrupadas por segmentos. A ideia é fazer através da observação a escolha dos elementos-chaves que cada estampa carregará.

A partir das imagens registradas, iniciamos fazendo um painel com os elementos que estivessem dentro da temática proposta. A escolha se deu pelo nível de predominância que as figuras tinham no cenário urbano e também foi observado quais delas se encaixariam melhor na elaboração de um design de superfície. Cada temática foi separada por seus elementos, como consta no quadro 05.



Quadro 05: Levantamento dos elementos temáticos. FONTE: A autora, 2018

Assim, a criação e o desenvolvimento dos ícones que fazem parte das estampas teve como inspiração as figuras do quadro 05. Foi definido que os elementos não seriam empregados na sua forma original (cor, tamanho) mas seriam vetorizados e utilizados através de uma releitura elaborado pela autora.

5.2.6 Experimentações Criativas (Construção Dos Ícones)

Nas experimentações criativas, foram levantadas todas as figuras que serviram como base para os motivos usados nas estampas. Nesta etapa, ocorreu a vetorização dos elementos e também a construção de outras figuras semelhantes que se enquadravam à temática. Primeiramente, os ícones foram capturados

através de fotografias e, em seguida, foram vetorizados na plataforma digital Adobe Illustrator versão CC 2017.

Todos os ícones transformaram-se em desenho a partir do decalque das fotografias registradas na pesquisa, como pode-se ver nas figuras 41 e 42. O elemento escolhido passa por uma vetorização manual e, em seguida, ocorre o preenchimento das formas, sendo finalizado com o acréscimo de algumas texturas visuais.

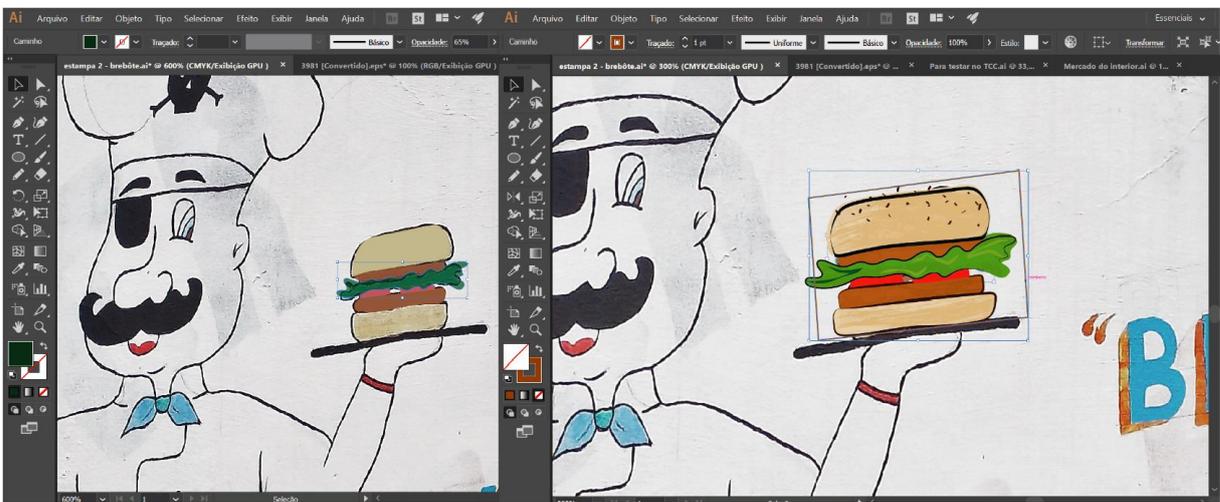


Figura 41: Processo de vetorização manual a partir de registro fotográfico. FONTE: A autora, 2018

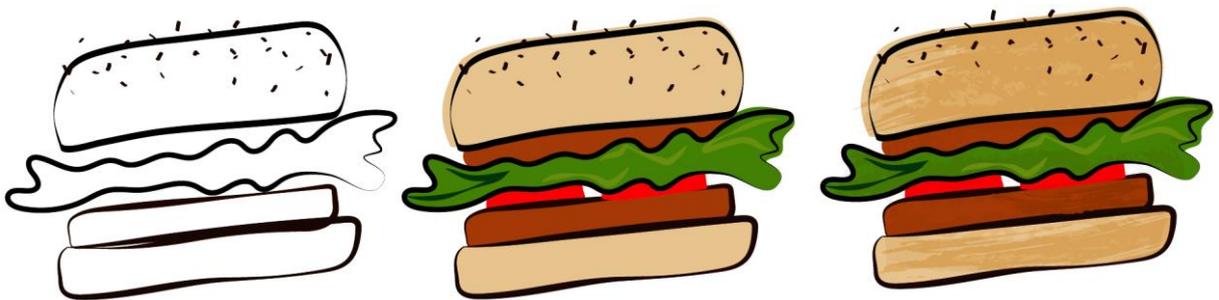
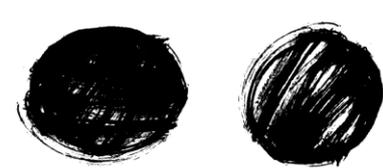


Figura 42: Etapas de vetorização de um ícone. FONTE: A autora, 2018

Para a construção de uma linguagem unificada foi necessário seguir algumas diretrizes quanto à criação dos ícones e demais elementos usados. Observa-se que no quadro 06 foram pré-determinados os tipos de traços, as texturas utilizadas, o

elemento-chave de todas as estampas e as formas de preenchimento destes elementos.

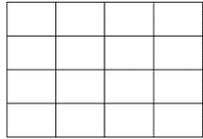
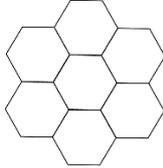
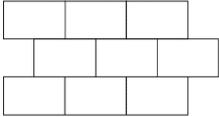
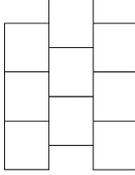
Diretrizes	
Traçado	
Textura	
Elemento - chave	
Preenchimento	

Quadro 06: Elementos das diretrizes na construção das estampas. FONTE: A autora, 2018

5.2.7 Definição Das Estampas

A coleção CRU conta com 4 estampas-matriz, em que cada uma possui um tipo de rapport e variações ilustrativas. Cada estampa-matriz é a base para o desenvolvimento de uma estampa secundária, contendo elementos semelhantes entre si. Por exemplo, temos a estampa-matriz “NoKilo” e sua variante secundária “NoKilo-Bananada”. Toda a coleção buscou retirar os principais elementos iconográficos, trazendo uma leitura popular atrelada a aplicações de elementos modernos em todas as suas estampas. Para a sua montagem, foi estabelecido previamente o rapport que cada uma das estampas teriam como base de

construção. Os tipos dos grids foram nos modelos: Grade, tijolo por linha e coluna e hexagonal por coluna, como descreve o quadro 07 a seguir.

Modelos de grids			
NoKilo	 Grade	Pipôco	 Hexagonal por coluna
Brebôte	 Tijolo por linha	Baleiro	 Tijolo por coluna

Quadro 07: Modelo de grid aplicado a cada estampa da coleção CRU. FONTE: A autora, 2018

5.3 APRESENTAÇÃO DO PROJETO – ETAPA 3 (APRESENTAÇÃO)

5.3.1 *Identidade Visual Da Coleção Cru*

Caruaru do barro, da feira, do São João, conhecida como a Princesinha do Agreste ou como a Capital do Forró. Seu nome nem sempre foi assim, por Caruaru já passaram diversos nomes, dentre eles: Cururu, Caruara e Caruru. Agora, Caruaru vem ganhando uma nova abreviação para o seu nome: CRU.

Assim como a capital de Pernambuco recebe a abreviação de REC (Recife) o número de pessoas que passam por aqui e lhe chamam carinhosamente de CRU (Caruaru) vem crescendo. Uma cidade como Caruaru que advém de uma matéria-prima bruta e tão farta quanto o barro carrega agora um cognome bastante coerente para a produção que nasce nesta cidade. Suas criações cruas e autênticas são uma das características mais admiradas, e isso pode ser observado também nas suas produções vernaculares. Por este motivo, a coleção de estampas que toma como referência essa cidade do agreste pernambucano não poderia ter outro nome a não ser o CRU.

Para dar identidade e nome as peças criadas, foi desenvolvido uma identidade visual para a coleção de estampas CRU a partir dos conceitos do rústico e do experimentalismo bastante presentes na cidade. (figura 43).



Figura 43: Marca da coleção de estampas CRU. FONTE: A autora, 2018

A marca CRU teve a junção de fontes vernaculares criadas no Brasil como também a junção de letras desenhadas à mão, trazendo um resultado misto igual a produção que é encontrada na cidade. Além disso, ela foi aplicada na cor preta (figura 44) em referência aos pesados contornos presentes nos ícones encontrados na pesquisa. Seu experimentalismo vem desde a união dessas fontes até o uso das texturas e do posicionamento das letras de formato irregular.



Figura 44: Detalhes da marca CRU e suas possíveis aplicações. FONTE: A autora, 2018

5.3.2 Release

Tomando como inspiração a iconografia presentes na produção vernacular da cidade de Caruaru, a coleção CRU apresenta a vivacidade, diversidade e dinamismo na criação de suas estampas trazendo assim mais cor ao ambiente da cozinha. A fim de immortalizar essa produção vernacular de caráter efêmero, a coleção CRU traz a autêntica comunicação encontrada nos muros da cidade e a transporta para objetos bastante comuns do dia a dia, como o prato, o avental e o jogo americano.

Todo esse processo une a produção da linguagem tradicional, popular e contemporânea trazendo aplicações modernas e ressignificando a iconografia vernacular em artigos de cozinha.

5.3.3 *Seleção Das Estampas*

ESTAMPA NOKILO

Uma truncagem, a arte de cortar aquilo que não era necessário, abreviar. É a transformação simples do “qui” da linguagem oral no “K” na linguagem escrita. É tentar chamar a atenção daqueles que leem através da aproximação com a oralidade. É Dk+1, é eskina, é Aki ki nós come, é kitandaria. É olhar para aqueles estabelecimentos caruaruenses que utilizam o K em seus nomes. Foi nisso que a estampa NoKilo se inspirou e trouxe esse uso gramatical também para o seu nome.

A estampa NoKilo é repleta de frutas que são vendidas nas quitandas e feiras. Com um colorido bastante típico desse ramo de vendas, as ilustrações das frutas foram usadas com base na análise de campo feita na cidade (figura 45). A sua composição foi idealizada para ser dinâmica, tropical e alegre. Afinal, os ambientes dos mercadinhos que vendem frutas são sempre cheios, coloridos, variados e movimentados. Para quebrar a monotonia, os motivos são formados pelas frutas rotacionadas, refletidas e em diversas escalas. O preenchimento ou plano de fundo vem em tons semelhantes aos das frutas, deixando a estampa diversificada, porém harmoniosa. Os motivos seguem em maior evidência e os elementos que compõem as frutas, como as sementes, folhas e ramos, tornam-se elementos de ritmo e preenchimento.



Figura 45: Registro de ícones em quitanda situada no bairro do Salgado, Caruaru-PE.

REGISTRO: A autora, 2017.

A estampa NoKilo traz elementos em tons quentes, contrastando com cores mais frias como a cor verde. A estampa contém 4 frutas escolhidas de acordo com a sua paleta cromática; o mamão, o jerimum, a banana e o limão, a 4ª fruta selecionada, que traz, ao contrário das demais, tons frios, complementa os tons de laranja e amarelo das demais, como pode ser visto da figura 46 à 50. Nas figuras de ritmo, foram escolhidos os próprios elementos que as frutas carregam como as sementes e as folhas. O plano de fundo tem um tom de amarelo claro com ramos finos sobrepostos em um tom um pouco mais saturado.

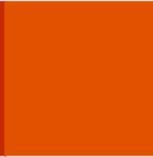
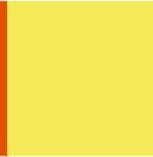
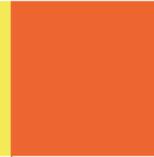
							
C	28	16	6	8	50	81	0
M	72	59	9	55	10	33	0
Y	100	100	58	64	75	93	0
K	0	0	0	0	0	31	100

Figura 46: Escala Cromática da NoKilo. FONTE: A autora, 2018



Figura 47: Motivos, elementos de ritmo e preenchimento da NoKilo. FONTE: A autora, 2018



Figura 48: Plano de Fundo da NoKilo. FONTE: A autora, 2018



Figura 49: Módulo retangular e estampa corrida da Matriz NoKilo. FONTE: A autora, 2018

A estampa NoKilo foi montada com grid em formato retangular e de construção básica em formato grade, sendo testada inicialmente em formato de cópias 3x3.



Figura 50: Grid com repetição retangular blocado. FONTE: A autora, 2018

NOKILO-bananada

A estampa secundária Nokilo-bananada traz o elemento forte da banana como figura única e principal no decorrer da padronagem. Aqui, as manchas da casca da fruta são extraídas e usadas como elementos de ritmo e harmonia (figura 51 e 52).



Módulo



Estampa corrida

Figura 51: Estampa secundária Nokilo-Bananada. FONTE: A autora, 2018

Assim como sua matriz, a estampa secundária NoKilo-bananada foi construída com o mesmo padrão, com estampa corrida em modelo grade, mesmas cores e elementos de estilo que se repetem da matriz para a secundária.



Figura 52: Estampa Matriz NoKilo e estampa secundária NoKilo-Bananada. FONTE: A autora, 2018

ESTAMPA BREBÔTE

Salgado é 1 real!

Sim, a coxinha, o pastel e o cachorro-quente todos eles estão no carrinho do ambulante que anda pelas ruas da cidade. Brebote é todo tipo de comida que não tem valor nutritivo, e não é muito saudável. É como se fala nessa região: é comer qualquer brebôte, qualquer lanche, qualquer coisa que engane a fome (Figura 53). A partir disso, foi montada uma estampa em que não poderia faltar alguns desses brebotes vendidos em carrinhos de ambulantes.

É a nossa batata frita, o cachorro-quente, o ketchup que esborra e a maionese com mostarda para misturar. É uma estampa de valor calórico carregado, que faz uso do exagero dos elementos na intenção de encher os olhos.



Figura 53: Registro de ícones em lanchonete situada no bairro do São Francisco, Caruaru-PE

REGISTRO: A autora, 2017

A estampa *Brebôte* faz uso de elementos em escala de tons quentes, referenciando os lanches que são esquentados nos próprios carrinhos dos ambulantes nas ruas de Caruaru (da figura 54 à 58). A estampa contém 2 elementos principais, sendo eles: o cachorro-quente, com maior destaque, seguido da batata frita dando ritmo a estampa. A *Brebôte* também é repleta por ondas de ketchup e mostarda em tons semelhantes para não quebrar a harmonia cromática. Como toda estampa da coleção CRU, círculos são aplicados com textura que simula o traçado do pincel, além do plano de fundo que traz de forma suave um quadriculado em tons de amarelo.

						
C	0	0	0	15	0	0
M	92	38	17	93	9	0
Y	81	82	95	91	19	0
K	0	0	0	3	0	100

Figura 54: Escala cromática da estampa Brebôte. FONTE: A autora, 2018

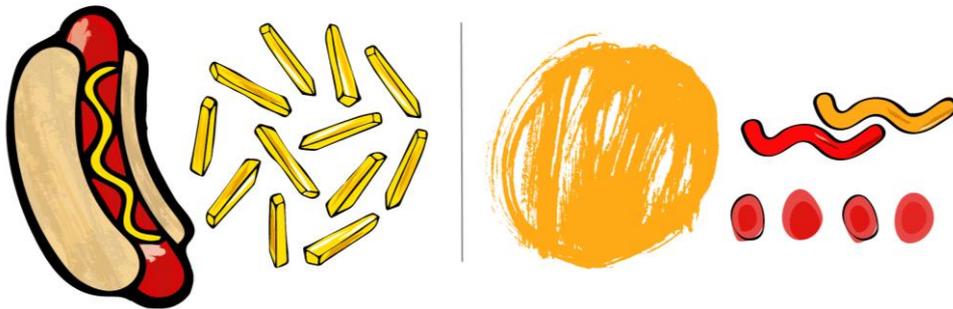


Figura 55: Motivos, elementos de ritmo e preenchimento da estampa Brebôte. FONTE: A autora, 2018

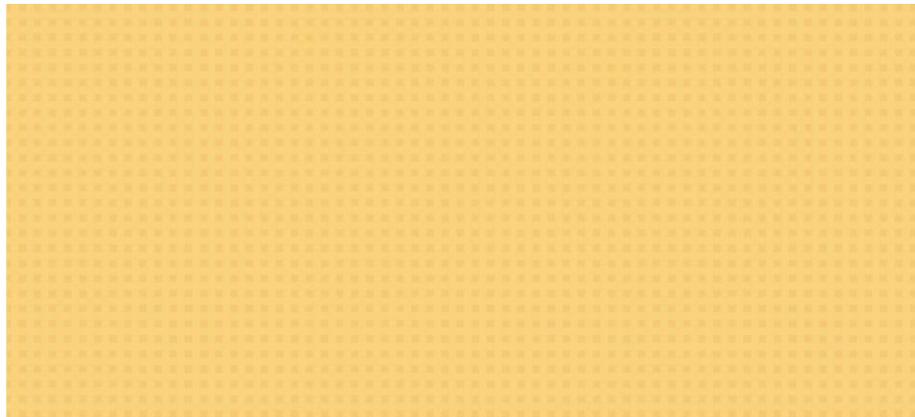


Figura 56: Plano de fundo da estampa Brebôte. FONTE: A autora, 2018



Figura 57: Módulo e estampa corrida da matriz Brebête. FONTE: A autora, 2018

A estampa Brebête, tanto a matriz quando a secundária, foi elaborada da mesma maneira, tendo ela um módulo retangular com formação 3x3 e seu sistema de repetição foi gerado no modelo tijolo por linha.

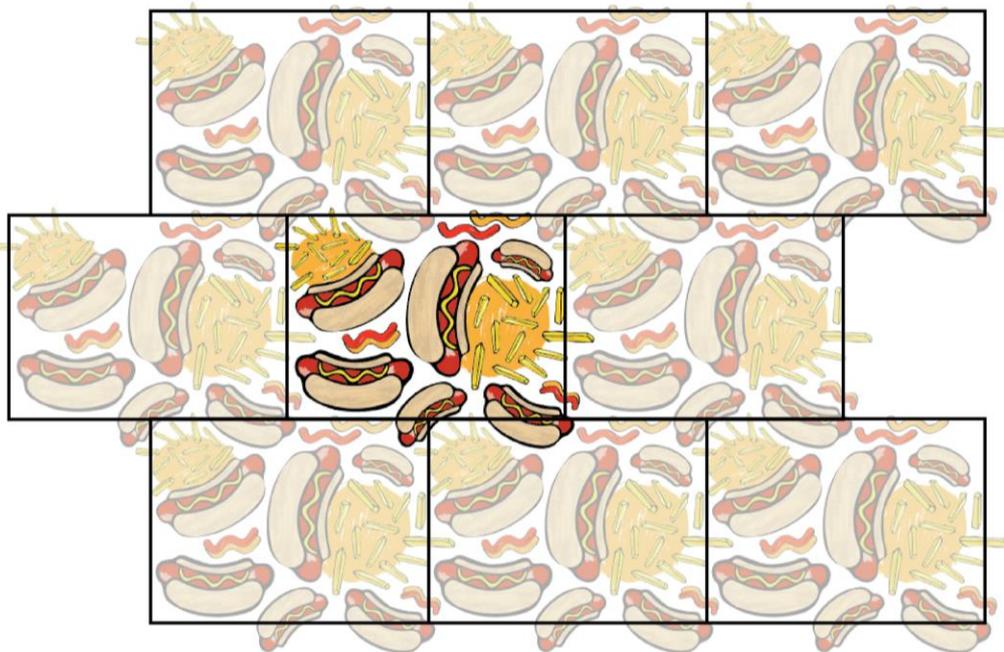


Figura 58: Grid modelo tijolo por linha da estampa Brebête. FONTE: A autora, 2018

BREBÔTE-Frito

A estampa secundária Brebôte-Frito contém o elemento da batata frita em diferentes tiras e rotacionadas em diversas direções, trazendo essa informalidade comum do comércio ambulante e deixando a estampa bastante dinâmica. Por ter um formato mais geométrico, o resultado final é de uma estampa mais moderna intercalada com manchas de molho em tom vermelho, contrastando com o amarelo dos elementos (figura 59).

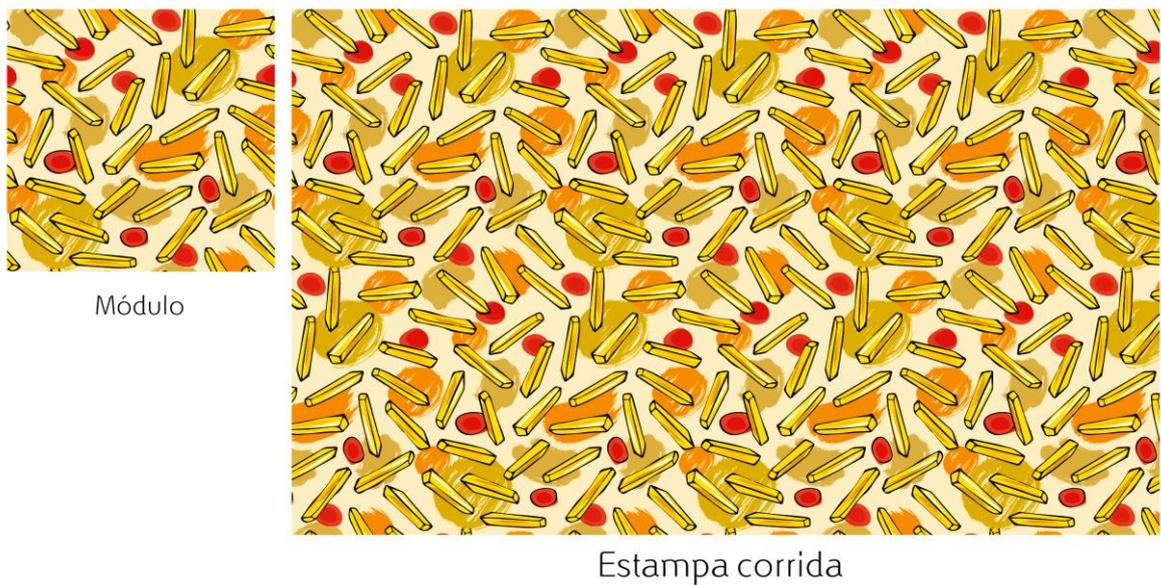


Figura 59: Estampa secundária Brebôte-Frito. FONTE: A autora, 2018

Com tons, ícones e construção de rapport igual ao da sua matriz, a Brebôte-Frito faz uso dos mesmos elementos, seguindo a linha de uma estampa dinâmica e com fundo em tom neutro como toda estampa que pertence ao grupo das secundárias.

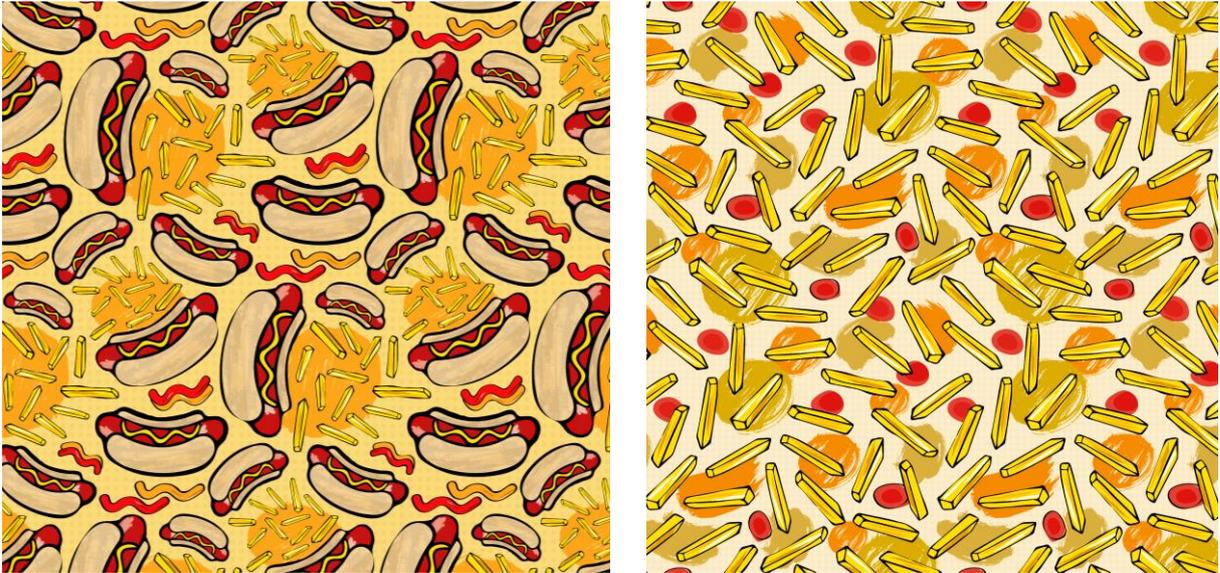


Figura 60: Estampa matriz Brebôte e estampa secundária Brebôte-frito. FONTE: A autora, 2018

ESTAMPA PIPÔCO

Temos Caldinho de peixe e camarão.

A estampa Pipôco tem como inspiração os anúncios de caldinhos ou o chamado sopão do bairro, bastante encontrados nos bairros caruaruenses (figura 61), em especial no Salgado e no São João da Escócia. A estampa traz explosões gastronômicas, como o próprio nome já diz, ela vem para pipocar, estourar e trazer barulhos ilustrativos na superfície em que é aplicada.

Repleta de caldeirões, fogo, tons quentes e bastante explosiva, a Pipôco traz elementos que correlacionam a ideia de pipocar com a ideia de altas temperaturas na cozinha. O elemento criado para gerar um maior movimento no rapport foram as labaredas irregulares com cores vivas representando o fogo das explosões, seguida dos motivos que são compostos por panelas e caldeirões.



Figura 61: Registro dos ícones caruaruenses com referência em caldinhos e botecos situada nos bairros do Salgado e São Francisco, respectivamente. REGISTRO: A autora, 2017

A estampa Pipôco faz uso das duas principais cores presentes no universo do vernacular que é o amarelo e o vermelho. Tais cores simbolizam o fogo e também trazem vivacidade ao material em que é usado, estimulando através do contraste vários elementos e formas. A estampa vem com 3 elementos principais: o caldeirão do caldinho, o splash simbolizando explosão e/ou fogo, e uma panela apenas em outline, vazada no brush para contrastar com o elemento de maior destaque que é o caldeirão em traço realista. Outros elementos foram acrescentados para simular as pinceladas e as paredes desgastadas pelo tempo, brush em círculo em tom mais claros, traços diversos na cor preta e plano de fundo com manchas discretas e irregulares foram usados para deixar a estampa mais texturizada, referenciando os ambientes dos caldinhos e sopas (figura 62 a 66).

						
C	19	34	11	2	0	0
M	87	73	49	14	12	0
Y	77	56	99	93	28	0
K	10	43	3	0	0	100

Figura 62: Escala cromática da estampa pipôco. FONTE: A autora, 2018

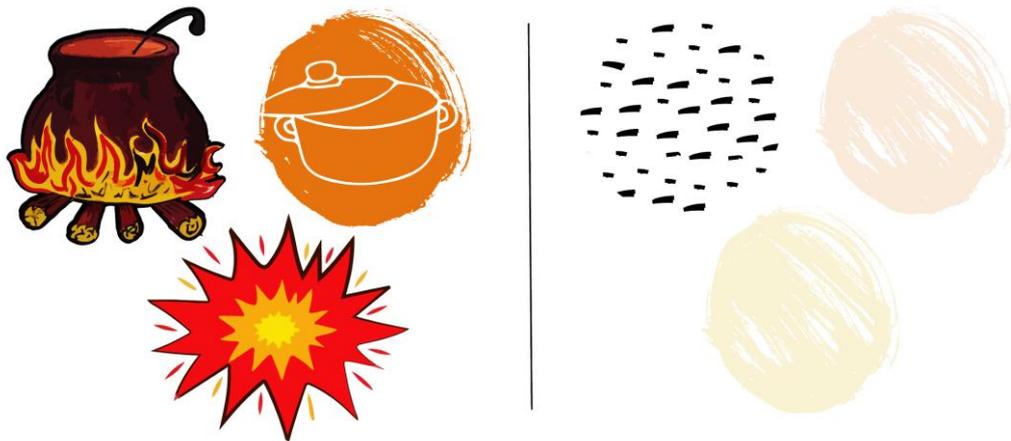


Figura 63 :Motivos, elementos de ritmo e preenchimento da estampa Pipôco. FONTE: A autora, 2018

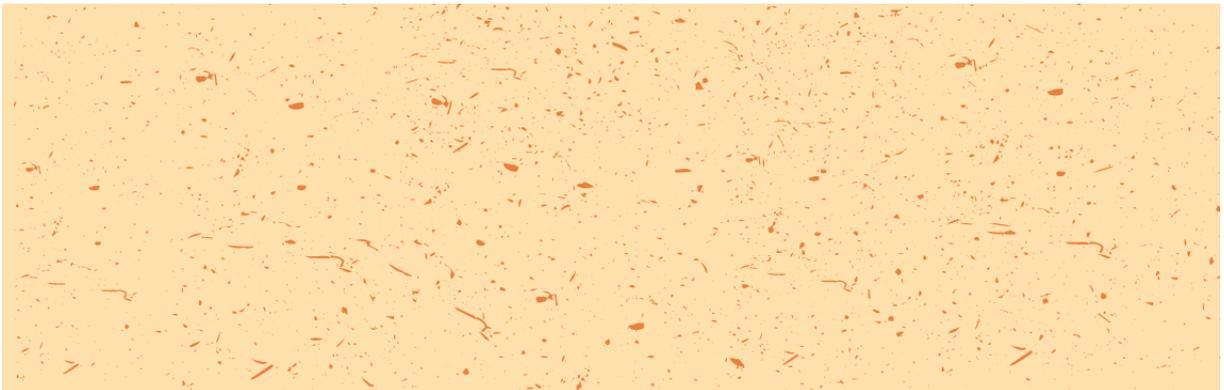


Figura 64: Plano de fundo da estampa Pípôco. FONTE: A autora, 2018



Módulo



Estampa corrida

Figura 65: Módulo hexagonal e estampa corrida da matriz Pipôco. FONTE: A autora, 2018

A estampa Pipôco, a matriz e sua secundária, foram elaboradas da mesma maneira, sendo montada em um módulo hexagonal por coluna com formação 3x3.

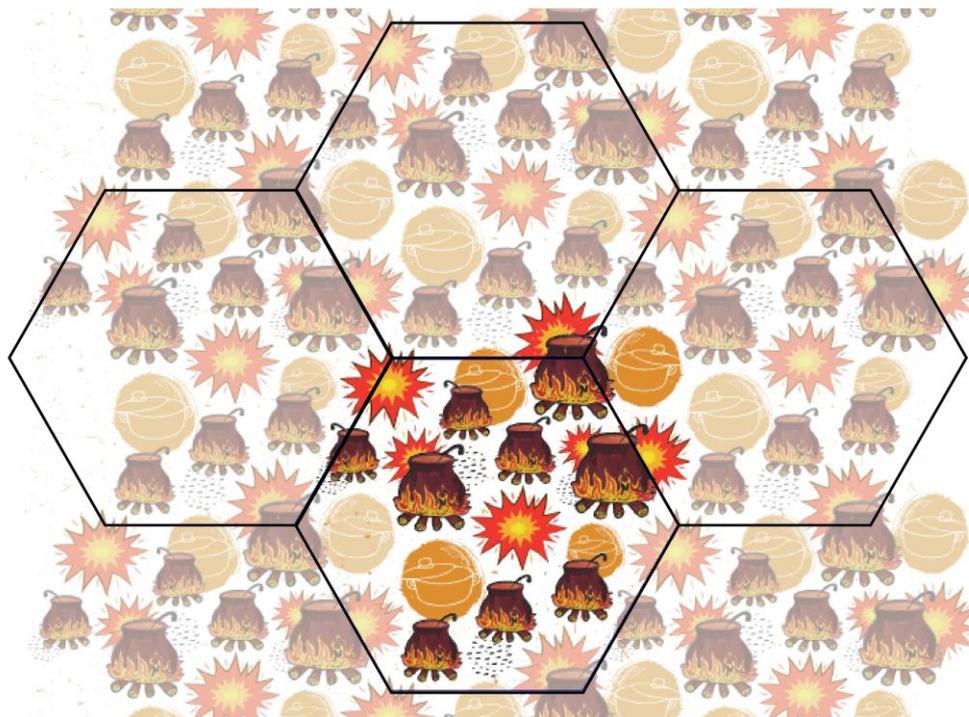


Figura 66: Grid Hexagonal por coluna da estampa Pipôco. FONTE: A autora, 2018

PIPÔCO-Fogareu

A estampa secundária Pipôco-Fogareu fez uso do ícone que simboliza a explosão do fogo em toda a extensão do seu rapport. O elemento tem efeito de splash se expandindo do amarelo claro até o vermelho intenso, além de se intercalar em menor dimensão na cor amarela compondo juntamente com o brush em círculo que vem sendo usada durante toda a coleção CRU. A Pipôco-Fogareu, como já foi mencionado, foi montada de acordo com a sua matriz em um módulo de formato hexagonal por coluna de dimensão 3x3 (figura 67). O resultado final traz uma estampa com estética vernacular bastante forte graças ao uso das cores e do traçado bastante agudo.



Figura 67: Módulo hexagonal e estampa corrida da estampa secundária Pipôco-Fogareu. FONTE: A autora, 2018

Ambas estampas usam elementos em comum, sempre trazendo na versão secundária uma superfície mais direcionada a um único tipo de ícone (figura 68). Sendo assim, a Pipôco-Fogareu traz o fogo e as explosões como principal elemento.



Figura 68: Estampa matriz Pipôco e estampa secundária Pipôco-Fogareu. FONTE: A autora, 2018

ESTAMPA BALEIRO

Bala, brigadeiro, bombom, confeito, cocada, sorvete, picolé e pirulito, nem todos os doces estão no baleiro, mas todo baleiro está repleto de doces. E a estampa baleiro tem como inspiração este objeto bastante usado para guardar doces presente nas vendas e mercadinhos do interior. Aqui vende-se dudu, sacolé ou din din, também se vende dez bolas de sorvete por um real. Aqui, a comida é doce.

Para trazer a paleta de cores da sorveteria e da vendinha do bairro (figura 69) e resgatar o ar da infância, a estampa Baleiro vem tão doce que é puro açúcar refletido em padronagens. O baleiro ganha ritmo com os pequenos doces coloridos, como a típica bala rosa de iogurt ou com o sorvete de morango que lembra a infância.



Figura 69: Ícones em uma sorveteria do bairro Petrópolis, Caruaru-PE.

REGISTRO: A autora, 2018

Com cores alegres (figura 70), a estampa Baleiro traz tons adjacentes ao vermelho como a cor coral ou o próprio rosa. Tal escolha ocorreu diante da temática mais lúdica a que o baleiro remetia. Quanto aos motivos (figura 71), a estampa dá um destaque maior ao sorvete tão consumido no Agreste pelo seu clima seco e quente e também traz o destaque para o pirulito por ser um doce muito compartilhado e vendido. Como todas as matrizes da coleção CRU, o plano de fundo dessa estampa traz uma textura que remete a casca do sorvete, aplicada de forma clara e discreta como elementos de 2º plano (figura 72). Algumas figuras-chave são aplicadas também na Baleiro para que toda a coleção converse entre si, sendo elas: as cores, as formas delineadas de preto e o traçado texturizado simulando pincel (figura 73).

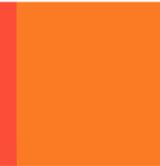
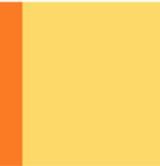
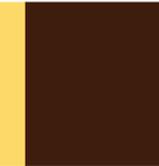
							
C	15	15	0	2	0	36	0
M	100	88	66	51	18	60	0
Y	77	67	62	75	52	79	0
K	44	11	0	0	0	55	100

Figura 70: Escala cromática da estampa. FONTE: A autora, 2018



Figura 71: Motivos, elementos de ritmo e preenchimento usado na estampa Baleiro.

FONTE: A autora, 2018



Figura 72: Plano de fundo da estampa Baleiro.

FONTE: A autora, 2018



Módulo



Estampa corrida

Figura 73: Módulo e estampa corrida da matriz Baleiro.

FONTE: A autora, 2018

Para a construção da última estampa da coleção CRU, a montagem do rapport da matriz e secundária teve como construção o módulo em repetição do tipo tijolo por coluna mantendo o formato 3x3 (figura 74) usado em todas as estampas anteriores.

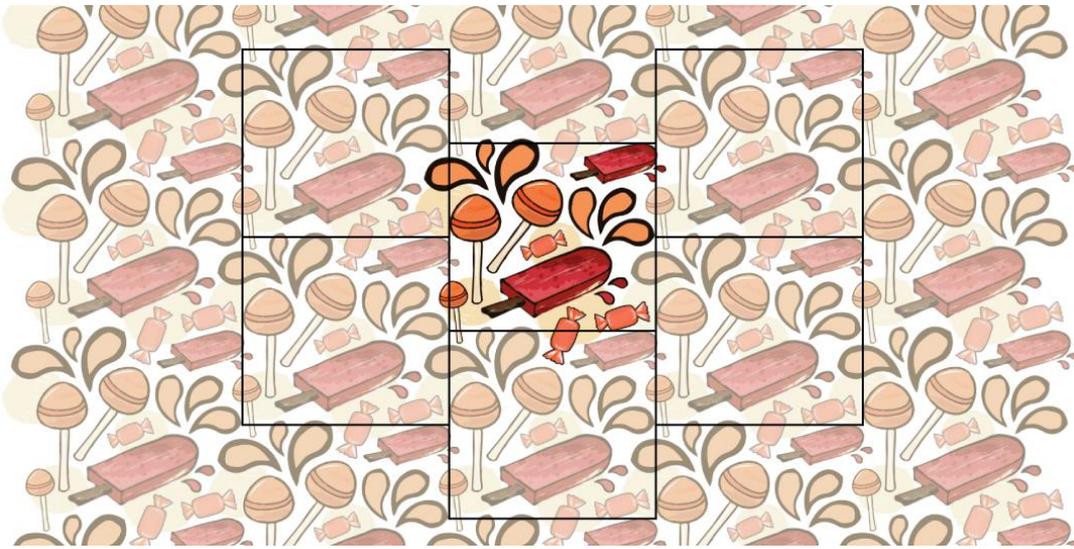


Figura 74: Grid modelo tijolo por coluna usado na estampa Baleiro

FONTE: A autora, 2018

BALEIRO- Gelado

O picolé faz parte da infância das crianças que vivem em localidades tão quentes como o Nordeste. A lembrança do picolé rosa do sabor artificial de morango está presente na estampa secundária Baleiro-Bala, trazendo tal referência no uso de cores saturadas. Aqui, a baleiro-Gelado trouxe o sabor do morango, já apresentado na sua estampa matriz, aplicando-a de forma diferente, mais dinâmica (figura 75). O tom de rosa escuro ajuda a preencher visualmente a superfície, além de se relacionar bem com sua matriz principal. Como todas as outras estampas secundárias, a Baleiro-Gelado seguiu o mesmo modelo do grid da sua matriz, tijolo por coluna, e fez uso dos círculo texturizados como elemento de segundo plano. O fundo permanece em tom neutro de bege, para dar maior destaque aos elementos/motivos da estampa.



Figura 75: Estampa secundária Baleiro-Gelado com módulo e estampa corrida.

FONTE: A autora, 2018

A última linha temática da coleção de estampas mostra que o tom rosa também pode se tornar forte, como o vermelho já aplicado em outros rapports na coleção. Além de remeter ao mundo do doce, as cores induzem o sabor dos objetos estampados e criam uma narrativa para quem a observa (figura 76).

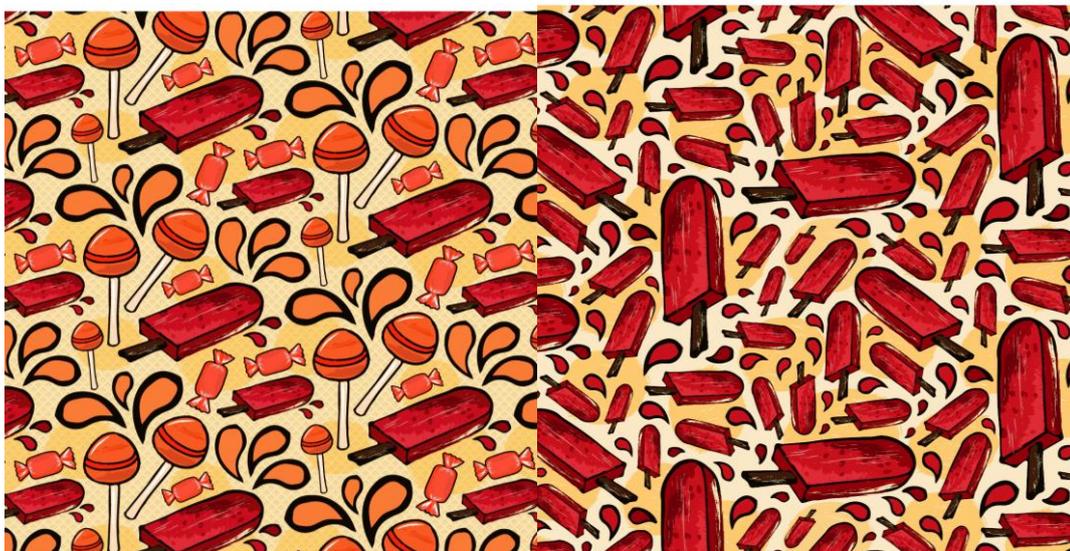


Figura 76: Matriz Baleiro e secundária Baleiro-Gelado.

FONTE: A autora, 2018

5.3.4 Aplicações

A fim de melhor apresentar esta coleção de estampas, foram simulados em alguns produtos de artigos de cozinha as possíveis aplicações dos padrões. Lembrando que, apesar de esta pesquisa ter como foco a aplicação em artigos de cozinha, o uso dessas estampas não se limita apenas a esses produtos, podendo ser aplicável a demais superfícies.

A coleção foi pensada para abranger produtos que sejam utilizados com uma maior frequência no ambiente da cozinha, dessa forma foram selecionados para a criação: prato, jogo americano e avental.

- **Pratos**

Os pratos feitos de cerâmica passaram por um processo de alta temperatura com a impressão em forno 3D a fim de fixar as estampas em suas superfícies. Esse método é bastante utilizado para estampar azulejos e porcelanas de área irregular, visto que esses tipos de materiais suportam bem as altas temperaturas. O modelo utilizado para este protótipo foi o prato raso de tamanho médio na cor branca como pode ser visto na figura 77.



Figura 77: Prato raso usado na coleção. REGISTRO: A autora, 2018.

- **Avental**

Desenvolvido em tecido sintético, 100% poliéster duplo, o avental foi impresso por meio do processo de sublimação, ou seja, a estampa é transferida do papel para o tecido através de altas temperaturas e pressão. O modelo do avental (figura 78) tem modelagem simples, sem bolso, com tiras para amarração e com acabamentos em viés.



Figura 78: Simulação da coleção de aventais CRU, com uso das estampas Brebôte-Frito, Baleiro-Gelado e Pipôco-Fogaréu. FONTE: A autora, 2018

- **Jogo americano**

Por ser prático, o jogo americano é muito utilizado a mesa, sendo assim foi acrescentado a esta coleção um modelo retangular simples com bordas arredondadas (Figura 79). A peça foi montada em tecido 100% poliéster, acabamento em viès, costuras verticais e horizontais em toda sua extensão e com dimensão de 24 x 40cm. O jogo americano acompanha os pratos que foram desenvolvidos sendo usado como suporte para os talheres e louças, contendo um layout que complementa a estampa principal.

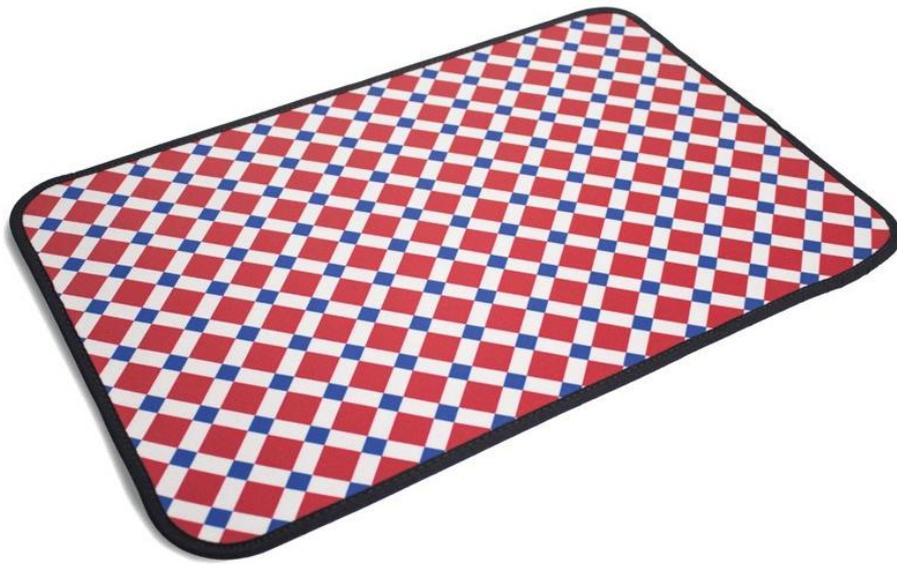


Figura 79: Modelo de jogo americano semelhante ao utilizado na coleção CRU.

FONTE: <https://goo.gl/pfQLiQ> | Acessado em 2018.

6 RESULTADOS DA COLEÇÃO CRU

O intuito dessa aplicação da coleção CRU em peças físicas foi mostrar que é possível agregar um pouco do design a utensílios do cotidiano se valendo de uma estética aparentemente rústica e conhecida pelo seu pouco requinte visual. Nas imagens a seguir (figura 80 a 82) temos o resultado final das peças da coleção CRU, com aplicações reais de algumas das oito estampas criadas.



Figura 80: Aplicações das estampas secundárias em pratos de cerâmica. Estampas: Pipôco-Fogareu, NoKilo-bananada e Brebôte-Frito. FONTE: A autora, 2018



Figura 81: Avental com aplicação da estampa matriz NoKilo. FONTE: A autora, 2018



Figura 82: Jogo americano com estampa localizada complementando as estampas da coleção CRU. FONTE: A autora, 2018

7 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como resultado uma coleção de estampas inspirada na iconografia vernacular da cidade de Caruaru. A análise deste universo só foi possível graças a uma pesquisa de campo exploratória em cerca de 50% do município caruaruense, priorizando áreas mais populosas de acordo com que entravam até para os números do IBGE (2010).

Todo o levantamento de base teórica acrescentou e enfatizou ainda mais a necessidade do desenvolvimento deste projeto de pesquisa, visto a dificuldade em encontrar estudos na área focados no interior de Pernambuco

Este trabalho seguiu uma linha paralela ao que já vem sendo desenvolvido com relação às produções vernaculares, tendo como foco os elementos pictóricos vernaculares presentes na paisagem urbana da cidade. Tais figuras ilustrativas foram fotografadas, divididas em grupos temáticos e assim foi possível ver o quanto Caruaru tem elementos, ícones e figuras a serem explorados no universo popular.

Em dois dias de registros foram feitas mais de 80 imagens com diversos elementos e, na presença dessa vasta produção, foi necessário sintetizar e buscar os elementos essenciais para o processo criativo das estampas, por meio de seleção dos principais ícones que a coleção contemplaria.

A coleção CRU surgiu dessa necessidade de estampar, literalmente, tais elementos encontrados nas ruas de Caruaru, buscando trazer um recorte de tudo que foi visto para dentro de 8 estampas com temáticas que cada uma delas carregam. Além de cumprir com os objetivos propostos de mapear os letreiros populares e conseqüentemente construir um banco de imagens com registros analisados, tendo ao final o desenvolvimento de produtos de design com a estética vernacular caruaruense.

Diante do exposto, temos como possíveis desdobramentos futuros: (1) a reprodução das estampas em outros produtos passíveis de vendas em pontos centrais da cidade de Caruaru e também das regiões vizinhas; (2) A elaboração de mais estampas diante da grande quantidade de ícones encontrados, e geração de novas possibilidades de aplicações em roupas, cadernos e móveis, abrangendo, assim, outras ênfases do Design, dando continuidade ao projeto; (3) Continuar os

estudos sobre a temática desenvolvendo materiais acadêmicos que sirvam de novas fontes para estudos na área.

Deste modo, pode-se concluir que o trabalho projetual cumpriu com o propósito aqui exposto e trouxe um resultado que mostrou o quanto a produção vernacular caruaruense é vasta e bastante importante na comunicação e na manifestação da arte popular. Graças a essas criações foi possível gerar produtos que podem ser perpetuados e desdobrados em diversos projetos futuros que também tratem da temática do vernacular como foco da pesquisa, dando, assim, continuidade a um conteúdo que trata da junção de dois temas muito importantes que são a Cultura e o Design.

REFERÊNCIAS

AMORIM, Rafaela Vidal. Amorim. **Corpore : desenvolvimento de uma coleção de superfícies aplicando técnicas criativas do dada e do surrealismo**. 2017. 108f. Universidade Federal de Pernambuco - CAA, Caruaru, 2017.

AYALA, Marcos & AYALA, Maria Ines Novais. **Cultura popular no Brasil**. São Paulo: Ática, 2003.

BARACHINI, Teresinha. **Design de Superfície: uma experiência tridimensional**. Arqtextos, São Paulo, ano 16, n. 185.06, Vitruvius, out. 2015. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arqtextos/16.185/5790>>. Acesso em: 05 nov. 2015.

BORGES, A. (2012). **Design + artesanato: o caminho brasileiro**. São Paulo Terceiro nome, 2012

CARDOSO, F. **As dimensões do design gráfico vernacular: uma introdução dos letreiros pintados à mão**. *Textos escolhidos de Cultura e Artes Populares*, vol. 2, n. 2, Rio de Janeiro, 2005

CARDOSO, F. **Universo Simbólico do design gráfico vernacular**. Rio de Janeiro, 2010. 188f. Tese (Doutorado), Rio de Janeiro, 2010

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

CARDOSO, R. **Uma introdução à história do design**. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.

DEAN, Darron. **“A Slipware Dish by Samuel Malkin: Na Analysis of Vernacular Design”**. Em *Journal of Design History*, vol. 7, n° 3, Londres, 1994.

DONES, V. L. (2004). **As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica**. Anais do P&D Design 2004. FAAP: São Paulo.

FARIAS, Priscila. In: **Calendário “A Arte Tipográfica de Seu Juca & Fragmentos Vernaculares”**. Recife, Congresso da SBDI, setembro, 2003.

FINIZOLA, F. **Panorama tipográfico dos letreiramentos populares: um estudo de caso na cidade do Recife**. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2015.

FINIZOLA, Fátima; COUTINHO, Solange. **“Em busca de uma classificação para os letreiros populares”**. 2009

FINIZOLA, Fátima. **Tipografia vernacular urbana: uma análise dos letreiramentos populares**. Blucher, 2010.

FREITAS, Renata Oliveira Teixeira de. **As Ações Comunicacionais Táteis no Processo de Criação do Design de Superfície**. 2009. 115 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Comunicação e Semiótica, Comunicação, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP, São Paulo, 2009.

GUIMARÃES, Vinicius; LESSA, Washington Dias. **Tipografia pintada no Centro do Rio de Janeiro. Estudos em Design | Revista (online)**. Rio de Janeiro: v. 21. 2013

GLAUBER, Barbara (org.). **Lift and Separate: Graphic Design and the “Vernacular”**. Nova York: Herb Lubalin Center of Design and Typography, 1993.

GRUSZYNSKY, A. C. **Design Gráfico: do invisível ao ilegível**. Rio de Janeiro: 2ab, 2000.

HELLER, Steven & THOMPSON, Christine. **Letterforms Bawdy Bad & Beautiful: the Evolution of Hand-Drawn, Humorous, Vernacular and Experimental Type.** Nova York: Watson-Guption, 2000.

LUPTON, E. (1996). **Mixing messages: graphic design in contemporary culture.** New York: Princeton Architectural Press.

NORONHA, Raquel Gomes. **O papel do designer e a produção do sentido na construção de iconografias.** In: BRASIL, Marcus Ramúsy de Almeida. (Org.). *A imagem na idade média: mediações na imagem e o popular contemporâneo.* São Luís: EDUFMA, 2010.

MACHADO, Arlindo. **O quarto iconoclasmo e outros ensaios hereges.** Rio de Janeiro: Rios Ambiciosos, 2001.

MEGGS, Philip. 2009. **História do Design Gráfico.** Cosac & Naify. 720p

MELO, Chico Homem de; RAMOS, Elaine (orgs.). **Linha do tempo do design gráfico do Brasil.** São Paulo: Cosac Naify, 2011.

MICHAELIS. **Dicionário Escolar Língua Portuguesa.** Nova Ortografia conforme o Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa, 3ª ed. São Paulo: Editora Melhoramentos, 2009.

MONTEIRO, D. Salles. **Catálogo de Clichês / D. Salles Monteiro;** apresentação Plínio Martins Filho. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas.** São Paulo: Martins Fontes, 2000.

PANOFSKY, Erwin. **Significado nas artes visuais.** São Paulo: Perspectiva, 2004.

RAPOPORT, Amos. **“A framework for studying vernacular design”**. Em Journal of Architectural and Planning Research, vol.16, nº 1, Chicago, 1999.

Rojas, L. Soto, J. (2001). **Resumen proyecto rescate de tipografias urbano populares chilenas**. Disponível em: <<http://www.tipografia.cl>>. Acesso em: 30 nov. 2016.

RUBIMDisponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/haus/decoracao/renata-rubim-mostra-a-arte-que-se-faz-na-superficie/>> Acesso em: 29 ago. 2017.

TWYMAN, Michael. 1986. *Articulating graphic language: a historical perspective*. In: WROLSTAD, Merald E.; FISCHER, Dennis F. (Eds.). *Toward a new understanding of literacy*. New York: Praeger Publishers.

SANTOS, Leonardo Victor Chaves. **Fonte Geno: desenvolvimento de uma tipografia digital a partir da análise dos letreiros populares de Seu Geno**, Caruaru, 2016.

SAMPAIO, Mariana. **Letreiros populares do Recife: uma análise dos seus aspectos semânticos e morfológico**, Recife, 2012.

SCHWARTZ, Ada Raquel Doederlein. Design de superfície: por uma visão projetual geométrica e tridimensional. 2008. 200 f. Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual Paulista, Faculdade de Arquitetura, Artes e Comunicação, 2008. Disponível em: <<http://hdl.handle.net/11449/89726>>.

TEMIN Roberto: **A transformação da Tecnologia do Design Gráfico**, São Paulo, 2015, 119p.

VILLAS-BOAS, A. **O que é [e o que nunca foi] design gráfico**. 5ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.

VINACCIA, Giulio. **Elementos da iconografia do Mato Grosso do Sul**. Campo Grande: Sebrae/MS, 2002.

<https://www.ibge.gov.br/estatisticas-novoportal/sociais/populacao/9662-censo-demografico-2010.html?=&t=resultados>

APÊNDICE A – PAINEL DE FOTOS



