



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

JOÃO PAULO SOARES DA SILVA

A TIPOGRAFIA VERNACULAR DA CIDADE DE CARUARU: desenvolvimento de
uma série de letreiramentos de inspiração popular

Caruaru
2022

JOÃO PAULO SOARES DA SILVA

A TIPOGRAFIA VERNACULAR DA CIDADE DE CARUARU: desenvolvimento de
uma série de letreiramentos de inspiração popular

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso de
Design do Campus Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco –
UFPE, na modalidade de monografia,
como requisito parcial para a obtenção do
grau de bacharel em Design.

Área de concentração: Design
Vernacular

Orientadora: Profa. Dra. Luciana Lopes Freire

Caruaru

2022

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

Silva, João Paulo Soares da.

A tipografia vernacular da cidade de Caruaru: desenvolvimento de uma
série de letreiramentos de inspiração popular / João Paulo Soares da Silva. -
Caruaru, 2022.

89 : il.

Orientador(a): Luciana Lopes Freire

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de
Pernambuco, Centro Acadêmico do Agreste, Design, 2022.

1. Projeto gráfico (tipografia). 2. Desenho de letras. 3. Tipografia
vernacular. 4. Método. I. Freire, Luciana Lopes. (Orientação). II. Título.

740 CDD (22.ed.)

JOÃO PAULO SOARES DA SILVA

A TIPOGRAFIA VERNACULAR DA CIDADE DE CARUARU: desenvolvimento de
uma série de letreiramentos de inspiração popular

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Coordenação do Curso de
Design do Campus Agreste da
Universidade Federal de Pernambuco –
UFPE, na modalidade de monografia,
como requisito parcial para a obtenção do
grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 24/08/2022

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Luciana Lopes Freire (Orientadora)
Universidade Federal de Pernambuco

Me. Eduardo de Oliveira Moreira (Examinador Interno)
Universidade Federal de Pernambuco

Profa. Dra. Maria de Fátima Waechter Finizola Santana (Examinadora Interna)
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Gostaria de começar agradecendo a minha mãe Maria Soares ou como dizemos aqui no Nordeste a minha “mainha”, que mesmo sem compreender bem o que é design me apoiou em todos os sentidos e que por muitas vezes me falou palavras duras, porém que serviram de energia para a minha trajetória na universidade. Quero agradecer de todo o meu coração ao meu pai Otávio Joaquim, meu “Ternurinha” que mesmo com as suas limitações sempre teve um olhar otimista sobre mim e jamais me julgou, pelo contrário sempre esboçou um sorriso quando eu precisei e sempre acreditou em mim, pela sua simplicidade e humildade eu sempre vou te amar. Quero ser grato também ao meu primo Reginaldo, carinhosamente chamado de “Ditinho”, que olhou para mim enxergando um futuro cheio de luz e que me apoiou na época do cursinho, jamais esquecerei a sua generosa ajuda. Não posso esquecer-me de agradecer a Jaelson e a seu filho Victor Lucas que no início da minha jornada na UFPE me apoiaram com muito carinho.

Preciso também agradecer as minhas tias Lora e Lia que me deram muito carinho e apoio quando mais precisei. Também não posso esquecer os meus irmãos Fernando, Jorge Luiz e Mônica. E, dos meus sobrinhos que também fizeram parte dessa história.

Muito obrigado ao meu grande amigo Eduardo Oliveira que esteve comigo desde a adolescência compartilhando histórias lindas, meu parceiro do design, das letras, dos games, da vida como um todo, de tantos momentos em que dividimos as dificuldades e conquistas, você é muito especial para mim. Gostaria de agradecer também as minhas amigas maravilhosas que a UFPE me presenteou: Neidinha que esteve sempre ao meu lado com sua determinação, energia, carinho e amor; Taísa, como minha amiga irmã repleta de luz que o universo meu deu, nunca vou esquecer o tempo que você e a sua mãe Nalva (in memoriam) me acolheram na sua casa com muita ternura, amo vocês; Yalla, como posso esquecer nossos momentos lindos que dividimos apartamento? Quantas aventuras minha amiga, amo-te. E tantos outros amigos que ganhei por lá, que também estão no meu coração.

Gostaria de agradecer aos professores da UFPE-CAA que apesar das dificuldades carregavam consigo a paixão de nos ensinar e nos inspirar. Alguns professores se tornam muito mais que um orientador, sou imensamente grato à professora Luciana Freire que se tornou uma irmã, uma mentora com o coração

mais lindo que já vi, que nunca deixou faltar um bom café, uma coca-cola bem gelada e muitas outras comidinhas gostosas. Lu gata, amo-te e nunca vou esquecer nossos momentos incríveis, as nossas risadas, toda a ajuda que você sempre me deu e a fé que você deposita em mim. Não posso esquecer-me de agradecer à professora Glenda Cabral, que possui um nível de empatia e amor imenso, obrigado de coração minha amiga irmã por acreditar em mim até mesmo quando eu não acreditava, sempre vou lembrar-me do seu sorriso e do seu abraço afetuoso, você é inspiração para mim, amo-te. Para encerrar o ciclo de professoras, quero agradecer à Rosângela Vieira por ter me feito amar as letras e o design gráfico, por ser tão dedicada e ensinar com muito amor, você mudou a minha vida, obrigado por tudo. E também gostaria de agradecer do fundo do meu coração à professora Fátima Finizola que mesmo sem me conhecer me acolheu com carinho e também me inspirou no desenvolvimento desta monografia com o seu olhar sensível e como amante das letras populares, obrigado por criar em mim esse mesmo olhar atento e afetuoso às letras do nosso cotidiano, da nossa Caruaru.

Quero agradecer, do fundo da minha alma, à amiga e irmã que a vida me deu Emília Moreira por todo amor, paciência e carinho, por segurar a minha mão nos momentos mais sombrios de medo e insegurança, sem você eu não teria conseguido chegar tão longe, sem as nossas noites de alegrias, desabafos, filmes, séries, pipocas e tantos outros momentos especiais eu não teria força para viver. Você, seu marido Anderson Santos, sua filha Isabel, sua mãe Socorro e nosso amigo Reginaldo são essenciais para mim, amo vocês.

Por último, quero agradecer ao meu namorado e amor da minha vida Joaquim por ser minha inspiração máxima, por estar ao meu lado em todos os momentos, pelas palavras tão sábias, por me acalmar e principalmente por acreditar tanto em mim, eu te amo muito e você é o pilar principal da minha vitória. Não posso deixar de agradecer também ao nosso eterno presidente Luiz Inácio Lula da Silva, por ter investido na interiorização das Universidades públicas no Nordeste, eu e milhares de estudantes somos frutos de uma esperança plantada em 2006, somos filhos de uma pátria educadora, de um sonho que só foi possível através do olhar sensível de quem veio da classe trabalhadora, somos a prova viva que o amor sempre vence.

Pessoas que desenhavam costumavam enxergar mais formas do que pessoas que não desenhavam. Talvez seja esta a tarefa do desenho/desenhista dentro de uma nova ordem: redescobrir os desenhos e ajudar o mundo a enxergá-los. (TIBURI e CHUÍ, 2010)

RESUMO

Observando que *lettering* é uma categoria recente dentro do campo da tipografia é possível explorar suas possibilidades de aplicações de forma criativa. Essa monografia objetivou desenvolver uma série de letreiramentos dentro de um projeto de design gráfico obtendo como referência a tipografia vernacular presente na paisagem urbana de Caruaru. Para atingir os objetivos dessa pesquisa foi importante aplicar o uso de método combinado de produção de *lettering* com processo de design adaptado para esse trabalho. Assim como, foi elaborada uma análise da tipografia vernacular registrada no intuito de criar um alfabeto popular que serviu como base para o desenho e a composição dos letreiramentos no projeto final. Por fim, obtiveram-se discussões sobre o processo de criação dos cartazes.

Palavras-chave: *lettering*; design gráfico; letreiramento popular; tipografia vernacular; método.

ABSTRACT

Observing that Lettering is a recent category within the typography field, It is possible to explore its application possibilities in a creative way. This research aimed to develop a lettering series within a graphic design project, referencing the vernacular typography found in the urban landscape of Caruaru. To achieve the objectives of this research, it was important to apply and combine a methodology of lettering design with a design process, adapted them and apply them to the general purpose of this research. An analysis of the registered images of the vernacular typography was also carried out to create a popular alphabet that served as a foundation for the design and composition of the final project. Finally, it was possible to obtain important points and discussions about the process involved in designing the posters.

Keywords: lettering; graphic design; popular lettering; vernacular typography; method.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 -	Tipografia, caligrafia e letreiramento.....	19
Figura 2 -	No lado esquerdo a construção de um letreiramento de modo formal, lado direito letreiramento informal.....	25
Figura 3 -	Tipos de construção: contínua, descontínua, modular, amorfa e com referência a ferramenta.....	30
Figura 4 -	Aspectos formais: tratamento das curvas, retas e formato das hastes.....	30
Figura 5 -	Elementos que influenciam na proporção dos tipos: largura e relação da altura-x versus linha da caixa-alta.....	31
Figura 6 -	Diferentes graus de contraste - nenhum, médio, alto, exagerado; e diferentes inclinações de eixo: ausente, vertical e oblíqua.....	31
Figura 7 -	Variações de peso: light, regular e bold.....	31
Figura 8 -	Variações de serifas e terminais inferiores e superiores.....	32
Figura 9 -	Alguns caracteres-chave úteis na distinção de fontes tipográficas.....	32
Figura 10 -	Alguns recursos ornamentais; contorno, 3D, textura, decoração interna.....	33
Figura 11 -	Tipos de letreiramentos populares quanto à sua autoria: não especialista, especialista e autoral.....	34
Figura 12 -	Classificação dos letreiramentos populares quanto à sua forma de representação da linguagem gráfica verbal: base caligráfica, tipográfica e desenhada.....	35
Figura 13 -	Classificação dos letreiramentos populares quanto aos seus atributos formais (em ordem): amadoras, quadradas, serifadas, cursivas, gordas, grotescas, caligráficas, fantasia e expressivas.....	36
Figura 14 -	Diagrama com síntese da classificação dos letreiramentos populares e a definição dos seus critérios baseados na classificação de Fátima Finizola.....	37
Figura 15 -	Etapas do processo de design.....	39

Figura 16 -	Etapas do processo de lettering.....	42
Figura 17 -	Esquema de comparação e combinação dos processos de design e lettering.....	44
Figura 18 -	Etapas da metodologia de criação de lettering proposta por Maritan e adaptada ao projeto dessa pesquisa.....	45
Figura 19 -	Jules Chéret – “Paris dançando no Merry Moulin Rouge” (1890) e “Théâtrophone” (1890).....	48
Figura 20 -	Henri de Toulouse-Lautrec “Moulin Rouge: La Goulue” (1891) e Pierre Bonnard – “Cartaz publicitário França Champagne” (1891).....	48
Figura 21 -	William Morris "Tree of Life".....	50
Figura 22 -	Cartaz "I want you for U.S. Army".....	51
Figura 23 -	Cartazes poloneses em ordem: Kanal, de Jan Lenica (1956) - The man with the golden key, de Hubert Hilscher (1957) - Sunset Boulevard, de Waldemar Swierzy (1957) - Roman holiday, de Jerzy Flisak (1959) - Me and the Coronel, de Eryk Lipinski (1961) - L'Avventura, de Jan Lenica (1962) - Cat Ballou, de Wiktor Gorka (1967) - The fireman's ball, de Jerzy Flisak (1968).....	52
Figura 24 -	Cartazes da Carga Máxima.....	53
Figura 25 -	em ordem: Vernaculando – cartaz de divulgação de oficina de tipografia vernacular; filezin – cartaz para mostrar lançamento da “Filezin” e seus caracteres; contexto – cartaz para mostrar lançamento da “Contexto” e suas letras.....	54
Figura 26 -	Cartaz do “24º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira” (2010).....	55
Figura 27 -	Cartaz de divulgação show Bacalhau SRC para o evento musical “Barbada” (2016).....	56
Figura 28 -	Resumo da análise de similares dos cartazes baseado em Maritan (2019).....	57
Figura 29 -	Síntese do registro dos letreiramentos populares de Caruaru..	59
Figura 30 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 1.....	60

Figura 31 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	60
Figura 32 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	61
Figura 33 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	61
Figura 34 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	62
Figura 35 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	62
Figura 36 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	63
Figura 37 -	Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2.....	63
Figura 38 -	Escolha da referência do letreiramento de classificação caligráfica.....	65
Figura 39 -	Diagrama com síntese da análise de referência e seus atributos formais adaptado de Moreira (2016).....	66
Figura 40 -	Alfabeto caligrafado e desenhado pelo autor a partir dos estudos da referência vernacular.....	67
Figura 41 -	Alfabeto "Caliru" desenhado a partir da análise da referência tipográfica vernacular de Caruaru pelo autor.....	68
Figura 42 -	Painel Visual com referência de letreiramentos (lettering).....	70
Figura 43 -	Processo de brainstorming e definição dos conceitos.....	72
Figura 44 -	Esquema com frases selecionadas para os cartazes.....	73
Figura 45 -	Esboços do grid de construção dos cartazes.....	75
Figura 46 -	Miniaturas com estudos de composição dos letreiramentos....	76
Figura 47 -	Esboço do cartaz 1 e suas linhas guias.....	77
Figura 48 -	Esboço do cartaz 2 e suas linhas guias.....	78
Figura 49 -	Esboço do cartaz 3 e suas linhas guias.....	79
Figura 50 -	Paleta de cor dos cartazes selecionada a partir da imagem de referência.....	79
Figura 51 -	Cartaz 1 - Caliru uma tipografia vernacular de Caruaru.....	81

Figura 52 -	Cartaz 2 - Na feira de Caruaru tem letras pra gente ver.....	82
Figura 53 -	Cartaz 3 - Valorize os letramentos populares de Caruaru....	83
Figura 54 -	Simulação de aplicação dos três cartazes na mesma parede..	84

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO.....	14
1.1	OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS.....	17
1.2	JUSTIFICATIVA.....	17
2.	CONCEITOS BÁSICOS.....	19
2.1	TIPOGRAFIA.....	19
2.2	CALIGRAFIA.....	21
2.3	LETREAMENTO (<i>LETTERING</i>).....	23
2.4	TIPOGRAFIA VERNACULAR.....	25
2.4.1	Os atributos formais: os aspectos intrínsecos e extrínsecos ao desenho tipográfico.....	29
2.4.2	Classificação dos letramentos populares.....	33
3.	METODOLOGIA.....	38
3.1	METODOLOGIA PARA PROJETO DE DESIGN GRÁFICO AMBROSE E HARRIS (2011).....	39
3.2	PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE LETTERING HISCHE (2015).....	41
3.3	COMBINAÇÃO DOS PROCESSOS DE DESIGN E LETTERING PROPOSTA POR MARITAN (2019).....	43
3.4	METODOLOGIA PROJETUAL.....	46
3.4.1	Definir.....	46
3.4.2	Pesquisar.....	47
3.4.3	Gerar ideias.....	71
3.4.4	Testar e seleccionar.....	76
3.4.5	Implementar.....	84
3.4.6	Aprender.....	85
4.	CONCLUSÃO.....	87
	REFERÊNCIAS.....	88

1. INTRODUÇÃO

No contexto atual em que vivemos a tipografia acaba fazendo parte do nosso dia a dia, comunicando ideias e se expressando artisticamente, seja num anúncio na TV, num outdoor, numa fachada de uma loja, numa embalagem de biscoito, num relatório, num cartaz ou até mesmo na tela do próprio celular. Através da tipografia podemos mergulhar em diversos segmentos de investigação e prática, suas principais categorias são: tipografia, caligrafia e letreiramento.

Tipografia corresponde à criação de alfabetos completos, salvos como fontes e que são um sistema modular com letras que trabalham de modo harmônico, adquirindo significado e conotação por meio do uso combinado (FLOR, 2021). Caligrafia possui uma conotação mais artística que depende da espontaneidade do gesto manual, movendo-se num determinado tempo e espaço com uso de diferentes ferramentas em estilos de escritas específicas (Ibid, 2021). Letreiramento (nessa monografia denominaremos letreiramento como o termo em português da palavra inglesa *Lettering*, já que há um consenso entre autores para o uso do termo “letreiramento”) é compreendido como uma expressão tipográfica única, customizada para uma aplicação específica, combinando formas e elementos gráficos para transmitir uma certa mensagem ou atributo, sendo que o uso das letras é limitado à aplicação para qual foi desenvolvida (Ibid, 2021, p.13).

Após apontarmos as categorias principais da tipografia, foi proposto a essa pesquisa seguir pelas vertentes da tipografia vernacular e do letreiramento. Tipografia Vernacular é entendida como uma representação gráfica da escrita elaborada por indivíduos que estão à margem da prática formal do design. Para reforçar o conceito de vernacular a autora Finizola (2010, p. 30) mostra que o termo é empregado para definir aqueles artefatos autênticos da cultura de determinado local, que de modo geral são produzidos à margem do design oficial. Portanto, o design que possui influência do vernacular carrega as tradições culturais de cada povo, transmitidas de modo informal e geração após geração. É interessante elucidar que Tipografia Vernacular e Tipografia Popular possuem a mesma conotação, porém conforme Eller (2014) há uma conformidade que o uso vernacular é mais frequente entre os autores da área. Portanto, será adotado aqui o termo tipografia vernacular.

As manifestações tipográficas populares utilizam-se de técnicas manuais e têm como característica principal a apropriação do seu contexto de inserção. Essas manifestações tipográficas surgem, inicialmente, em qualquer local onde exista uma demanda de comunicação. (MARTINS, 2007, p. 25)

As tipografias vernaculares observadas para esta pesquisa foram captadas no período de janeiro de 2022 na cidade de Caruaru, no interior do estado de Pernambuco, uma cidade com aproximadamente 370.000 habitantes segundo dados do IBGE, onde a cultura do artesanato, da feira, do forró e do cordel são ricas, expressivas e marca registrada da região.

O outro tema principal abordado na pesquisa é o letreiramento (*lettering*), que cada vez mais se torna popular no cenário das redes sociais, publicidade, projetos de design e também como hobby, justamente pelo seu caráter artístico e encantador. Do mesmo modo, a caligrafia vem ganhando força nesses meios. Profissionais de outras áreas e designers se aperfeiçoam cada vez mais na arte de desenhar letras, potencializando suas produções e também estimulando a criatividade no processo e no resultado de seus trabalhos. Aqui é importante destacar que o profissional que pratica a arte de desenhar letras customizadas é conhecido como artista de *lettering*¹.

Segundo Flor (2021) podemos traçar um paralelo entre o artista de *lettering* e o designer gráfico, posicionando-se entre os campos da arte e do design e observando que ambos interpretam um *briefing*. Por esta via, o artista utiliza da sensibilidade visual das formas, já o designer emprega o pensamento sistemático para chegar a uma solução do problema do projeto. O que delimita o predomínio de uma sobre a outra é justamente o tipo de trabalho, se é mais pessoal ou de cunho comercial. É conveniente apontar isso, pois a metodologia projetual dessa monografia surgiu da combinação do método de criação de *lettering* com o processo criativo em design gráfico.

Dentre tantas alternativas para aplicação dos letreiramentos desenvolvidos nesse trabalho, chegou-se a decisão que o suporte de design gráfico adequado

¹ Não há uma tradução consensual para denominar a área de Lettering e nem para os atuantes nela, conforme Maritan (2019) alguns termos são utilizados: letterer, lettering designer, designer de letras, artista de lettering ou hand lettering. Apesar de ser pertinente o estudo que discute sua nomenclatura, aqui será adotado o termo artista de lettering visando simplificar a leitura do texto pensando no leitor, visto que o objetivo aqui não é focar nessa discussão.

seria o cartaz, pois é um tipo de peça que traz uma comunicação visual de impacto expressiva, informativa e também de natureza artística. Deste modo, segundo Hollis (2001) os cartazes tiveram expressão e força em sua forma desde o século XX, destacando-se no construtivismo russo, futurismo italiano e no movimento alemão de Van de Velde e Peter Behrens que utilizavam do design para unir a arte com a vida cotidiana. Complementando esse pensamento Souza (2020) aponta que até os dias atuais o cartaz transita entre sua função informativa e como peça artística decorativa. Sendo assim, dentro dessa pesquisa é um suporte gráfico que se enquadra bem no momento de expor artisticamente os letreiramentos que serão criados. Uma das definições de cartaz que será colocada aqui pelo glossário da ADG Brasil (2012), o cartaz representa um meio de informação visual e publicidade, que algumas vezes é produzido em grandes tamanhos e de forma única, tornando-se visível em lugares de grande circulação de pessoas. Será utilizado nessa pesquisa a terminação Cartaz, já que também há o termo Pôster e ambos designam o mesmo papel. Segundo Hollis (2001) o pôster é uma folha de papel única impressa em um só lado e que geralmente é colocado em local público.

É importante constatar que nessa monografia, os cartazes que foram produzidos não possuem caráter publicitário, mas, sim, se configuram como um suporte gráfico inspirador para artistas, designers, trabalhadores da área criativa e setores afins. Além de traduzir informações num arranjo visual, os cartazes estabelecem também um apreço estético, servindo também para colocar em evidência uma expressão cultural da pessoa que o pendura na parede, seja no seu quarto ou em um ambiente de trabalho.

Através de um pensamento mais objetivo Hollis (2001) mostra que as artes gráficas possuem três tipos de funções básicas: identificar, informar e apresentar. O autor encaixa a construção do cartaz nessas vertentes que prendem a atenção do público através da simples combinação inesquecível de alfabeto e imagem. No começo do século XX o cartaz aflorou suas formas mais significativas de produção que além de informar estabeleceu o design como integração da arte com vida cotidiana (HOLLIS, 2001). Por fim, pode-se observar que até os dias atuais, mesmo com o surgimento de novas mídias, o cartaz se mantém relevante através de sua função prática de informar e também estética como elemento de decoração e coleção.

Neste contexto, esse projeto objetivou criar uma série de letreiramentos expressos em cartazes com o intuito de colocar em evidência referências da tipografia vernacular caruaruense. As frases foram autorais e tiveram como tema o vernacular. Portanto, surgiu o seguinte **problema da pesquisa**:

- Como desenvolver letreiramentos baseados na tipografia vernacular da cidade de Caruaru coerentes com os princípios sobre o tema e coerentes com a cultura da cidade?

A fim de solucionar o problema da pesquisa, o projeto será sistematizado em uma metodologia projetual que combina processo de Design Gráfico com método de produção de letreiramento.

1.1 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

Com o propósito de elucidar o questionamento levantado anteriormente, este trabalho tem como objetivo geral: **desenvolver um conjunto de letreiramentos com inspiração na tipografia vernacular observada na cidade de Caruaru-PE.**

Com base no objetivo geral se apresentam os seguintes objetivos específicos:

- Realizar uma revisão bibliográfica sobre tipografia vernacular e letreiramento;
- Registrar os letreiramentos populares presentes nas ruas de Caruaru;
- Analisar as letras registradas durante o projeto, a fim de definir as referências adequadas ao desenvolvimento dos letreiramentos como projeto de Design Gráfico;
- Adaptar um método de produção de *lettering*
- Desenvolver um alfabeto tipográfico de inspiração popular chamado “Caliru”;
- Esboçar, diagramar e compor uma série de cartazes a partir das letras analisadas.

1.2 JUSTIFICATIVA

Esta pesquisa tem como justificativa principal utilizar os letreiramentos populares da paisagem urbana da cidade de Caruaru-PE como fonte de inspiração para o desenvolvimento de uma série de cartazes com letreiramentos exclusivos. Sendo o letreiramento uma área de estudo consolidada que vem ganhando uma

nova retomada, tornando-se interessante abordar suas possibilidades e métodos de desenvolvimento no contexto atual. Cumpre salientar que não existe um só método para criar tipos, entretanto há um número restrito de metodologias de criação direcionada ao *lettering*, elas existem, porém é importante haver adaptações de acordo com o projeto.

Deste modo, este projeto visa valorizar e reconhecer a importância da tipografia vernacular dentro de um projeto de design gráfico. Neste caso, o processo criativo de cartazes com Letreiramentos. A pesquisa se justifica também pela preservação da memória do design vernacular caruaruense. Já que, a cidade possui paisagens tipográficas significativas que muitas vezes se perdem em meio à falta de registro e à efemeridade do dia a dia.

A pesquisa aponta o cartaz como ferramenta expressiva e artística de comunicação gráfico-visual, tendo como referência a cultura popular. E, simultaneamente, evidencia a letra (Letreiramento) como forma reveladora dos aspectos culturais, técnicos e históricos, proporcionando além de seus significados próprios uma experiência sensível àqueles que a percebe (MARTINS, 2007). Por fim, como pesquisa este estudo pretende contribuir para a área do design gráfico e do processo de criação de letreiramento.

2. CONCEITOS BÁSICOS

Neste capítulo, buscou-se como assunto a definição dos termos e dos conceitos básicos de tipografia, caligrafia, letreiramento e tipografia vernacular. Com a intenção de tratar os tipos de representação gráfica da escrita antes de desenvolver os letreiramentos que serão propostos por esse trabalho. Na Figura 1 é possível observar exemplos de tipografia, caligrafia e letreiramento que serão discutidos posteriormente.

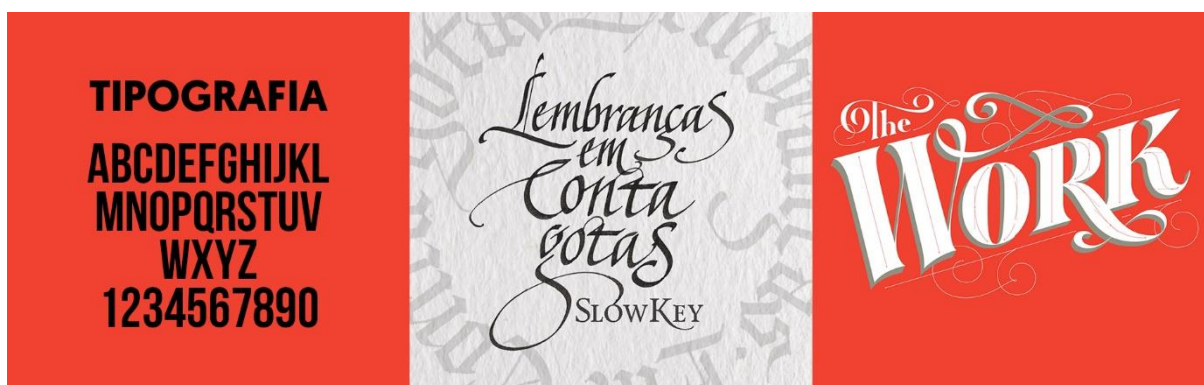


Figura 1 – Tipografia, caligrafia e letreiramento. Fonte: Imagens da esquerda e do centro são arquivos de autoria própria, imagem da direita retirada do livro de Jessica Hische (2014).

2.1 TIPOGRAFIA

Abordar a Tipografia Vernacular exige entender a definição do que é tipografia, já que os letreiramentos populares estão intimamente ligados à prática manual, que por sua vez, utiliza como referência modelos tipográficos já existentes. Deste modo, faz-se necessário compreender de onde vem a tipografia.

Tipografia é o termo para a impressão com pedaços de metal ou de madeira independentes, móveis e reutilizáveis, cada um dos quais com uma letra em alto-relevo em uma de suas faces. Essa definição seca não dá a devida proporção do enorme potencial de conexão entre as pessoas e os novos horizontes para o design gráfico que foram desencadeados por esse extraordinário invento, em meados do século XV, por um incansável inventor alemão [...]. A invenção da tipografia pode ser classificada ao lado da criação da escrita com um dos avanços mais importantes da civilização. [...] A impressão tipográfica permitiu a produção econômica e múltipla da comunicação alfabética. (MEGGS, 2009, p. 90)

O inventor alemão do qual Meggs (2009) menciona é Johannes Gutenberg, a partir da sua descoberta a tipografia se tornou popular. Sendo assim, tornou-se mais simples a disseminação e reprodução da comunicação através das impressões de livros.

A história da tipografia carrega como grande marco a invenção dos tipos móveis, que encontram suas raízes na caligrafia, técnica da qual se origina a partir dos gestos manuais através de uma determinada ferramenta. Sendo assim, os tipos em contraponto à caligrafia surgem como imagens que serão reproduzidas de modo quase infinito. Segundo Lupton (2020, p. 13) “a história da tipografia reflete uma tensão contínua entre a mão e a máquina, o orgânico e o geométrico, o corpo humano e o sistema abstrato”. E, que conforme a autora essas tensões são o marco do nascimento das letras impressas há mais de 500 anos por Gutenberg e que de algum modo até os dias atuais energizam a tipografia.

A presença da tipografia no dia a dia é muito comum, num mundo cada vez mais globalizado em que a comunicação em massa se dissemina em cada esquina, sejam nas ruas, nos meios impressos ou digitais. Conforme Brighurst (2018), a tipografia dá a linguagem humana forma visível e durável. Por assim dizer, a tipografia é um ato de escrever e desenhar letras de modo sistemático que dá vida imortal à linguagem humana. Antes de discutir a temática de caligrafia, tipografia vernacular e Letreiramento, iremos esclarecer melhor as definições práticas do que é tipografia, conforme Farias (2001, p. 11-12):

Definiremos [...] tipografia como o conjunto de práticas subjacentes à criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (tais como números e sinais de pontuação) para fins de reprodução, independentemente do modo como foram criados (a mão livre, por meios mecânicos) ou reproduzidos (impressos em papel e gravados em documento digital).

Contudo, não é apenas essa definição supracitada que delimita de modo geral a tipografia, outro autor como Weingart (WEINGART *apud* FERLAUTO, 2002, p.72) traz um termo mais subjetivo e poético, colocando a tipografia como algo que não precisa ser obrigatoriamente apenas para leitura e funções mais práticas, e sim com formas mais interessantes e ilegíveis, experimentando escolher diferentes espessuras, cores e criando outros significados.

O tipógrafo inglês Eric Gill escreveu a famosa frase: “Letters are things, not pictures of things” em tradução livre significa: “Letras são coisas, não imagens de coisas”. Essa citação serve para se compreender o duplo aspecto que envolve a tipografia e suas manifestações, já que além de remeter a significados a tipografia também se apresenta sensível à percepção. Há anos que os tipos não são colocados apenas como um desenho capaz de articular conteúdos e de revelar aspectos culturais, técnicos e históricos. Além disso, também são em sua materialidade capazes de proporcionar uma experiência àqueles que os percebem (MARTINS, 2007, p. 33).

Para chegarmos a um ponto interessante sobre a definição de tipografia, seguiremos a visão adotada por Wolfgang Weingart (*apud* FARIAS, 2001), onde o autor aponta que todas as coisas que são escritas têm ligação com a tipografia, seja uma carta escrita à mão ou até mesmo uma pintura. Sendo assim, também independe dos meios de reprodução e de produção. Perante essa visão, pode-se englobar qualquer manifestação das letras, seja qual for o espaço ou caminho seguido, a tipografia segue comunicando.

2.2 CALIGRAFIA

Conforme Eller (2014) a caligrafia muitas vezes é confundida com o ato de escrever, ou seja, com o modo de esboçar letras à mão. Neste sentido, ela vem do termo em inglês *writing* que se traduz como escrita e está relacionado às letras obtidas através de linhas únicas com algum determinado instrumento, seja um pincel, uma caneta, lápis, etc. Desta maneira, essa definição acaba por restringir suas potencialidades, observando que a caligrafia tem em sua essência o lado gestual e artístico do corpo humano. Para reforçar esse conceito Flor (2021, p. 13) aponta que “um calígrafo domina a arte da escrita. Ao usar diferentes ferramentas, o artista abraça a variedade e a espontaneidade”. Assim dizendo, a caligrafia nasce a partir da interação da ferramenta do artista com o controle da linha que resulta em formas de ampla variedade expressiva. Por isto, o conceito de caligrafia que adotaremos aqui nessa pesquisa será como uma forma de representação artística da escrita que depende de gestos manuais de uma determinada ferramenta para ser cuidadosamente elaborada.

Uma das importantes contribuições da caligrafia, além de suas formas poéticas e sinuosas, é que antes da invenção da imprensa e dos tipos móveis a caligrafia era uma prática restrita aos escribas e copistas que tinham como função a reprodução de livros (FINIZOLA, 2010). Observando isso, pode-se entender que antes do surgimento da tipografia como movimento de reprodução e difusão mais rápida e mais prática de impressos a caligrafia moldou os estilos tipográficos, sendo ela a base referencial do alfabeto que conhecemos até os dias de hoje. No intuito de complementar essa afirmação Bringhurst (2018) coloca que a caligrafia é parte essencial da existência da tipografia e por consequência da linguagem humana também, sem a caligrafia a tipografia perde muitas configurações estéticas e estruturais.

A tipografia é o ofício que dá forma visível e durável – e, portanto, existência independente – à linguagem humana. Seu cerne é a caligrafia – a dança da mão viva e falante sobre um palco minúsculo – e suas raízes se encravam num solo repleto de vida, embora seus galhos sejam carregados de novas máquinas, ano após ano. Enquanto a raiz viver, a tipografia continuará a ser uma fonte de verdadeiras delícias, conhecimentos e surpresas. (BRINGHURST, 2018, p. 17)

Entender os movimentos e o modo como é desenhada a caligrafia ajuda ao artista de *lettering* a potencializar suas criações, pois os alfabetos caligráficos carregam desenhos básicos de letras conhecidas como elementares no surgimento do estilo dos alfabetos que habitualmente conhecemos. Segundo Hische (2014) ter o conhecimento de como a escrita na caligrafia é executada ajuda a melhorar o desenho das letras na construção dos letreiramentos, nos trabalhos de design de tipos e até mesmo no design gráfico. Por conseguinte, o artista de *lettering* pode conhecer as regras de movimentos caligráficos para depois quebrá-las se eles quiserem, podendo desafiar a lógica dos instrumentos, no caso a caneta e o pincel, criando letras fundamentadas na tradição ou gerando formas mais livre e experimentais.

Traçando um paralelo entre caligrafia e tipografia vernacular Martins (2007, p. 29) expõe que “ambas coincidem em seu aspecto gestual” e que se aproximam por sua expressividade e “na espontaneidade da escrita que espelha o gesto”. Contudo, a caligrafia se difere da tipografia popular no âmbito da aplicação, suporte e técnica.

De modo geral, exige um domínio mais apurado dos movimentos caligráficos aplicados em lugares menores como um bilhete, um convite e entre outros.

Já, a tipografia vernacular não possui um suporte ou técnica predominante, porque a sua forma se transforma e se manifesta de acordo com o contexto, desde uma fachada numa loja até um carrinho de lanches na rua ou numa placa na feira.

2.3 LETREIRAMENTO (*LETTERING*)

O letreiramento é definido pelo modo como as letras são desenhadas, ao contrário do design de tipos, onde as letras são sequenciadas como um padrão preestabelecido, geralmente digitadas como fontes por algum programa de computador que as reproduzem de modo similar. Conforme Flor (2021) o letreiramento é construído a partir do uso das formas de letras limitadas à aplicação para qual foram desenvolvidas, onde “o desenho de cada letra começa do zero”. Ou seja, existe um cuidado especial com a composição de cada elemento das letras, com a combinação de elementos gráficos, tais como cor, forma e textura que buscam transmitir alguma mensagem. A sua aplicação é vasta podendo ser voltada a um projeto específico seja para a criação de uma identidade visual, um cartaz, uma fachada entre outros. Contudo, através do tempo seus conceitos e definições vão sofrendo mudanças, obtendo sua origem em estudos antigos da própria área de design.

Letreiramentos são expressões exclusivas da tipografia e segundo Flor (2021) contam “uma história por meio de formas de letras desenhadas”, deste modo, “são criadas especialmente para uma situação e com um propósito”. A autora aponta que essas “letras desenhadas” possuem uma analogia com a ilustração, ou seja, uma ilustração feita com letras.

Lupton (2020) complementa as definições levantadas por Flor afirmando que o letreiramento permite a integração entre imagens e textos, combinando de forma fluida Design e Ilustração. A autora também aponta que a criação dos letreiramentos podem combinar práticas manuais com o uso de softwares resultando em diversas técnicas pautadas em tipografias já existentes ou criadas a partir da própria escrita do artista de *lettering*.

Um detalhe pertinente é levantado por Smeijers (2014) quando diz que o letreiramento vai muito além da caneta e do papel, podendo ser encontrado em

gravações ou em letreiros de neon. Por esse pensamento, entende-se que o letreiramento não se prende ao suporte, que pode ser visualizado em diversos meios, conforme Smeijers (2014, p.19) o letreiramento “dá um passo além da escrita. Quando se faz *lettering* usa-se sempre letras desenhadas”. E não apenas isso, seguindo a ideia dos autores Willens e Strals (2009, p. 27) “o *lettering* se difere da escrita manual pelo seu foco principal estar mais direcionado à técnica ou à aparência visual”. Ou seja, à medida que o artista de *lettering* desenha e acrescenta elementos às letras mais ele se aproxima da construção de um letreiramento. Por fim, os autores concluem que mais do que as escritas e as referências tipográficas o contexto influencia na aparência final do letreiramento.

É importante compreender que as definições abordadas nesse tópico se referem ao entendimento de letreiramento voltado ao Designer como Artista de *Lettering*. Geralmente, podem-se traçar dois parâmetros para a prática do letreiramento: um dentro da esfera do design formal e o outro dentro do campo informal. No design formal o letreiramento é criado sob a ótica do designer ou artista de *lettering* seguindo uma metodologia projetual pensada em cada detalhe, desde o esboço até a execução final no computador e em alguns casos impressos em cartazes, fachadas, entre outros projetos de design. No campo informal o letreiramento é desenvolvido segundo Finizola (2010) pelo *letrista popular*, onde o seu processo de aprendizagem dos desenhos das letras advém por meio da relação mestre-aprendiz, alguns desses letristas também buscam referências visuais em catálogos de letras ou *layouts* previamente fornecidos pelos clientes que precisam que eles reproduzam um logotipo já existente. Complementando esse pensamento, Eller (2014) afirma que o letrista popular não se apega às regras da academia ou às construções estéticas preestabelecidas por outros ofícios.

Mais adiante iremos abordar melhor a definição de tipografia vernacular. Por fim, podemos observar melhor a diferença entre a prática do letreiramento no design formal e no campo informal na Figura 2 abaixo.



Figura 2 - No lado esquerdo a construção de um letreiramento de modo formal, lado direito letreiramento informal. Fonte: Jessica Hische – 2014 (esquerda) e arquivo do autor (direita).

2.4 TIPOGRAFIA VERNACULAR

Antes de começarmos a explorar mais o tema da tipografia vernacular é interessante traçar um paralelo com letreiramento popular, já que os autores que estudam o tema se dividem nesses termos. Essa pesquisa adotará a expressão tipografia vernacular. Contudo, letreiramento popular e tipografia vernacular possuem a mesma conotação. Por essa via, é conveniente entendermos de onde vem a palavra popular e vernacular.

Conforme Finizola (2010, p. 30) *Popular* é tudo que é produzido pelo povo e para o povo, assim dizendo, é produto das classes populares, tem ligação com a cultura popular, abrangendo o universo de produtos industriais e culturais criados e consumidos pela grande massa da população. A autora também fala que quando o design gráfico se inspira no popular ele acaba por refletir a cultura material das classes populares, englobando também os ambientes e as paisagens em que estão inseridas.

Entretanto, o popular também pode ser entendido como algo que pode ultrapassar o termo de “feito pelo povo”, sendo moldado pelo movimento que não se delimita pela força das tradições, ele estabelece uma forma mestiça conforme afirma Martins (2007, p. 66) o popular “instaura um lugar híbrido, de acúmulo de impurezas, de contaminações mútuas, de transformações.” Por esse motivo, o popular se torna

um processo constante de apropriação e não fica parado apenas na repetição da tradição.

Por outro lado, obtemos o termo vernacular ou vernáculo, que vem da expressão em latim: *vernaculu* que significa conforme Ferreira (1988) “de escravo nascido na casa do senhor”, “próprio do país, nacional”, ou “de casa, doméstico”, ou seja, próprio de um determinado lugar ou região. Complementando o raciocínio Farias (2011) diz que ‘Vernacular’ nasce de uma expressão latina que quer dizer ‘Nativo’ de algum lugar determinado. A autora ainda especifica que na área da tipografia e do design gráfico são considerados artefatos vernaculares produtos que nasceram de “práticas de design desenvolvidas antes, ou a despeito, da instituição das escolas de design modernistas, principalmente por artistas anônimos, e no contexto do comércio” (FARIAS, 2011, p. 167).

Para concluir esse pensamento sobre o termo vernacular, Eller (2014) fala que dentro do campo do design gráfico de alguma maneira, a expressão ‘vernacular’ está ligada ao modo “de se encontrar soluções visuais não acadêmicas; e ainda, que o design gráfico influenciado pelo vernacular é aquele, que de alguma maneira, retrata traços culturais e locais de um povo” (ELLER, 2014, p. 29). Por esse ponto, podemos dizer que as manifestações que surgem do regional ou local possuem a sua devida importância e se tornam vasta fonte de inspiração para o design, conforme Lupton (1996, *apud* Dones, 2004, p. 3) “o design vernacular não deve ser visto como algo “menor”, marginal ou antiprofissional, mas como um território vasto onde seus habitantes falam um tipo de dialeto local”. Esse tipo de dialeto local acaba revelando suas características peculiares que reforçam uma identidade própria e expressivamente rica. A autora ainda afirma que “não existe uma única forma vernacular, mas uma infinidade de linguagens visuais, [...] resultando em distintos grupos de idiomas.” (LUPTON, 1996, *apud* Dones, 2004, p.3). Isto é, a dimensão ampla de linguagens visuais que o vernacular pode trazer como referência ao design apenas o enriquece, potencializando ainda mais suas possibilidades, representações, reflexões e identidades. Antes de definitivamente chegarmos ao tema da tipografia vernacular é importante abordarmos a questão do design formal e o design vernacular.

Portanto, pode-se perceber que o design começa a atuar no Brasil de modo formal segundo Eller (2014) com o nascimento da primeira escola de ensino superior, que foi fundada em 1963 no Rio de Janeiro, chamada de Escola Superior

de Desenho Industrial Esdi/UERJ. A partir de então o design passou a ser profissão reconhecida de modo formal pela sociedade. Porém, Cardoso (2005, p.8) mostra que no Brasil antes do surgimento da Esdi já existia “ uma série de atividades profissionais aplicadas à fabricação, distribuição e consumo de produtos industriais.” O autor reforça que pelo menos entre cinquenta e cem anos antes da Esdi “eram exercidas entre nós atividades projetuais com alto grau de complexidade conceitual” (CARDOSO, 2005, p.8).

A Esdi trouxe o conceito e modelo das escolas de design europeias, seguindo os ideais da Bauhaus e da escola de Ulm, onde a modernidade, o funcionalismo, a ordem, a simplicidade e a economia eram fundamentais na formação de seus princípios (ELLER, 2014). Contudo, esse modelo europeu de ensino, tornou-se descontextualizado para a realidade no Brasil, permitindo que profissionais experientes não tivessem espaço no mercado de trabalho e formando designers que não queriam notar as experiências locais (FINIZOLA, 2013). Essa distância entre o design formal e a manifestação cultural local permite que a profissão de design se torne elitizada, conforme Moreira (2016, p. 25) esse afastamento resulta numa visão “nociva à prática do design em várias instâncias, afinal, o design também é produto cultural”. Portanto, ignorar suas características culturais e locais permite a negação de uma construção indetentária para o design brasileiro. Para complementar esse pensamento Cardoso (2005, p.12) destaca que focar na produção do design no Brasil antes da década de 1960, pode-se notar uma cultura projetiva que não possui base direta no estrangeiro, estar atento ao conhecimento do nosso passado projetual “é o primeiro passo para uma melhor compreensão daquilo que pode ser entendido como uma identidade brasileira no campo do design”, ou seja, a construção dessa identidade brasileira no design surge justamente pela valorização das produções locais e regionais.

Todavia, mesmo com a globalização e os avanços tecnológicos do mundo e do design atual, o vernacular resiste e coexiste com as produções formais. Seja espalhado pelas paisagens urbanas, num cartaz, num muro, numa fachada, entre tantos meios. Revela-se presente, eficaz e atuante através do traço manual de seus criadores, os letristas populares.

Antes de adentrarmos na definição de tipografia vernacular é conveniente explicitar que aqui utilizaremos também o termo letreiramento popular. As tipografias vernaculares serão apontadas como artefatos desenvolvidos de modo espontâneo e

informal. Por esta via, são colocadas igualmente como parte do design vernacular, e, portanto, são conforme Finizola (2010, p.56) “[...] artefatos confeccionados, em sua grande maioria, por meio de processos manuais por letristas, artífices ou pessoas comuns”. A autora mostra que como manifestação da paisagem tipográfica urbana, os letreiramentos populares se encaixam como tipografia comercial e informal. Desse modo, como tipografia comercial os letreiramentos acabam sendo inscrições efêmeras, presentes em pontos comerciais, edifícios, fachadas, placas e etc. elaborados por letristas populares. Conforme Finizola (2010) também há uma hierarquia entre os letristas populares, existe os que são considerados profissionais com alto nível de domínio da técnica de pintar letras, obtendo renda com a prática; por outro lado, existe os “letristas ocasionais, que pintam letreiros no improviso com o objetivo de suprir uma necessidade comunicacional emergente, de forma rápida e objetiva” (FINIZOLA, 2010, p. 56).

Contudo, vale destacar que no Brasil a tipografia começa a ganhar força partir da década 1980 com a popularização e o advento das tecnologias digitais (ELLER, 2014). Sendo assim, um movimento oposto ao que acontecia na América do Norte e na Europa, onde já havia uma valorização da quebra da tipografia tradicional. Por este caminho, existia uma agitação tipográfica mais experimental após a quebra da tradição, sendo considerados como projetos tipográficos pós-modernos.

A valorização dos artefatos informais no Brasil começou a ganhar força nas últimas três décadas, conforme Cardoso (2008), através de um movimento de recusa aos padrões projetuais estrangeiros trazidos pelo modelo de ensino de design da década de 1960 no Brasil. A rejeição de um design formal mais universal e funcional resulta no enaltecimento da cultura local, que desde então, ganha lugar no contexto do design brasileiro.

Dessa forma, a criação de projetos de design com inspiração em artefatos vernaculares se torna cada vez mais comum no cenário do design brasileiro, principalmente no design de tipos (ELLER, 2014). Por isso, para elucidar melhor esse crescente panorama da tipografia vernacular Farias (2011) aponta que:

No design de tipos, as incorporações de formas vernaculares, significa, frequentemente, a valorização de modelos anteriores à instituição dos critérios modernos de limpeza e legibilidade. Dessa forma, na Europa ou nos Estados Unidos, a apropriação de formas

vernaculares para o design de tipos pode ser interpretada como um desafio ou uma rebelião contra o *status quo* de uma tradição tipográfica. (FARIAS, 2011, p.168)

Sendo assim, podemos observar que os letramentos populares nas paisagens urbanas podem se tornar grande fonte de inspiração dentro de um projeto tipográfico formal, como fontes e famílias tipográficas. Estas tipografias podem carregar traços culturais peculiares de uma determinada região. Ou seja, o design formal obtém apropriação das características vernaculares que são marcadas por sua espontaneidade e pelo desapego das regras ditadas pelo meio acadêmico. Conforme Eller (2014) há um processo mútuo, em virtude de alguns letristas populares também utilizar de fontes tipográficas digitais como base em alguns trabalhos manuais. Podemos concluir que apesar de vivermos dentro de um contexto de globalização, os traços culturais locais, principalmente ligados às linguagens visuais, continuam vivos e ao invés de uma interrupção, podemos notar um vínculo recíproco de informações entre o local e o global.

2.4.1 Os atributos formais: os aspectos intrínsecos e extrínsecos ao desenho tipográfico

Para que seja possível um entendimento completo sobre tipografia vernacular é importante delinear os atributos formais do desenho tipográfico. Conforme Michael Twyman “podemos dividir as características da linguagem verbal em duas categorias: os aspectos intrínsecos e extrínsecos” (TWYMAN, 1986, *apud* FINIZOLA, 2010, p. 49). Os aspectos intrínsecos são os elementos que indicam a forma própria de cada letra, representando um conjunto específico de caracteres, tal como um alfabeto, fonte ou tipo que define o seu estilo. Podemos ter como exemplo “a inclinação, a espessura e a largura de cada caractere” (FINIZOLA, 2010, p.49). Já os aspectos extrínsecos são definidos pela relação entre os caracteres e o seu arranjo na página impressa, ou seja, conforme Finizola (2010) estes aspectos estão ligados ao modo como são organizadas as informações dentro de um *layout*, que por assim dizer acaba influenciando na maneira como as informações são hierarquizadas.

Com a finalidade de compreender detalhadamente o que são os aspectos intrínsecos iremos delimitar agora os oito atributos formais abordados por Dixon

(2008, *apud* FINIZOLA, 2010): construção, forma, proporção, modulação, peso, serifas/terminais, caracteres-chave e decoração.

Construção:

A base estrutural de um tipo possui uma construção direcionada a partir das seguintes estruturas formais: contínua, quando não há pontos de transições nas hastes nem conexões de um caractere; descontínua, quando existe os pontos enfáticos de transição ou interrupções nas ligações das letras, as góticas ou letras baseadas em estêncil representam bem essa estrutura; modulares, são construídas pela repetição de elementos específicos idênticos, ou por um número restrito de elementos que se combinam entre si; irregulares, quando todos os elementos e partes do caractere possuem tendências de anomalia, assim como uma fonte no estilo *grunge*; por fim, aquelas que mostram referências a ferramenta, seja com base em pincel ou pena. Podemos observar melhor essas estruturas na Figura 3:

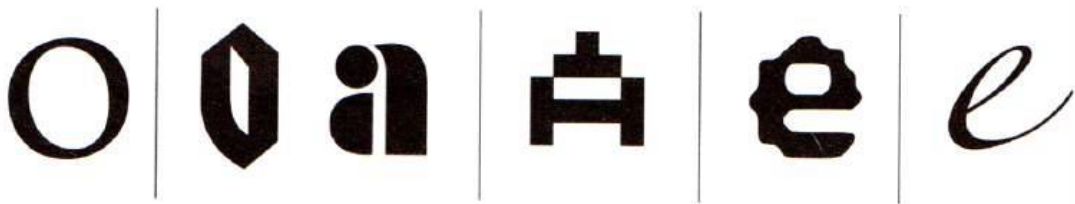


Figura 3 - Tipos de construção: contínua, descontínua, modular, amorfa e com referência a ferramenta. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Forma:

Todo desenho de tipo possui curvas e retas, a partir de suas combinações é que podemos ter as inúmeras formas tipográficas (Figura 4).

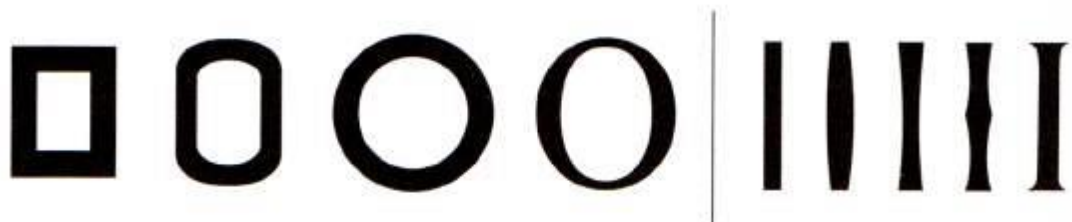


Figura 4 - Aspectos formais: tratamento das curvas, retas e formato das hastes. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Proporção:

É a relação das partes – largura, altura-x, altura ascendente e descendente – dos caracteres que possibilita ordem e ritmo à fonte (Figura 5).



Figura 5 - Elementos que influenciam na proporção dos tipos: largura e relação da altura-x versus linha da caixa-alta. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Modulação:

Caracteriza-se pela presença, ou não, de contraste de forma, melhor dizendo, as diferenças entre espessuras e hastes nas tipografias (Figura 6).

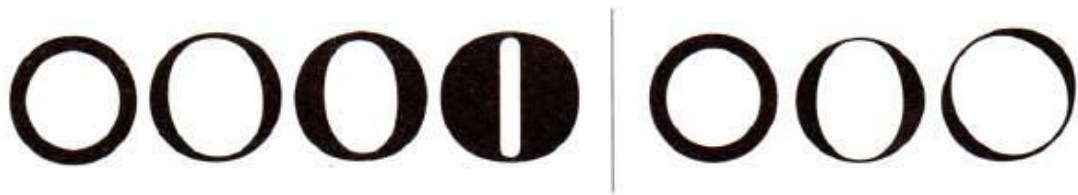


Figura 6 - Diferentes graus de contraste - nenhum, médio, alto, exagerado; e diferentes inclinações de eixo: ausente, vertical e oblíqua. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Peso:

O peso é definido pelas espessuras das hastes dentro das famílias tipográficas. Segundo Finizola (2010) essas espessuras afetam a sua cor e a sua tonalidade na mancha gráfica de um *layout*. A autora aponta como exemplo as variações de peso light, regular, bold, semibold, extrabold (Figura 7).

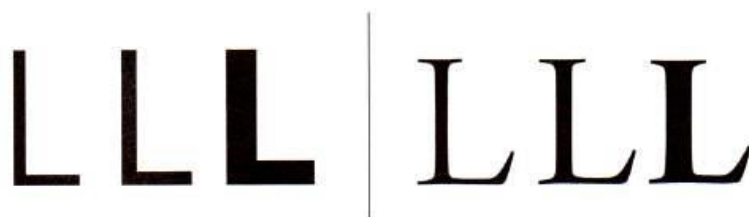


Figura 7 - Variações de peso: light, regular e bold. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Serifas/Terminais:

“Serifas são remates presentes em alguns estilos de letras. [...] Já os terminais são a continuação final de cada haste, podendo, às vezes, assumir a forma de bola, lágrima ou bico” (FINIZOLA, 2010, p.51) (Figura 8).



Figura 8 - Variações de serifas e terminais inferiores e superiores. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Caracteres-chave:

Nas fontes tipográficas apresentam características próprias que facilitam a sua identificação, ou seja, são letras com desenhos e características que auxiliam na diferenciação e identificação das fontes (Figura 9).

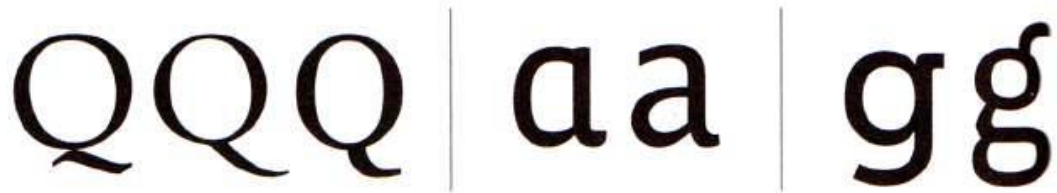


Figura 9 - Alguns caracteres-chave úteis na distinção de fontes tipográficas. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Decoração:

“Recursos ornamentais utilizados na construção do tipo, como sombra, contornos, adereços etc” (FINIZOLA, 2010, p. 52) (Figura 10).



Figura 10 - Alguns recursos ornamentais; contorno, 3D, textura, decoração interna. Fonte: Dixon (2008) *apud* Finizola (2010).

Já os aspectos extrínsecos, por outro ângulo, estão correlacionados com o modo de composição das letras no espaço gráfico. De acordo com Finizola (2010) estes aspectos apresentam quatro características relevantes para análise formal dos letreiramentos populares:

- uso da cor – aplicação da quantidade de cores e combinações figura-fundo;
- alinhamento horizontal – justificado, centralizado, alinhado à esquerda ou à direita;
- disposição das letras – horizontal, vertical ou diagonal; linear ou curvilínea; regular ou irregular; e
- uso de elementos esquemáticos e pictóricos para dar apoio ao texto.

É significativo compreender os aspectos extrínsecos da tipografia, pois são essas características que dão corpo à mensagem gráfica verbal e as suas possibilidades dentro de um arranjo visual.

Também é válido entender que os aspectos intrínsecos e extrínsecos serão importantes na parte de metodologia projetual dessa pesquisa. Assim como, assimilar a classificação dos letreiramentos populares também será fundamental quando analisarmos os letreiramentos populares registrados nas ruas de Caruaru.

2.4.2 Classificação dos letreiramentos populares

Fátima Finizola (2010), através de sua pesquisa acerca dos letreiramentos populares da cidade do Recife-PE, desenvolveu um sistema próprio de classificação da tipografia vernacular, onde a autora “analisa os letreiros populares de acordo com três aspectos: autoria, forma de representação visual da linguagem e atributos formais” (FINIZOLA, 2010, p. 98).

O primeiro critério conforme Finizola (2010) corresponde à observação de três classes distintas de letreiramentos populares: [1] os que são feitos por especialistas, isto é, aqueles que são desenvolvidos por letristas profissionais como uma atividade regular; [2] aqueles que são realizados por não especialistas, podendo ser elaborado por qualquer um que possua uma necessidade comunicacional, mesmo não dominando nenhuma técnica com precisão; [3] os autorais que têm ligação com letreiramentos produzidos como objeto particular de expressão pessoal (Figura 11).



Figura 11 - Tipos de letreiramentos populares quanto à sua autoria: não especialista, especialista e autorial. Fonte: FINIZOLA, 2010.

O segundo critério é classificado como – forma de representação da linguagem gráfica verbal – podendo assim, expressar-se visualmente segundo Finizola (2010) a partir de três técnicas: a caligrafia, o letreiramento e a tipografia. Segundo a autora o critério tem como objetivo mostrar qual desses caminhos o letreiramento popular buscou como base para a sua construção. Os três padrões identificados são: com base *caligráfica* o letreiramento tem sua forma derivada de estilos da caligrafia; já com base *tipográfica* são englobados os artefatos que tem forte ligação com o universo da tipografia, transpondo a tipografia “digital” para as pinceladas “analógicas”, aproximando-se dos modelos originais tipográficos; por fim, os letreiramentos baseados no desenho (Figura 12).



Figura 12 - Classificação dos letreiramentos populares quanto à sua forma de representação da linguagem gráfica verbal: base caligráfica, tipográfica e desenhada. Fonte: FINIZOLA, 2010.

Por fim, o terceiro critério – atributos formais – é a distinção e a sistematização de alguns padrões comuns de construção formal dos letreiramento. Finizola (2010) a partir de uma ampliação da análise dos letreiramentos observados no Recife, conseguiu sintetizar nove padrões de letreiramentos quanto às suas características formais, esses atributos formais são: as amadoras, as quadradas, as serifadas, as cursivas, as gordas, as grotescas, as caligráficas, fantasia e as expressivas (Figura 13).



Figura 13 - Classificação dos letreiramentos populares quanto aos seus atributos formais (em ordem): amadoras, quadradas, serifadas, cursivas, gordas, grotescas, caligráficas, fantasia e expressivas. Fonte: FINIZOLA, 2010.

Foi necessário construir uma síntese dos critérios de classificação dos letreiramentos populares definidos por Fátima Finizola. Para que fosse possível uma organização visual melhor desses critérios, podemos observá-los na Figura 14 abaixo:



Figura 14 - Diagrama com síntese da classificação dos letreiramentos populares e a definição dos seus critérios baseados na classificação de Fátima Finizola. Fonte: imagem criada pelo autor (2022) a partir de FINIZOLA, 2010.

3. METODOLOGIA

Após o levantamento teórico desenvolvido anteriormente, a metodologia desse estudo possui natureza de pesquisa aplicada no intuito de gerar conhecimento para aplicação prática voltado à solução de problemas específicos, isto significa, gerar conhecimento de como desenvolver letreiramentos de inspiração popular como objeto de design gráfico. Dentro da classificação dessa pesquisa, conforme Prodanov e Freitas (2013), quanto ao objetivo ela é exploratória, buscando conhecer melhor sobre tipografia vernacular e letreiramentos. Quanto aos procedimentos técnicos se utiliza de: pesquisa bibliográfica, a partir de materiais já publicados por Finizola (2010), Flor (2021) e Maritan (2019); pesquisa de campo, para o registro fotográfico dos letreiramentos populares presentes na paisagem urbana de Caruaru. Em relação à forma de abordagem do problema a pesquisa é qualitativa, pois o “ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é instrumento-chave” (PRODANOV e FREITAS, 2013, p. 70). Por esse ponto de vista, a pesquisa é descritiva e obtém o ambiente como origem direta dos dados.

Há uma diversidade de métodos de design gráfico e de criação de tipos. Contudo, na área de *lettering*, no quesito metodologia de criação, ainda é possível notar algumas lacunas. As metodologias existem, porém são necessárias adaptações, em alguns casos particulares, a depender dos objetivos do projeto. Para atingir os objetivos projetuais dessa pesquisa foi necessário buscar referências bibliográficas a respeito do método de criação no design gráfico e também do processo de *lettering*. A delimitação de um processo de criação de design gráfico se torna pertinente, visto que, o cartaz é um artefato de design. E, portanto o mesmo foi escolhido pela sua versatilidade e poder comunicacional, enaltecendo e abrigando bem as qualidades técnicas e artísticas dos letreiramentos. É importante apontar como referencial teórico também um método de criação de *lettering*, em razão do objeto principal desse trabalho ser os letreiramentos de inspiração popular.

Sendo assim, optou-se pela adaptação do método de criação e produção de *lettering* proposto por Bruna Bertolazi Maritan (MARITAN, 2019). Cujo método corresponde ao cruzamento do processo de criação de design de Gavin Ambrose e Paul Harris (AMBROSE e HARRIS, 2011, *apud* MARITAN, 2019) com o processo de criação de *lettering* da designer Jessica Hische (HISCHE, 2015, *apud* MARITAN,

2019). Este cruzamento resultou em um método adequado ao que essa pesquisa se propõe. Dentro desse cenário, a pesquisa objetiva criar uma série de cartazes com letreiramentos baseados na tipografia vernacular observada na cidade de Caruaru.

Vale ressaltar, que dentro do método final utilizado para gerar os letreiramentos dessa monografia, na etapa “Pesquisar”, no tópico “Análise da tipografia vernacular registrada” utilizaremos o método para desenho de fontes de inspiração vernacular proposto por Eduardo de Oliveira Moreira (MOREIRA, 2016), no intuito de gerar o alfabeto tipográfico que denominaremos de “Caliru”, o seu processo criativo será detalhado mais adiante. Por fim, para melhor compreender a linha de raciocínio do método híbrido proposto por Maritan (2019) iremos traçar aqui as etapas percorridas até o cruzamento dos métodos:

3.1 METODOLOGIA PARA PROJETO DE DESIGN GRÁFICO AMBROSE E HARRIS (2011)

Segundo os autores Ambrose e Harris (2011) o processo de design, baseado no design thinking, está incorporado à interação de etapas que transforma um problema de um *briefing* em uma solução de design, por esta via, olhando para o modo de pensar e conduzir o projeto até o usuário. E, portanto, o desenvolvimento do design está ligado a um alto nível de criatividade. Entretanto, de modo sistematizado, direcionado e controlado pelo processo. Os autores estabelecem sete etapas do processo de design: definir, pesquisar, gerar ideias, testar protótipos, selecionar, implementar e aprender (Figura 15).



Figura 15 - Etapas do processo de design. Fonte: imagem criada pelo autor (2022) a partir de Ambrose e Harris (AMBROSE e HARRY, 2011, *apud* MARITAN, 2019)

Definir:

Nesta etapa, a partir de um *briefing* é identificado um problema. De modo geral é uma fase muito frequente no processo de design. O briefing dentro do campo do design pode ser escrito ou verbal e apontando as solicitações do cliente para um trabalho estabelecido. É necessário obter todas as informações para que seja

concluído o trabalho com sucesso, caso as informações não sejam o bastante, será importante refazer o *briefing*. Portanto, é interessante que haja a delimitação de objetivos, com a intenção de estabelecer a proposição geral do projeto de design. Neste contexto, descrever as ideias e os valores gerais que serão apresentados ao público. Prestabelecer antes o *briefing* permite organizar produtos e valores acarretando em como será pensada cada etapa do processo. (AMBROSE e HARRIS, 2011 *apud* MARITAN, 2019, p. 11)

Pesquisar:

A etapa de pesquisa se resume em juntar material para nutrir o processo criativo na fase de geração de ideias. Em relação ao público-alvo pode ser feita uma pesquisa quantitativa ou qualitativa. A construção de um mapa mental é interessante na visualização do perfil do público, apontando informações gerais, tal como sentimentos e preferências em relação à solução que se está desenvolvendo. Conforme Maritan (2019) “uma fonte primária da pesquisa é o aprendizado gerado por projetos semelhantes desenvolvidos e *feedback* de clientes” (MARITAN, 2019, p. 11). Uma pesquisa mais geral por fontes secundárias contribui para complementar a fonte primária.

Gerar ideias:

Trabalha-se aqui com fundamento nas informações coletadas pela etapa de pesquisa e também pelas determinações estabelecidas na etapa de definição. Há algumas técnicas desenvolvidas para ajudar os designers na geração de alternativas. Nesta fase, também é importante determinar os direcionamentos visuais do projeto, levando em consideração a variedade de movimentos artísticos e do design. Segundo Maritan (2019) conforme essa etapa vai progredindo é possível notar as dificuldades das duas primeiras etapas. “Tratando-se de um processo iterativo pode-se voltar a coletar informações e buscar esclarecer as definições do projeto” (MARITAN, 2019, p. 12).

Testar protótipos:

Anteriormente foi possível a geração de diversas alternativas potenciais para o projeto. Antes de chegar a uma solução interessante pode ser necessário desenvolver um pouco mais as melhores ideias, esboçando características mais

específicas que podem ajudar a seleção. Portanto, é possível gerar protótipos que verifiquem a viabilidade técnica para saber se funciona como esperado, seja visualmente ou fisicamente. Maritan (2019) mostra que não é necessário o protótipo ser fiel à aparência final, já que o objetivo é testar alguns aspectos pontuais.

Selecionar:

Nesta etapa será realizada a seleção de uma das propostas para ser desenvolvida. O principal aqui para a escolha definitiva é atender os objetivos do *briefing* e as necessidades do projeto. Nem sempre é possível atender a todas as demandas levantadas em uma proposta, pois fatores como custo e tempo podem ser empecilhos. Por isso é importante falar sobre as restrições de orçamento ou prazo na etapa de definição.

Implementar:

Nesta etapa é relevante obter as informações necessárias para a produção do projeto. Visto que, essas informações serão encaminhadas aos responsáveis pela concretização do projeto. “A implementação pode ser acompanhada pelo designer para garantir que se obtenha o resultado final esperado. Essa etapa termina com a entrega do trabalho finalizado ao cliente” (MARITAN, 2019, p. 12).

Aprender:

A importância dessa etapa é gerar aprendizado para projetos futuramente. Deve-se ter o olhar atento para identificar, no processo geral, o que trabalhou bem e o que deve ser aperfeiçoado. É válido também procurar saber sobre um *feedback* do cliente e como foi atingido o seu público. As informações abordadas aqui servem para alimentar as etapas de definição e pesquisa em outros projetos. Por fim, é interessante sempre levantar questionamentos em todas as etapas.

3.2 PROCESSO DE CRIAÇÃO E PRODUÇÃO DE LETTERING HISCHE (2015)

Jessica Hische (2015) especifica em seu livro *In Progress* o processo criativo desde o papel em branco até a arte finalizada. A autora afirma que o seu processo de construção de lettering pode não servir para todos, entretanto espera que ao compartilhar o que foi eficaz para ela possa ajudar outros artistas a descobrirem o

que funciona melhor para eles mesmos. De acordo com Hische (HISCHE, 2015, *apud* MARITAN, 2019) as etapas do processo são definidas por: pesquisa e *brainstorm*, explorar miniaturas, esboços e criação da arte final (Figura 16).



Figura 16 - Etapas do processo de lettering. Fonte: Imagem criada pelo autor (2022) a partir de Jessica Hische (HISCHE, 2015, *apud* MARITAN, 2019).

Pesquisa e brainstorm:

Tem relação com grande parte do trabalho no processo criativo. Normalmente, o próprio material que se está desenvolvendo influencia um trabalho de *lettering*, por exemplo o conteúdo de um livro, a criação de um logotipo ou um artefato ilustrado. Hische (2015) mostra o processo de *brainstorm* do jeito mais tradicional, através de uma lista de palavras associadas de modo livre, sem julgamentos, justamente por não saber o que pode gerar uma boa ideia. Após concluir a lista, procura-se por conceitos, afunila as ideias mais óbvias e ao mesmo tempo que se busca associar essas ideias entre si, obtendo conceitos únicos e espontâneos. Buscando algo além do genérico. Por fim, chega-se a algumas ideias que serão melhor exploradas visualmente na próxima etapa (HISCHE, 2015, *apud* MARITAN, 2019).

Explorar miniaturas:

Após a delimitação de ideias mais sólidas podemos seguir adiante para as miniaturas. Corresponde em gerar ideias de maneira mais visual. Tem como propósito testar modos de organizar as palavras em uma composição. É interessante observar quais palavras serão mais enfatizadas, construindo uma hierarquização, ou seja, um jogo de equilíbrio onde algumas palavras chamarão mais a atenção e outras terão menos destaque. Sendo assim, a hierarquia dentro de um *lettering* é essencial para que possa haver uma composição final sem confusão e fácil de ler e compreender. Segundo Maritan (2019) as miniaturas não precisam de

acabamento impecável, pois o objetivo é experimentar. Às vezes é mais fácil de fazer e noutras vezes exige mais exploração.

Esboços:

Rabiscos ou *sketches* atuam como um meio rápido de legitimar aparências e conceitos com o cliente antes de partir para o projeto final. Hische (2015) desenvolve os desenhos de esboços em estágios, começando por traços leves até a arte obter forma. Maritan (2019) sintetiza o processo de esboço da designer nos seguintes passos: “traçar linhas guias, escolher estilos de letra, esboçar levemente, refinar o *sketch*” (HISCHE, 2015, *apud* MARITAN, 2019, p. 13).

Criação da arte final:

Hische (2015) aborda a criação da arte final como finalização digital vetorial relacionado a algum software de computador que ajuda a transformar os esboços em arte vetorial, sendo a *pen tool* a ferramenta mais importante desse processo. Dentro desse processo de vetorização a autora aponta uma sequência de passos: traçar linhas guias, desenhar o esqueleto, desenhar o corpo, desenhar as “roupas”, adicionar cor.

3.3 COMBINAÇÃO DOS PROCESSOS DE DESIGN E *LETTERING* PROPOSTA POR MARITAN (2019)

Depois de pesquisar e delimitar os processos de design e *lettering* Maritan (2019) propôs um cruzamento entre o método de design de Ambrose e Harris (2011) com o processo de *lettering* de Hische (2015). Resultando assim, em uma metodologia de criação de *lettering* com base no design gráfico. Maritan (2019) criou essa combinação de métodos no intuito de desenvolver *letterings* (letreiramentos) para o projeto gráfico de calendários que tinha como tema a “criatividade”. Na Figura 17 abaixo foi esquematizada uma combinação entre os métodos de design e *lettering*.



Figura 17 - Esquema de comparação e combinação dos processos de design e *lettering*. Fonte: imagem criada pelo autor (2022) a partir de Maritan (MARITAN, 2019).

Maritan (2019) faz uma combinação onde a etapa de “Pesquisa e *brainstorm*” do processo de lettering se relaciona com a etapa “Pesquisar” do processo de design. “Explorar miniaturas” é ligada à etapa “Gerar ideias”, já que, dentro do processo de lettering as miniaturas são ideias rápidas de conceitos que serão abordados nos esboços. Deste modo, os esboços são um meio de enxergar como será a aparência final da arte que está sendo elaborada. Portanto, a etapa “esboços” se relaciona com a etapa “Testar protótipos” do processo de design. Para finalizar, a etapa “Criação da arte final” é combinada com a etapa “Selecionar”, pois os esboços

que serão concluídos são selecionados e desenvolvidos a tempo do impresso ser implementado e mandado para produção na etapa “Implementar”. Porém, as etapas do processo de design “Testar protótipos” e “Selecionar” quando são combinadas ao mesmo tempo com as etapas do processo de *lettering* “Esboços” e “Criação da arte final”, acontecem de modo paralelo, não sequenciado, e, portanto, acabam se unindo numa etapa só.

A Figura 18 abaixo delimita a proposta final de Maritan (2019): a metodologia híbrida de criação de *lettering* combinada com o processo de design, no intuito de sintetizar visualmente melhor cada etapa que iremos percorrer. No capítulo de metodologia projetual desse trabalho iremos detalhar mais cada parte. A Figura 18 também resume as atividades que serão desenvolvidas em cada etapa do processo:



Figura 18 - Etapas da metodologia de criação de *lettering* proposta por Maritan e adaptada ao projeto dessa pesquisa. Fonte: Imagem criada pelo autor (2022) a partir de Maritan (MARITAN, 2019).

3.4 METODOLOGIA PROJETUAL

Depois de ter explanado a metodologia de pesquisa e a combinação dos processos de design e *lettering* nos tópicos anteriores, o próximo passo é apontar como se desenvolveu a metodologia projetual proposta por Maritan (2019) adaptada ao projeto gráfico desta monografia. A seguir serão detalhadas as etapas do processo de criação dos letreiramentos finais:

3.4.1 Definir

Briefing:

Na primeira parte de “Definir” temos o *briefing*, onde praticamente todo projeto de design começa. Portanto, o *briefing* tem como intuito documentar pontos importantes como a motivação, a história, os objetivos, as restrições e aberturas do projeto (MARITAN, 2019).

A motivação para criar letreiramentos de inspiração popular veio da minha paixão pelas riquezas visuais encontradas na cultura e nas paisagens urbanas da cidade de Caruaru. Observar que as letras desenvolvidas por letristas populares com o tempo podem ser apagadas e esquecidas gera um desconforto pela sensação de desperdiçar potenciais expressões gráfico-visuais que além de comunicar uma mensagem também representam uma memória gráfica com suas peculiaridades locais. Sendo assim, apesar do artefato gráfico aqui ser uma série de cartazes o intuito maior é gerar conhecimento sobre como construir letreiramentos com uma pegada vernacular.

Nesse sentido, o tema para as frases dos letreiramentos presentes nos cartazes é sobre enaltecer a tipografia vernacular, estabelecendo um alfabeto inspirado nessas letras populares e abordando a importância de valorizar o local e os aspectos das letras nas paisagens das ruas em Caruaru.

Meu desejo é chegar a um resultado com qualidade técnica e acabamento que mantenham as características do vernacular, porém com a qualidade de um projeto de design gráfico sistemático; equilibrar o analógico com o digital; aprender como desenvolver composições de letreiramentos com excelência e criatividade.

É importante também observar a viabilidade técnica do projeto, como o tamanho, formato, cores e ornamentos que serão utilizados nos letreiramentos. Ou

seja, as restrições e dificuldades que serão encontradas na hora de compor os cartazes.

Definição do público-alvo:

Tipografia vernacular é um tema que automaticamente atrai o olhar de alguns designers e profissionais da área criativa como publicitários e artistas gráficos. Portanto, foi pensado como público-alvo estes profissionais criativos. O cartaz se torna um artefato de design ideal para expor os letreiramentos e trazer inspiração diária para a rotina de trabalho com criação, além de valorizar o design popular e local.

Proposição geral do projeto:

Refletindo sobre o produto de design (cartaz) e seus valores foi pensada na seguinte proposição geral do projeto: motivar mentes criativas através de mensagens ilustradas com frases que remetem ao letreiramento popular.

3.4.2 Pesquisar

Pesquisa sobre cartaz:

Os cartazes são artefatos de grande relevância para o meio econômico, social e cultural, no século XIX era uma das mídias mais expressivas de comunicação. Desde a década de 1860 até o começo do século XX se pode notar como destaque na época o pintor e designer francês Jules Chéret, de acordo com Hollis (*apud* SOUZA, 2020) o artista se tornou precursor do que seria mais tarde um método inovador de impressão, justamente por combinar método de produção industrial com artístico (Figura 19). Conforme Meggs (2009) na década de 1890 diversos artistas mais jovens do movimento cartazista se tornariam mais tarde ilustradores relevantes do século XX.



Figura 19 - Jules Chéret – “Paris dançando no Merry Moulin Rouge” (1890) e “Théâtrephone” (1890).
 Fonte: <<https://www.meisterdrucke.pt/artista/Jules-Cheret.html>>. Acesso em 01 jun. 2022.

Pierre Bonnard e Henri de Toulouse-Lautrec em companhia de Jules Chéret desenvolveram seus cartazes retangulares na vertical seguindo o estilo dos cartazes xilográficos japoneses. Eles não apenas projetavam desenhos que seriam estampados nos cartazes, assim como, aprenderam a técnica de desenhar suas próprias letras tipográficas, eles não se restringiam aos tipos móveis “limitados” da época (HOLLIS, 2001). Sendo assim, pode-se então até dizer que eles também praticavam a arte de letrista, elaborando letreiramentos exclusivos e customizados na composição dos cartazes impressos naquela época (Figura 20).



Figura 20 – Henri de Toulouse-Lautrec “Moulin Rouge: La Goulue” (1891) e Pierre Bonnard – “Cartaz publicitário França Champagne” (1891). Fonte: <<https://www.meisterdrucke.pt/artista/Henri-de-Toulouse-Lautrec.html>> e <www.meisterdrucke.pt/Pierre-Bonnard.html> ambos acessados em 01 jun. 2022.

Além dos movimentos artísticos dos cartazes na França, podemos destacar também que foram populares em Amsterdam, Berlim, Bruxelas, Viena, Praga, Madri, Milão, Nova Iorque, entre outros. Tinham como finalidade tanto apresentar imagens decorativas de eventos e apresentações quanto o anúncio de produtos. Sendo assim, sintetizavam o uso de metáforas visuais para definir em um cartaz só conceitos, ideias e valores. (HOLLIS, 2001).

No cenário da sociedade industrial as criações de arte passaram por um período de transição e reinvenção caminhando pelas referências medievais e artesanais, desenvolvendo peças que cada vez mais evoluíam nas técnicas de reprodução gráfica, tornando-se mais fáceis e rápidas sua propagação. Os designers Will Bradley e William Morris se destacam nesse período, pois de acordo com Hollis (2001, p. 19), como cartazistas associavam “liberdade estética e ousadia criativa, que se seguem ao primeiro contato com uma inovação técnica na área de produção e reprodução gráficas”. (Figura 21).



Figura 21 - William Morris "Tree of Life". Fonte: <<http://www.fineartamerica.com/featured/tree-of-life-william-morris.html?product=poster>> . Acessado em 02 jun. 2022.

Conforme Hollis (2001) o período da Segunda Guerra Mundial foi onde os cartazes ganharam grande importância, era uma mídia equivalente ao rádio e TV, tornando assim, democráticos a disseminação de informação e propaganda por parte do governo de ambos os lados da guerra. Deste modo, sensibilizavam a população, faziam convocações e convencendo a arrecadar dinheiro. O cartaz do Tio Sam (Figura 22) "*I want you for U.S. Army*" se tornou um ícone da relevância comunicacional dos cartazes, da combinação poderosa da tipografia com a ilustração.



Figura 22 - Cartaz "I want you for U.S. Army". Fonte: <<http://baltimoreonthecheap.com/uncle-sam/>>. Acessado em 02 jun. 2022.

De acordo com Meggs (apud SOUZA, 2009) com o passar do tempo os cartazes foram evoluindo e se tornando uma junção de expressão de conteúdo, comunicação e harmonia visual de sucesso. O autor aponta também que na história do design de cartazes o estilo Polonês (Figura 23) se torna notável, pois é razão de orgulho nacional sendo comum em eventos culturais como na política, filmes, teatro e circo. Em especial a partir da década de 1950. Neste sentido, buscou-se um enfoque mais divertido no seu estilo, pois se tornava um contraponto ao mundo sombrio da guerra e mergulhava na claridade e na decoração. Os cartazes, então seguiram uma essência mais criativa antes de serem produtos para vender, eram obras de arte, expressando mais questões sociais do que publicitárias (MEGGS, 2009). Até os dias de hoje o cartaz se torna relevante, pois segundo Meggs (2009, p. 275) o intuito de um cartaz é chamar a atenção e a sua “mais leve excentricidade não estará deslocada desde que desperte a curiosidade e com isso capture a atenção dos passantes [...]”.



Figura 23 - Cartazes poloneses em ordem: *Kanał*, de Jan Lenica (1956) - *The man with the golden key*, de Hubert Hilscher (1957) - *Sunset Boulevard*, de Waldemar Swierzy (1957) - *Roman holiday*, de Jerzy Flisak (1959) - *Me and the Coronel*, de Eryk Lipinski (1961) - *L'Avventura*, de Jan Lenica (1962) - *Cat Ballou*, de Wiktor Gorka (1967) - *The fireman's ball*, de Jerzy Flisak (1968). Fonte: <<http://fichagas.blogspot.com/2010/01/o-legado-dos-cartazes-poloneses.html>>. Acessado em 03 jun. 2022.

É possível notar que o cartaz como artefato possui uma história ampla, de grande relevância social e que perduram até os dias atuais os seus potenciais gráficos e expressivos como objeto de arte decorativa e igualmente como uma poderosa ferramenta de comunicação, transmissão de pensamentos, ideias ou estilo de vida. Por fim, esta pesquisa sobre o conceito de origem e relevância dos cartazes expandiu o nosso olhar sobre o assunto e vai contribuir nas próximas etapas do processo aqui de criação dos cartazes com os letreiramentos.

Análise de similares:

Essa etapa tem o objetivo de conhecer outros cartazes com propostas similares ao que pretendemos desenvolver neste presente projeto. Sendo assim, foi realizado uma análise de similares através dos sites: *Pinterest*, *Instagram* e

Behance, onde artistas e designers do mundo todo compartilham seus projetos. Levaremos em consideração analisar também os cartazes digitais, pois há atualmente um número expressivo de criação de cartazes para internet.

- a) Cartazes Carga Máxima – Carga Máxima é uma equipe de letristas e designers gráficos do Peru que gosta de imprimir como identidade visual a tipografia vernacular. Os cartazes da Carga Máxima (Figura 24) se destacam: pelo uso das cores saturadas e tons fortes; pela diagramação de impacto das letras com textura de pinceladas manuais; pelo uso de ornamentos, grafismos e sombras nas letras. Utilizam composição simples de grids e elementos de apoio para gerar dinamismo. Formato tradicional de cartaz, seja como A4 ou A3.



Figura 24 - Cartazes da Carga Máxima. Fonte: <<https://www.behance.net/cargamaximape>>. Acessado em 03 jun. 2022.

- b) Cartazes tipografia vernacular por Vinicius Guimarães – o designer gráfico Vinicius Guimarães lançou uma oficina de tipografia vernacular e desenvolveu um cartaz para divulgar a oficina e outros para mostrar a criação de suas letras de inspiração popular (Figura 25). Como destaque temos: um bom uso da hierarquia dos elementos; cores fortes bem equilibradas com fundo de texturas

ou cores neutras; elementos vernaculares de decoração bem aplicados para destacar informações importantes.



Figura 25 - em ordem: Vernaculando – cartaz de divulgação de oficina de tipografia vernacular; filezin – cartaz para mostrar lançamento da “Filezin” e seus caracteres; contexto – cartaz para mostrar lançamento da “Contexto” e suas letras. Fonte: Vernaculando <https://www.behance.net/gallery/15580507/CartazesPosters-Vernaculando?tracking_source=project_owner_other_projects>, filezin: <<https://www.behance.net/gallery/3400701/Tipografia-Artesanal-Urbana>>, contexto: <<https://www.behance.net/gallery/3400701/Tipografia-Artesanal-Urbana>>. Acessado em 04 jun. 2022.

- c) Cartaz 24º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira – Cartaz com o intuito de divulgar informações e as datas de inscrições para a premiação. Podemos notar como destaques: a ideia criativa de apropriação do estilo de cartazes encontrados nos mercados, carregados de letreiramentos vernaculares comerciais que chamam a atenção do cliente para os preços das mercadorias; o uso das cores que gera um forte contraste trazendo maior destaque também para a tipografia de inspiração popular; o jogo de contraste e hierarquia entre uma diagramação “torta” de algo feito à mão com um grid mais estruturado abaixo com letras menores; Por fim, a utilização de elementos de apoio como a tarja vermelha por trás da palavra “imperdível” e o elemento de destaque abaixo do nome “Museu da casa brasileira” (Figura 26).



Figura 26 – Cartaz do “24º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira” (2010). Fonte: <<https://www.flickr.com/photos/fabribeiro/4626208063/>>. Acessado em 04 jun. 2022.

- d) Cartaz Barbada Bacalhau SRC – Barbada é um evento brasileiro de música contemporânea e performances de DJs, bandas nacionais e locais. Este cartaz tem como objetivo divulgar o show da banda Bacalhau SRC. O pôster tem como diferenciais: o uso de letras urbanas feitas à mão com pincel, trazendo uma sensação de algo mais puro e real; a diagramação diferenciada e ousada que quebra a linha de leitura convencional gerando um jogo de contrastes no arranjo das letras uma parte horizontal e a outra vertical; a utilização de cores reduzidas, porém contrastantes com o laranja sobressaindo sobre tons de cinza, preto e branco; em conclusão, observamos que a ilustração do peixe ao centro do cartaz traz um ponto de equilíbrio e possui um boa diagramação, encaixando-se harmonicamente à composição geral da peça (Figura 27).

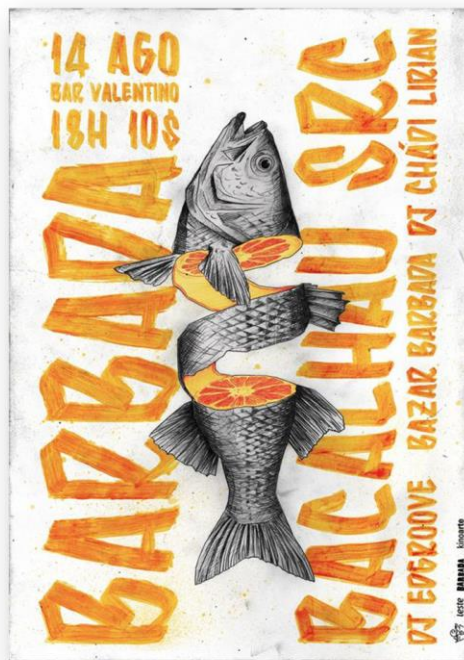


Figura 27 - Cartaz de divulgação show Bacalhau SRC para o evento musical “Barbada” (2016).
 Fonte: <https://www.behance.net/gallery/42463629/B-A-R-B-A-D-A-Bacalhau-SRC>>. Acessado em 04 jun. 2022.

A análise dos cartazes similares buscou identificar os diferenciais de cada peça com a finalidade de orientar quais requisitos são interessantes ao projeto dos cartazes que serão concluídos na etapa de “Testar e Selecionar”. Ao todo foram analisados 4 cartazes, um resumo comparativo pode ser observado na Figura 28 abaixo:

ASPECTOS ANALISADOS	CARTAZES ANALISADOS			
	 Carga Máxima	 Vernaculando	 24º Prêmio Design	 Cartaz Barbada
COR	Cores saturadas e tons fortes	Cores fortes bem equilibrada com o fundo	Cores de alto contraste com inspiração popular	Cores reduzidas, porém contrastantes
DIAGRAMAÇÃO	Composição de grids simples com destaque nas letras	Bom uso da hierarquia dos elementos	Grid estruturado com boa hierarquia e alto contraste de formas	Grid ousado que quebra linha comum de leitura
TIPOGRAFIA	Letras de impacto com texturas manuais	Letras vernaculares em evidência no arranjo	Letras com uso criativo de referências populares	Letras em destaque com texturas manuais
GRAFISMOS	Ornamentos e sombras nas letras	elementos vernaculares que geram destaque às letras	Tarja vermelha e elemento decorativo feito à mão	Ilustração e texturas manuais como grafismos
DIFERENCIAL	Cores e letras de impacto e inspiração vernacular	Equilíbrio de cores fortes com fundo neutro	Uso criativo na referência de cartazes populares	Formas ousadas no grid com ilustração manual de apoio

Figura 28 – Resumo da análise de similares dos cartazes baseado em Maritan (2019). Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Registro dos letreiramentos populares presentes nas ruas de Caruaru:

Essa etapa é responsável pelo registro fotográfico das paisagens urbanas da cidade de Caruaru, tem como objetivo ser a parte de pesquisa de campo dos letreiramentos populares. A pesquisa de campo sistematizada para este trabalho foi fundamentada na investigação dos letreiramentos populares de Finizola (2010). Portanto, foi estabelecido para esta pesquisa dois roteiros pela cidade de Caruaru: [1] Roteiro 1 – Avenida Rio Branco, Bairro Nossa Senhora das Dores, centro; [2] Roteiro 2 – Próximo à Avenida Lourival José da Silva, região da tradicional feira de Caruaru.

O recorte do universo de análise da pesquisa se deu por englobar principalmente os letreiramentos feitos por letristas especialistas, seguiu-se este caminho pela variedade de estilos das letras e priorizando a originalidade tipográfica. Dessa forma, foram evitados os letreiramentos que reproduzem logotipos ou

identidades visuais, já que são baseados em fontes digitais já preestabelecidas. E, por dar ênfase aos traços peculiares do desenho é que foram escolhidos o roteiro e as letras, pois foi andando pelas ruas e observando os detalhes de movimentação e estilos que se compreendeu que o centro da cidade e a feira tinham muitos letreiramentos diversificados e expostos.

Dentre as diversas fotos capturadas em Caruaru, selecionou-se oito imagens, onde foram identificados os estilos e tipos de suporte. Os estilos que foram identificados conforme a classificação de letreiramentos populares de Finizola (2010) são as: caligráficas, fantasia, serifadas, gordas, quadradas e grotescas. Em relação ao tipo de suporte foram identificados: mural, fachada de barraca e placa. Para obter um panorama geral do registro dos letreiramentos a Figura 29 sintetiza adequadamente as imagens captadas em Caruaru e aponta também a classificação, o suporte e o roteiro:

REGISTRO DOS LETREIRAMENTOS POPULARES EM CARUARU				
Imagem				
Classificação	Caligráficas	Fantasia	Serifadas	Gordas
Suporte	Mural	Fachada de Barraca	Fachada de Barraca	Fachada de Barraca
Roteiro	Roteiro 1 - Av. Rio Branco	Roteiro 2- Feira de Caruaru	Roteiro 2- Feira de Caruaru	Roteiro 2- Feira de Caruaru
Imagem				
Classificação	Gordas	Quadradas	Gordas	Grotescas
Suporte	Fachada de Barraca	Fachada de Barraca	Fachada de Barraca	Placa
Roteiro	Roteiro 2 - Feira de Caruaru	Roteiro 2- Feira de Caruaru	Roteiro 2- Feira de Caruaru	Roteiro 2- Feira de Caruaru

Figura 29 - Síntese do registro dos letreiramentos populares de Caruaru. Fonte: imagem elaborada pelo autor (2022)

Com a finalidade de discutir sobre as impressões gerais de cada foto registrada, será apontada em seguida especificamente cada imagem dos letreiramentos de Caruaru. É importante fazer esse direcionamento para obter um olhar mais atento aos detalhes. Por este caminho, como impressão inicial podemos notar que os letreiramentos capturados são voltados para o comércio, a publicidade e a identificação das barracas.

Na Figura 30 temos a imagem de uma divulgação publicitária, nela podemos notar o uso de um letreiramento popular baseado em traços Caligráficos, uso de sombra e contraste entre o fundo branco com as letras vermelhas e pretas. O mais interessante de observar é o estilo peculiar dos movimentos caligráfico e a sua combinação com sombras.



Figura 30 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 1. Fonte: arquivo do autor

Podemos observar letras com desenhos baseados em formas mais livres com decoração externa, no caso a sombra amarela (Figura 31). Este letreiramento é classificado como Fantasia, justamente pelas formas livre e desenho decorativo na parte de fora das letras.



Figura 31 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor

Na Figura 32 é relevante perceber as Serifas, o modo característico do desenho das hastes e as barras das letras, em específico a letra “A”.



Figura 32 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor.

As letras classificadas como Gordas (FINIZOLA, 2010) possuem terminações arredondadas ou curvas e também pesos expressivos na largura das hastes. Sendo assim, a Figura 33 acaba se enquadrando nesse perfil, contudo alguns detalhes diferentes localizados na parte superior das letras tornam interessante o desenho delas e traz uma certa personalidade.



Figura 33 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor

As letras captadas também na Figura 34 são consideradas Gordas, novamente pelos acabamentos redondos e peso de suas hastes, trazendo como diferente a inclinação dos tipos.



Figura 34 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor

Já na Figura 35 os desenhos são o oposto das gordas e possuem formas retas e quadradas, por isso podemos classificá-las como Quadradas. É notável perceber o diferencial no desenho da letra “r”, onde se mantém o estilo reto com quebra no terminal superior da letra.



Figura 35 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor

Nessa representação das letras temos uma classificação como Gordas, chamando a atenção para os aspectos da construção descontínua de algumas letras, como a barra central da letra “e” por exemplo (Figura 36).



Figura 36 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor

Por último, temos as letras que foram classificadas como Grotescas (FINIZOLA, 2010), que são baseadas em fontes tipográficas sem serifa com aspectos geométricos dos tipos grotescos. Na Figura 37 podemos identificar esses traços geométricos, porém com algumas distorções nas formas, aspecto comum dos desenhos manuais.



Figura 37 - Registro dos letreiramentos populares durante a realização do roteiro 2. Fonte: arquivo do autor

Análise da tipografia vernacular registrada:

Após registrar e traçar um panorama geral das imagens capturadas nas ruas de Caruaru é necessário analisar e escolher qual estilo de desenho dos letreiramentos registrados servirá de inspiração para o projeto final dos cartazes. Para isso, seguiremos uma adaptação do método para desenho de fontes de inspiração vernacular proposto por Eduardo de Oliveira Moreira (MOREIRA, 2016). Pois esse método fornece um caminho para identificar, analisar e utilizar da

referência para criar uma fonte de inspiração popular. Moreira (2016) apresenta o método nas seguintes fases: fase 1 – escolha da referência; fase 2 – análise da referência; fase 3 – uso da referência e fase 4 – do analógico ao digital.

É relevante deixar claro que na fase 4 – do analógico ao digital – o caminho que faremos para o digital implicará no desenvolvimento de um alfabeto de base caligráfica e para manter as características fiéis ao estilo manual será utilizado a rasterização de imagem, uma ferramenta do *software Adobe Illustrator* que transforma imagens em vetores. Utilizaremos também o *Procreate*, que consiste num aplicativo para *IPad* de ilustração digital intuitivo que simula diversas ferramentas artísticas manuais (analógicas) no campo digital.

- a) Fase 1 – Escolha da referência – Como letreiramento popular de referência foi escolhido o de classificação caligráfica (Figura 38). Visto que, os traços desse letreiramento apresentam aspectos bem peculiares e interessantes a serem explorados. Aspectos como: sombras desenhadas com o pincel por fora de uma letra de base caligráfica; algumas variações sutis de inclinação no ângulo do pincel; alguns acabamentos de arremates nas serifas não possuem desenho de sombra e o seu desenho geral tem algumas diferenças se comparado com a estrutura de letras caligráficas tradicionais, a mudança na inclinação do ângulo do pincel é uma delas. Essa fase conforme Moreira (2016) auxilia o designer a escolher a referência de acordo com a classificação dos letreiramentos populares de Fátima Finizola, para complementar o autor diz que essa fase é subjetiva e serve para ajudar o designer a dar o primeiro passo no projeto.



Figura 38 – Escolha da referência do letreiramento de classificação caligráfica. Fonte: arquivo do autor

- b) Fase 2 – Análise da referência – nessa fase, Moreira (2016) aponta que a referência deve ser analisada conforme as três categorias de classificação: [1] Autoria, buscando identificar se o artefato vernacular foi feito por especialista ou não-especialista; [2] Formas de representação, objetiva classificar se a natureza da referência é caligráfica, tipográfica ou faz uso do desenho como forma de representação; [3] Atributos formais, busca compreender suas particularidades formais, incentivando a reflexão criativa acerca das possibilidades do projeto e aprofundando nos detalhes formais da referência como: construção, forma, largura, peso, serifa, decoração, tipo de contraste e caracteres-chave. Para elucidar melhor a aplicação dessa fase à referência escolhida para nosso projeto a Figura 39 aponta um diagrama que sintetiza a análise de referência:



Figura 39 - Diagrama com síntese da análise de referência e seus atributos formais adaptado de Moreira (2016). Fonte: elaborado pelo autor (2022)

- c) Fase 3 – Uso da referência – É o estágio prático do método e consiste na construção dos caracteres que irão compor a fonte. É necessário definir o tipo de uso que se pretende fazer da referência. Moreira (2016) divide em dois tipos de uso: [1] Reprodução literal, passa a observar e reproduzir a referência de modo a transpor do vernacular ao digital, procurando manter os mínimos detalhes do artefato vernacular; [2] Reprodução inspirada – o designer busca gerar suas

próprias interpretações a partir das referências captadas nas etapas anteriores, com maior liberdade criativa e desenhando os caracteres de acordo com o nível de inconstância que se decidiu abordar. Para o nosso projeto de letreiramento foi decidido seguir pelo caminho da “Reprodução inspirada”, ou seja, vamos desenvolver os caracteres da fonte baseados no letreiramento que escolhemos como referência. Já que a referência é baseada em movimentos caligráficos, criaremos os caracteres também a partir de caligrafias manuais, feitas com uma caneta caligráfica de ponta chanfrada. Sendo assim, vamos gerar um alfabeto caligráfico baseado na referência (Figura 40).

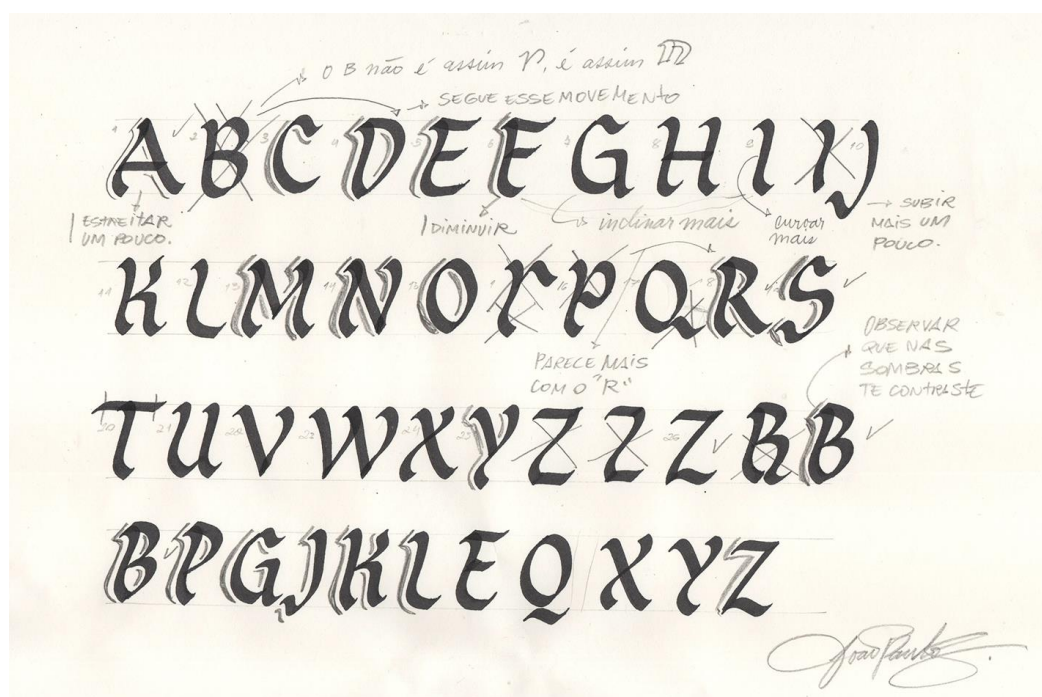


Figura 40 - Alfabeto caligrafado e desenhado pelo autor a partir dos estudos da referência vernacular. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

- d) Fase 4 – do analógico ao digital – Essa é a última fase do método proposto por Moreira (2016). Esta etapa visa finalizar os esboços gerados a partir da referência no digital em algum software de vetorização. Cabe ao designer decidir se fará por rasterização de imagem ou pelo processo de vetorização controlada. No caso do nosso projeto, utilizamos do programa *Adobe Illustrator* para realizar a rasterização das imagens. Desta maneira, são preservadas as inconstâncias do estilo manual das caligrafias criadas de modo exclusivo para esse projeto. O

alfabeto criado foi chamado de *Caliru*, o nome foi escolhido a partir de uma junção das palavras “Caligrafia” com “Caruaru”. Ou seja, uma caligrafia de Caruaru para enaltecer a tipografia vernacular. Na Figura 41 podemos ter uma visão de como ficaram as letras depois da fase 3 e após o processo de rasterização da fase 4:



Figura 41 - Alfabeto "Caliru" desenhado a partir da análise da referência tipográfica vernacular de Caruaru pelo autor. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Por fim, após finalizar o alfabeto tipográfico “Caliru” foi possível observar como designer e pesquisador, que mesmo seguindo a metodologia de criação proposta por Moreira (2016) as interpretações das categorias e fases do desenho de tipos, de uma maneira particular, muitas vezes, podem até ser diferentes daquelas previstas pelo autor. Por conseguinte, pode-se enriquecer mais ainda o processo e o resultado do alfabeto tipográfico por ser um caminho até mais subjetivo. Dentro do desenho da “Caliru”, a própria variação do desenho das sombras nas letras é um

exemplo da espontaneidade característica do desenho de tipos vernaculares. Pode-se notar esses detalhes em algumas letras: na barra e na saída da letra “A” não há o desenho de sombra, assim como nos terminais das letras “C”, “G”, “K” e “S”. E, também nos ombros das letras “P”, “R”, “X” e “Y”. Por último, nos números “2”, “5”, “6”, “8” e “9”.

Pesquisa visual de referências:

Essa etapa consiste na busca por referências de aplicações e desenhos de letreiramentos (lettering), buscando artes diferenciadas, arranjos com ou sem ornamentos, estilos variados, com ou sem ornamentos, com letras diferenciadas e com cores múltiplas ou sóbrias. Essa pesquisa não se limitou em qual tipo de material, suporte ou técnica. O objetivo aqui é levantar conceitos diferentes para que possamos experimentar mais na fase de geração de alternativas.

A Figura 42 resume bem os letreiramentos pesquisados, aqui a imagem funciona como um painel imagético ou visual de inspiração para a criação do letreiramentos finais ao qual essa monografia se propõe.

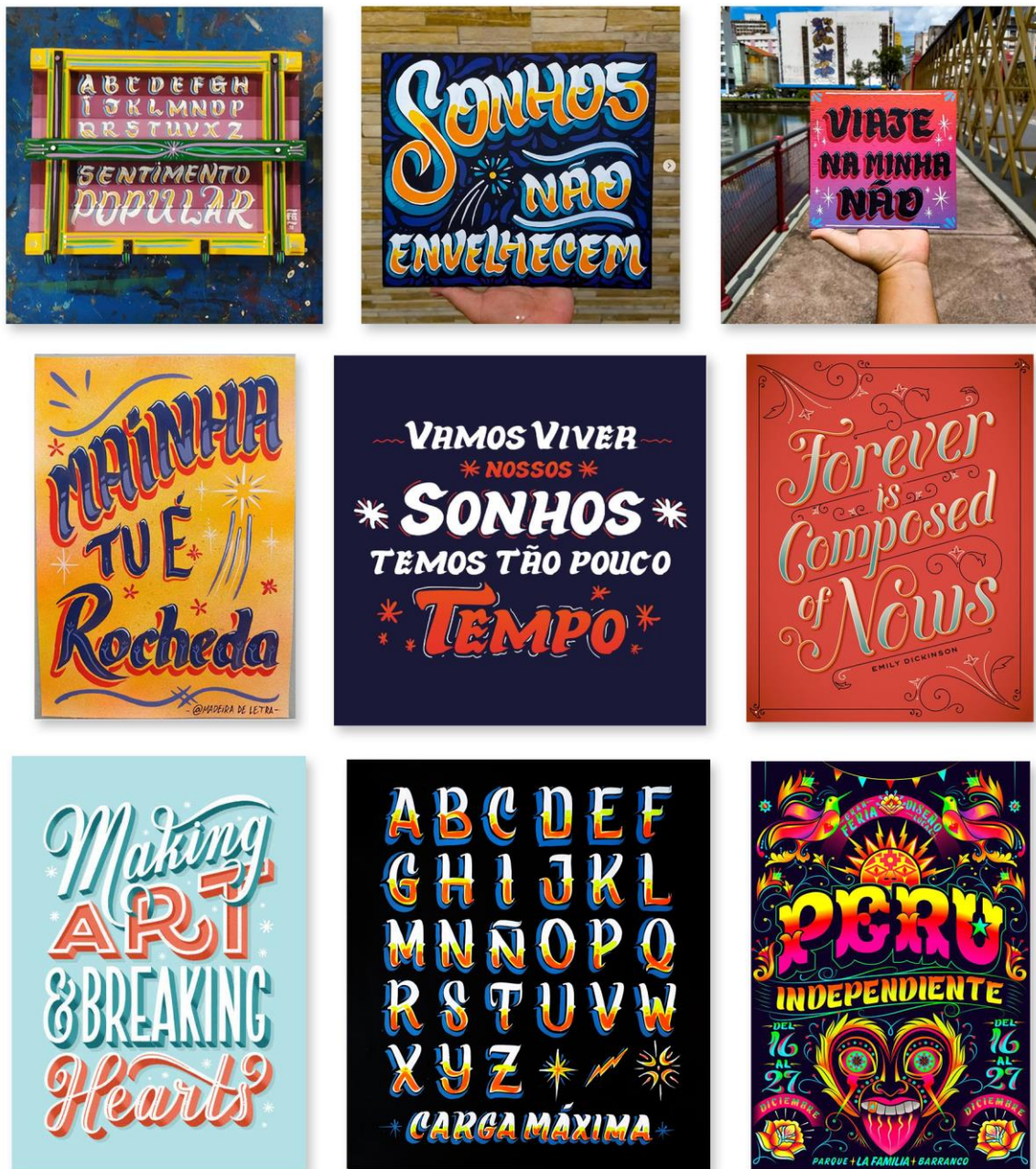


Figura 42 - Painel Visual com referência de letreiramentos (lettering). Fonte: 1 - <<https://www.instagram.com/p/BkQ3koJleE5/>>, acessado em 10.06.2022; 2 - <<https://www.instagram.com/p/CUDdAHmLWOi/>> acessado em 10.06.2022; 3 - <<https://www.instagram.com/p/CbNWy44rbWy/>>, acessado em 10.06.2022; 4 - <https://www.instagram.com/p/CdT7vrdL_03/>, acessado em 10.06.2022; 5 - <https://www.instagram.com/p/Bz_yunBITOD/>, acessado em 10.06.2022; 6 - <<https://www.amyhasdesign.com/we-all-want-to-be-jessica-hische/>>, acessado em 10.06.2022; 7 - <<https://www.homsweethom.com/goodytype-x-hom-sweet-hom/>>, acessado em 10.06.2022; 8 - <<https://br.pinterest.com/pin/501729214721441260/>>, acessado em 10.06.2022; 9 - <<https://cult75.blogspot.com/2017/12/jaguar-fluo.html>>

Podemos observar no painel visual que os letreiramentos utilizam cores vibrantes e elementos de apoio para compor uma narrativa visual expressiva e que

chama a atenção. Utilizaremos estes elementos e tipo de cores na hora de criar os nossos letreiramentos.

3.4.3 Gerar ideias

Determinação do conteúdo e material:

Começando a etapa de “gerar ideias” iremos definir o conteúdo dos letreiramentos, ou seja, apontaremos quais serão as frases e letras presentes nos cartazes. Indicaremos também o material que utilizaremos para composição dos letreiramentos. No caso, serão as ferramentas de pincel do aplicativo *Procreate* somadas às letras geradas na fase 4 da análise da tipografia vernacular registrada, isto é, o alfabeto “Caliru” será utilizado exclusivamente na hora de compor os letreiramentos para os cartazes, tudo organizado dentro do formato tradicional de cartaz no tamanho A3 (29,7x42cm).

Para determinar quais serão as frases dos cartazes foi necessário aplicar a técnica de *brainstorming* no intuito de chegar a uma solução criativa de frases que representassem bem o tema da tipografia vernacular de Caruaru. Antes de abordarmos a fase de *brainstorming* é interessante entendermos como funciona o processo de criatividade, conforme Goleman (GOLEMAN, 2014, *apud* MARITAN, 2019, p. 28) os “insights criativos implicam a junção de elementos de um modo útil e original”, isto é, a criatividade surge a partir da associação de elementos trabalhando de modo excepcionalmente bem. Segundo Maritan (2019) a criatividade também está associada a quem você é, as suas motivações e a sua personalidade.

Foi necessário mostrar como a criatividade funciona para entendermos como serão elaboradas as frases, o próprio alfabeto tipográfico “Caliru” foi criado a partir da associação de “caligrafia” com o nome “Caruaru”. Por esta via, também construiremos as frases dos letreiramentos unindo os conceitos de tipografia vernacular, Caruaru e letreiramento. Determinaremos as frases dos cartazes no próximo tópico de *Brainstorm* e definição dos conceitos.

Brainstorm e definição dos conceitos:

De acordo com Hische (2015) a técnica de *brainstorming* busca gerar conceitos antes de partir para a etapa de “miniaturas”. Segundo a autora o *brainstorming* é uma técnica de criatividade que consiste em listar palavras ligadas

ao projeto de modo livre, sem julgamentos e dentro de um determinado tempo. Ao chegar num esgotamento de ideias, busca-se selecionar palavras que são interessantes ao projeto, ao mesmo tempo que se descartam as palavras que são óbvias demais e não possui relação ou função esperada. Na Figura 43 podemos ver a lista com os conceitos listados de modo livre:

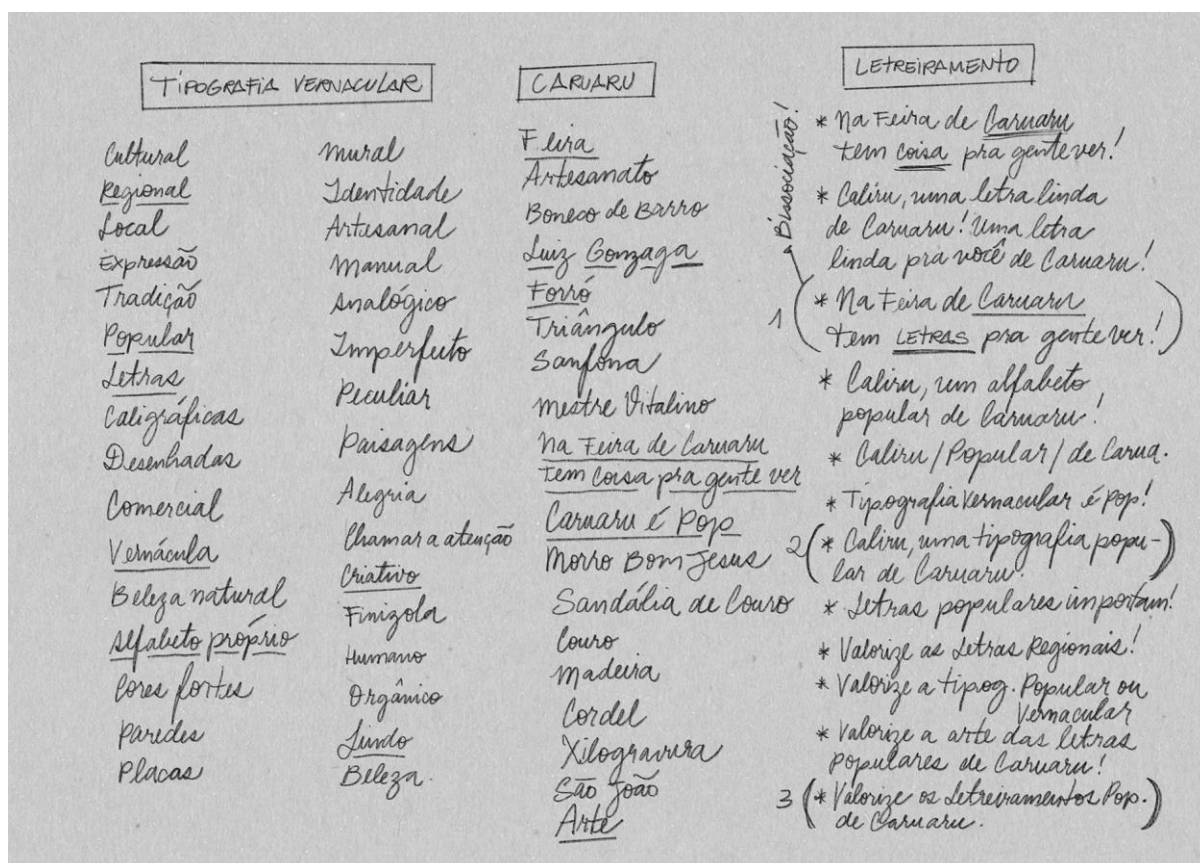


Figura 43 - Processo de *brainstorming* e definição dos conceitos. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

É importante deixar claro que ao todo serão três cartazes como projeto final dos letreiramentos de inspiração popular. Portanto, através do processo de *brainstorming* foi possível definir três frases principais para utilizarmos no projeto. Observou-se que como o processo de criatividade surge a partir da associação de elementos diferentes que geram algo novo. Sendo assim, para o cartaz 1 foi pensado num pôster com apresentação da fonte “Caliru” e acima do alfabeto será diagramada a seguinte frase – *Caliru, uma tipografia vernacular de Caruaru*. As palavras “tipografia, vernacular e caruaru” estavam presentes no processo de *brainstorming*. Visto que, os cartazes têm como público-alvo designers e profissionais da área criativa, um pôster que mostra os desenhos das letras de base

popular traz inspiração ao ambiente criativo. Para o cartaz 2 foi selecionada a frase – *Na feira de Caruaru tem letras pra gente ver*, a frase surgiu a partir de um insight dentro do *brainstorming*, quando foram associadas as palavras: Luiz Gonzaga, Feira de Caruaru e Letras (tipografia vernacular). Nesta lógica, quando foi pensado em Luiz Gonzaga automaticamente veio à mente a música “A feira de Caruaru”, num determinado trecho Luiz Gonzaga canta: “Na feira de Caruaru, tem coisa pra gente ver”. Então, a partir deste trecho foi feita uma combinação da feira de Caruaru com os letreiramentos populares registrados por lá. Fazendo uma analogia à música, ao invés de “coisa pra gente ver” foi pensado em focar nas letras vernaculares que também estão presentes na feira de Caruaru. Portanto, substituímos no trecho a palavra “coisa” por “letras” no intuito de representar os letreiramentos populares. Por fim, no cartaz 3 foi escolhida a frase – *Valorize os Letreiramentos Populares de Caruaru*. Com o propósito de enaltecer a riqueza gráfico-visual e expressiva da tipografia vernacular presente nas ruas e no cotidiano da cidade, transmitindo a mensagem de obter um olhar mais atento à beleza dos aspectos dos letreiramentos regionais que são confeccionados por artistas e letristas locais, além de ter esse olhar também é passado o sentido da importância de registrar a memória gráfica que essas letras representam. Na Figura 44 obtemos um esquema de um panorama geral das frases selecionadas:

FRASES SELECIONADAS	
CARTAZ 1	Caliru, uma Tipografia Vernacular de Caruaru
CARTAZ 2	Na Feira de Caruaru tem letras pra gente ver
CARTAZ 3	Valorize os Letreiramentos Populares de Caruaru

Figura 44 - Esquema com frases selecionadas para os cartazes. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Os conceitos trabalhados nessa fase servirão como guia para as etapas posteriores, influenciando em todos os aspectos do projeto e também nas especificações dos cartazes.

Alternativas para os cartazes:

A geração de alternativas dos cartazes é baseada na análise de similares e nas informações que foram levantadas até agora sobre os cartazes e letreiramentos. Por esta via, foi definido que os cartazes serão no formato retangular tradicional A3 de 29,7x42cm na posição vertical, ou seja, no modo retrato. Este formato foi adotado pela praticidade na hora de imprimir, já que a maioria das gráficas rápidas oferecem um padrão excelente de qualidade de impressão nos tamanhos de A4 e A3. O formato retangular oferece um espaço considerável para o arranjo dos letreiramentos e também a possibilidade de impressão até mesmo em impressora doméstica.

A partir da definição do tamanho e posição do cartaz podemos delimitar o seu grid de construção. Grid conforme Roberts (2009) auxilia o designer a decidir como serão arranjados os elementos dentro de uma peça gráfica, a autora aponta que os grids possuem várias vantagens, dentre elas os aspectos psicológicos, estéticos e funcionais. Os grids são compostos por um conjunto de linhas que se cruzam e ajudam a organizar os elementos textuais e de imagens. Contudo, a autora alerta que algumas vezes o uso muito sistemático do grid pode limitar a criatividade. Portanto, é interessante buscar um equilíbrio e desenvolver também “estruturas flexíveis que expressem sensibilidade” (ROBERTS, 2009, p. 11).

Para o projeto dos cartazes foram esboçados alguns estilos de grids que colocam em evidência as letras, dentro de um esquema de hierarquia as letras possuem maior destaque que os elementos de ornamento. A Figura 45 mostra a construção do grid, a delimitação da margem e o jogo de contraste dos módulos:

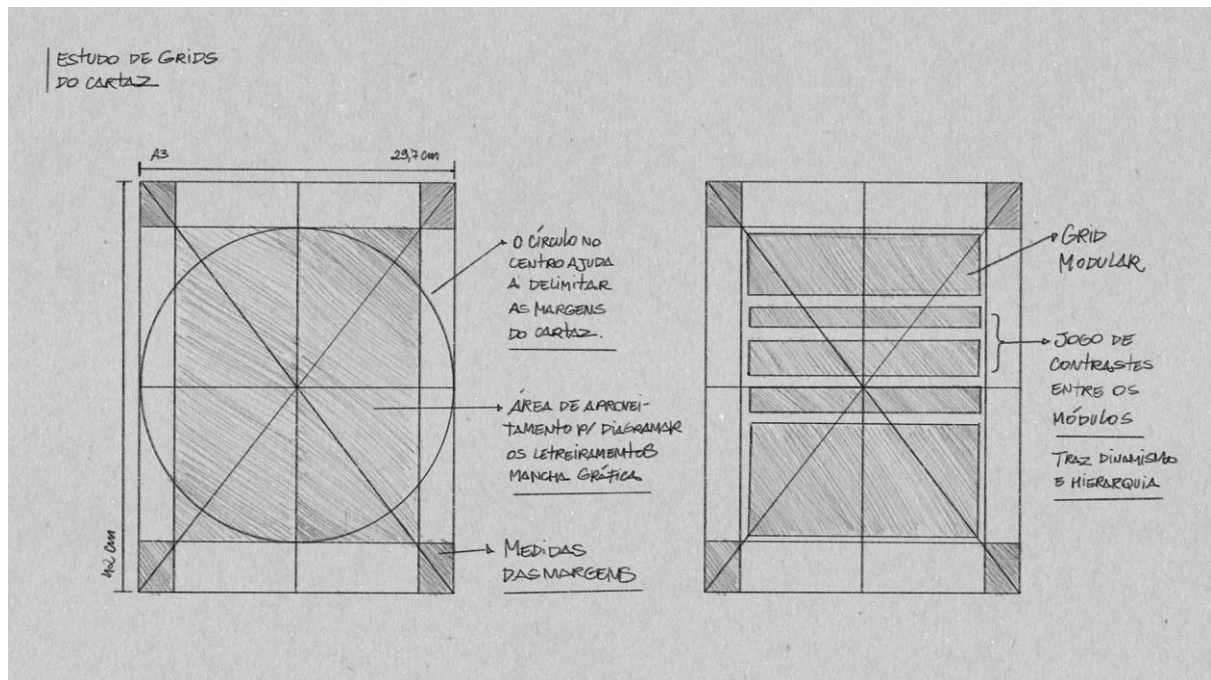


Figura 45 - Esboços do grid de construção dos cartazes. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Miniaturas:

As miniaturas conforme Maritan (2019) são os esboços em pequena escala que servem para gerar ideias no intuito de ter uma visão geral da mancha gráfica, no caso aqui os letreiramentos. Portanto, é essencial explorar como será o arranjo das palavras, fazendo um jogo de posição, escala e hierarquia com o objetivo de alcançar um resultado claro e legível através dos esboços, sem medo de experimentar.

Sendo assim, foram elaboradas três opções de miniaturas para cada cartaz, ou seja, três testes de composição para cada frase. Esboçando também alguns elementos de ornamentos e arranjos baseados na análise de similares e painel visual. Podemos observar essas miniaturas e suas experimentações na Figura 46:

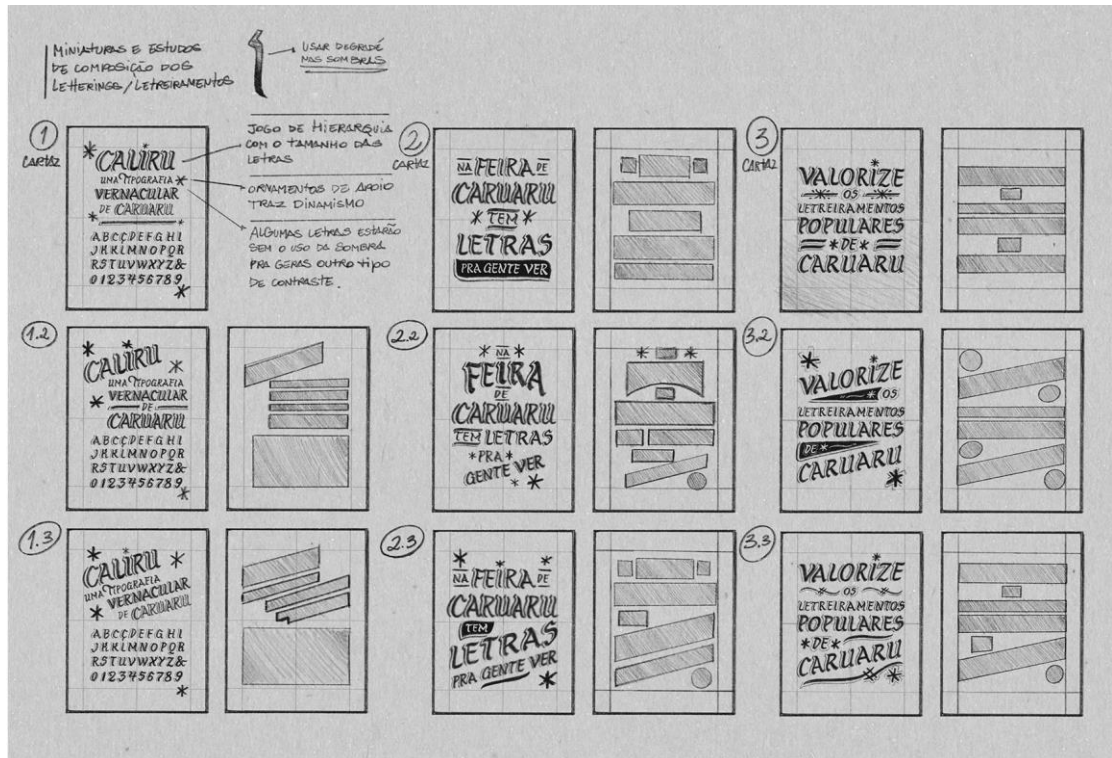


Figura 46 - Miniaturas com estudos de composição dos letreiramentos. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

O painel visual e a análise de similares contribuíram muito para os estudos de diagramação e aplicação dos ornamentos. Entretanto, é interessante apontar que apesar da pesquisa visual e todo o levantamento feito nas etapas anteriores algumas vezes é levado em consideração também o repertório do designer no processo criativo. Por fim, chegamos ao final da etapa de geração de alternativas e partiremos para a etapa “testar”.

3.4.4 Testar e selecionar

Esboços:

Como prioridade dessa etapa, buscamos selecionar quais miniaturas oferecem o melhor esboço de composição do letreiramentos. Dentro do processo de miniatura são elaborados os grids que auxiliam a entender como supostamente serão organizados os elementos dentro do cartaz. Algumas retas são feitas com régua para ficar deixar a composição bem precisa. Conforme Hische (2015) a primeira parte do esboço é a criação das linhas guias e logo em seguida a construção das letras tomando cada decisão sobre detalhes de peso, serifas, estilos, floreios e outros elementos decorativos. Contudo, para Flor (2021) nem sempre é

possível confiar totalmente na matemática dessas linhas, às vezes é necessário confiar no olhar e fazer alguns ajustes óticos para permitir que o desenho saia de modo mais natural.

Na Figura 47 podemos observar os estudos das linhas guias, do arranjo das letras, de como serão aplicadas e da disposição dos ornamentos na frase do cartaz 1, optou-se por um jogo de contraste de inclinação do ângulo das letras superiores com o ângulo comum de zero no alfabeto inferior, o uso de alguns ornamentos ajudam a equilibrar a disposição das letras:

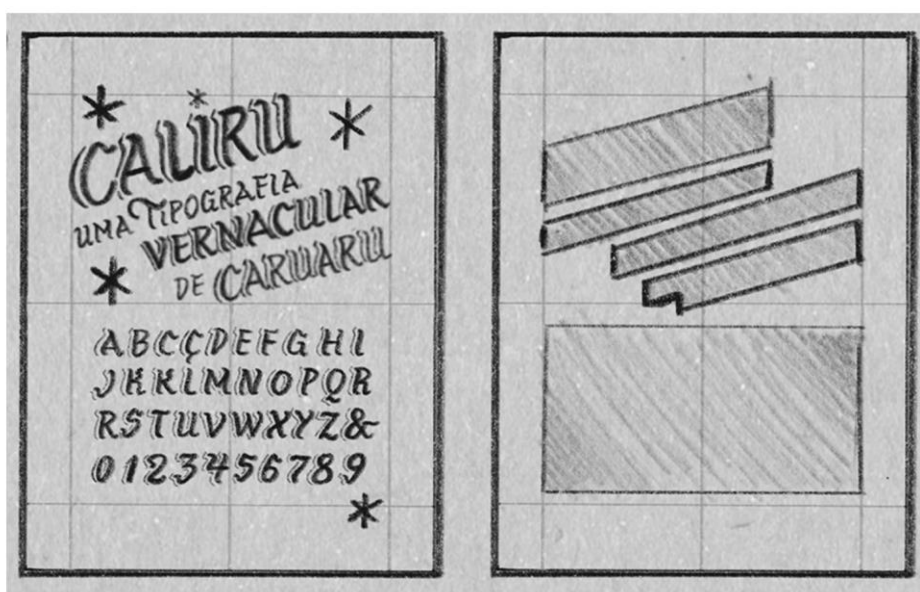


Figura 47 - Esboço do cartaz 1 e suas linhas guias. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Na Figura 48 temos o esboço do cartaz 2, optou-se por uma composição mais reta com alinhamento central na intenção de destacar as palavras “Caruaru” e “Letras”. E se houver a possibilidade de uso dos três cartazes na mesma parede o cartaz 2 posicionado ao meio pode gerar equilíbrio com as letras alinhadas ao centro. Os ornamentos entram como suportes para destacar as letras que estão em menor escala como: “na”, “de”, “tem” e “pra gente ver”, que também possuem uma aplicação sem sombras nas letras, sendo assim, gerando mais destaque às letras principais: “feira”, “Caruaru” e “letras”:

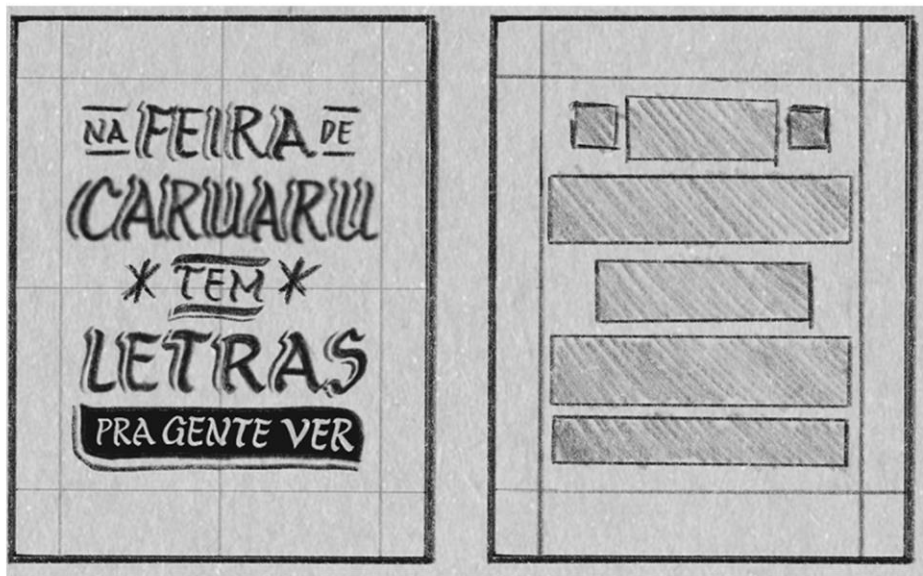


Figura 48 - Esboço do cartaz 2 e suas linhas guias. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Já no cartaz 3 (Figura 49), temos uma diagramação onde as palavras “valorize” e “Caruaru” ganham destaques pelo uso da escala maior e também pela inclinação de seus ângulos. As letras menores “os” e “de” aqui são complementadas pelos ornamentos e tarjas. “letramentos populares” trazem um equilíbrio harmônico à composição pela sua localização central. Por fim, os ornamentos na parte superior esquerda e na parte inferior direita produzem pontos de compensação:

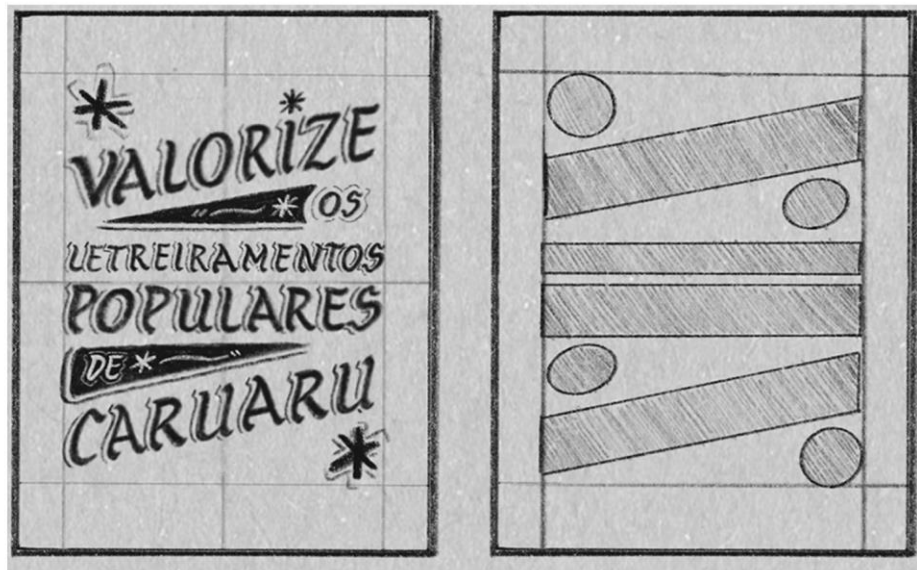


Figura 49 - Esboço do cartaz 3 e suas linhas guias. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Paleta de cor:

A paleta de cor foi selecionada a partir da imagem de referência do letreiramento vernacular escolhido. Deste modo, através do *software Adobe Photoshop* com a ferramenta de conta gotas foi possível selecionar as cores diretamente da foto, após a seleção identificamos as cores: vermelha, preta e branca. Podemos ver melhor essa seleção na Figura 50. Para concluir, foi feita uma adaptação na saturação do vermelho para se enquadrar melhor no projeto:



Figura 50 - Paleta de cor dos cartazes selecionada a partir da imagem de referência. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Refinamento dos esboços e criação de arte final:

Com os esboços, diagramações, cores, técnica e suporte definidos, partimos para o refinamento dos desenhos. Por este caminho, como havíamos decidido nas etapas anteriores os cartazes serão finalizados no aplicativo *Procreate* do *Ipad* através de ferramentas que simulam canetas e pincéis. Contudo, antes de finalizarmos no *Procreate* foi necessário preparar as texturas do *background* no *Adobe Photoshop*, em seguida selecionar as letras que foram desenhadas a partir dos letreiramentos de Caruaru no *Adobe Illustrator* e transferir tudo para o *Procreate*. Sendo assim, a partir da base pronta foi iniciado o processo de desenho e diagramação dos letreiramentos e seus ornamentos.

Letreiramento do cartaz 1 – optou-se aqui pelo uso de um fundo branco com textura de papel, trazendo ao cartaz uma sensação de algo feito à mão. A cor vermelha segue a aplicação da imagem do letreiramento de referência, com a letra principal vermelha e sua sombra na cor preta. Foi inserido um ornamento na letra “T” da palavra “tipografia” para trazer charme e diferenciá-la da palavra “uma”. Algumas linhas de apoio foram desenhadas ao redor dos ornamentos e das letras “de” e “tipografia”. Podemos observar todos os detalhes definitivos na Figura 51:



Figura 51 - Cartaz 1 - Caliru uma tipografia vernacular de Caruaru. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Letreiramento do cartaz 2 – Foi observado na análise de similares e no painel visual o uso de vários letreiramentos com *background* de cor escura, então por isso nesse cartaz optamos pelo uso de um fundo com dégradé do vermelho ao preto. Sendo assim, temos um cartaz mais sóbrio chamando mais a atenção para as letras. Os ornamentos agrupam bem as palavras de apoio como “na”, “de” e “tem”. Alguns detalhes também foram desenhados na sombra da palavra “letras”, já que dentro da composição é o elemento mais importante. Por fim, a tarja e traçados desenhado

para agrupar as palavras “pra gente ver” trazem um excelente equilíbrio ao arranjo e também mais diversidade do uso das cores dentro do cartaz (Figura 52).



Figura 52 - Cartaz 2 - Na feira de Caruaru tem letras pra gente ver. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Letreiramento do cartaz 3 – Buscou-se no cartaz 3 (Figura 53) sintetizar uma composição que fosse organizada e que também quebrasse um pouco o eixo das letras principais. O fundo branco com textura de papel foi mantido conforme o cartaz 1, assim quando os três cartazes são expostos simultaneamente constroem juntos uma identidade visual. Como diferencial neste cartaz, trabalhamos além da quebra do eixo das letras “valorize” e “Caruaru” também o uso de tarjas ornamentadas nas palavras “os” e “de”, obtendo como resultado uma composição harmônica e bem equilibrada.



Figura 53 - Cartaz 3 - Valorize os letreiramentos populares de Caruaru. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Enfim, chegamos ao final da etapa de “Testar e selecionar”, seguiremos então para a próxima etapa de implementação que aponta os cumprimentos finais dos cartazes.

3.4.5 Implementar

Especificações dos cartazes e produção:

As especificações dos cartazes dizem respeito aos acabamentos técnicos na hora do processo de impressão. Portanto, o papel recomendado é o offset 180g/m², já que o mesmo possui acabamento fosco e com um pouco de textura. Deste modo, acaba por valorizar os detalhes manuais do cartaz. Como dito antes, as dimensões recomendadas são a do papel de tamanho A3, correspondendo à 29,7 cm de largura por 42 cm de altura. A impressão indicada é a em quatro cores feita a laser, comum em gráficas rápidas. Pode-se observar também que se o designer desejar poderá adaptar para o formato A4 e imprimir em casa com impressora doméstica.

Por fim, após percorrer por todas as etapas propostas aqui nessa metodologia projetual, desde “Definir” até “Implementar”, chegou-se ao final do projeto com o desenvolvimento final dos letreiramentos nos cartazes. Pode-se notar na Figura 54 uma simulação de como ficarão os três cartazes quando posicionados na mesma parede:



Figura 54 - Simulação de aplicação dos três cartazes na mesma parede. Fonte: elaborado pelo autor (2022)

Todas as etapas foram bem atendidas, exploradas e trilhadas de modo eficaz. Portanto, pode-se considerar que o projeto final ficou de acordo com o processo

desenvolvido e se conseguiu atingir os objetivos propostos aqui, já que os letreiramentos finais carregam bem os traços da tipografia vernacular observada na cidade de Caruaru e também possuem qualidade técnica de acordo com um projeto de design gráfico.

3.4.6 Aprender

Discussões sobre as etapas de projeto:

O plano geral do projeto não era apenas criar letreiramentos exclusivos de inspiração popular, mas também aprender na prática como desenvolver esses letreiramentos combinados com o design gráfico tradicional, no caso aqui, com a diagramação e produção de cartazes.

Em tese, adaptar o método combinado de criação de *lettering* e de design gráfico proposto por Maritan (2019) foi muito importante principalmente por enriquecer o projeto nas etapas conceituais de pesquisa visual e análise de similares. Por esta via, incorporar também na etapa de “pesquisa” a análise da referência da tipografia vernacular de Caruaru, nutrindo mais ainda o processo de criação e iluminando melhor as decisões do projeto.

É interessante apontarmos que dentro da etapa de “pesquisa” foi que surgiu a criação do alfabeto “Caliru”, que se torna um grande feito dessa pesquisa, pois evidencia a memória gráfica dessas letras captadas na paisagem cotidiana das ruas de Caruaru. A criação dessas letras foi possível graças ao método de criação de fontes digitais de inspiração popular proposto por Moreira (2016), ao olhar atento e sensível de Finizola (2010) quando classificou essas letras populares e também ao meu estudo dos traços caligráficos que me ajudaram a decompor e elaborar cada letra da Caliru.

Em relação aos esboços, foi possível perceber o quanto é essencial essa etapa de explorar as ideias, de simular cada elemento composto no cartaz e como valorizar mais ainda as letras criadas a partir da análise dos letreiramentos populares. O painel visual contribuiu muito para tornar o processo mais fluido, pois através dele foi possível construir as miniaturas que sintetizaram bem a organização dos letreiramentos. Sendo assim, as miniaturas se tornaram parte do esboço final dos cartazes, tornando-se uma decisão acertada na hora de selecionar qual *sketch* seria o desenho definitivo.

Logo após a elaboração dos esboços foi primordial colocá-los lado a lado para observar se havia uma unidade nos aspectos visuais deles, através disso foi possível pensar qual dos esboços seriam selecionados para a etapa final de acabamento. Por isso, que antes do refinamento é importante rabiscar e observar visualmente onde melhorar.

A arte final foi desafiadora, pois mesmo utilizando os grids como base, ainda tive que contar com a sensibilidade da minha percepção visual na hora de ajustar as letras para obter um resultado visual satisfatório e também algumas mudanças sutis tiveram que ser feitas nos ornamentos, para que os mesmos não pesassem na composição.

Para concluir, outro desafio grande no processo geral foi a construção de um alfabeto inteiro a partir das letras de referência, já que haviam poucas letras captadas pelo registro fotográfico. Ou seja, essa etapa se tornou árdua, pois foi desafiador encontrar um ponto de equilíbrio na unidade visual das letras dentro do alfabeto final.

Sendo assim, foi alcançado um ótimo resultado com os cartazes finais e seus letreiramentos. Concluindo então que quanto mais se conhece o processo de produção e criação maior é a chance de chegar a um resultado satisfatório.

4. CONCLUSÃO

Conclui-se que o objetivo de desenvolver um conjunto de letreiramentos com inspiração na tipografia vernacular observada na cidade de Caruaru foi alcançado. As metodologias aplicadas foram um sucesso na hora de orientar as etapas do projeto. Foi levado em consideração que a adaptação do método de criação híbrido de produção de *lettering* e de design gráfico proposto por Maritan (2019) se enquadrou bem para a produção dos cartazes definitivos dessa pesquisa. A análise e a classificação dos letreiramentos populares embasados nesse trabalho por Finizola (2010) também foram essenciais. Assim como, a metodologia de criação de fontes tipográficas digitais de inspiração popular de Moreira (2016) foi primordial para a criação do alfabeto “Caliru”, que deste modo, serviu como ponto chave para a execução final dos letreiramentos desse trabalho, todos esses pontos apenas enriqueceram mais ainda a conclusão dessa pesquisa.

Todos os objetivos levantados foram alcançados. A revisão bibliográfica sobre tipografia vernacular, letreiramentos e cartazes auxiliaram a estabelecer as bases para começar a pesquisa. A aplicação dos métodos de criação e produção dos letreiramentos foi um sucesso. Assim como, o registro dos letreiramentos populares nas ruas de Caruaru e a análise das letras registradas proporcionaram a criação dos letreiramentos finais. Portanto, foi possível esboçar, diagramar e compor uma série de cartazes a partir de todas as referências estudadas e das metodologias aplicadas com o objetivo de criar os letreiramentos de inspiração vernacular.

Em conclusão, é possível a formação de discussões sobre o desenvolvimento de letreiramentos de inspiração popular no contexto de um projeto gráfico, no caso o cartaz. Como também, aprender mais a partir da prática. Contudo, a maior contribuição dessa pesquisa é definitivamente gerar um olhar atento às letras vernaculares no cotidiano das paisagens urbanas, colocando-as em evidência dentro de um projeto gráfico de design e resgatando uma memória gráfica que pode ser esvaecida pelo tempo e pela efemeridade do dia a dia nas ruas. Deste modo, através do design é possível atingir um público amplo, pois o mesmo é um meio e um fim poderoso que proporciona através de suas configurações visuais, estéticas, simbólicas e práticas relações comunicacionais que podem enaltecer e levar o design local a um nível global. Dessa maneira, busca valorizar tanto a produção formal quanto a informal de design e expressões gráficas.

REFERÊNCIAS

- AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. *Design th!inking*. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- ADG, Brasil, VOLLMER, Lara. *ABC da ADG – Glossário de Termos e Verbetes Utilizados em Design Gráfico*. São Paulo: Editora Blucher, 2012.
- BRINGHURST, Robert. *Elementos do Estilo Tipográfico*. 4. Ed. Trad. André Stolarski. São Paulo: Ubu Editora, 2018.
- CARDOSO, Rafael. *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- _____. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Blucher, 2008.
- DONES, Vera L. *As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica*. Anais do P&D Design 2004. São Paulo: Faap, 2004.
- ELLER, E. N. *Letras do cotidiano: a tipografia vernacular na cidade de Belo Horizonte*. Dissertação (mestrado em Design) – Universidade do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte, p. 166. 2014.
- FARIAS, Priscila L. *Aprendendo com as ruas: a tipografia e o vernacular*. IN: BRAGA, Marcos da Costa (Org.) *O papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional*. São Paulo: Editora Senac, 2011.
- FARIAS, Priscila L., *Tipografia Digital: O impacto das novas tecnologias*. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- FERLAUTO, Cláudio. *O Tipo da gráfica: Uma continuação*. São Paulo: Editora Rosari, 2002.
- FERRERA, Aurélio Buarque de Holanda. *Dicionário Aurélio Básico da Língua Portuguesa*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1988.
- FINIZOLA, Fátima. *Abridores de letras de Pernambuco: um mapeamento da gráfica popular*. São Paulo: Blucher, 2013.
- _____, Fátima. *Tipografia vernacular urbana: uma análise dos letreiramentos populares*. São Paulo: Blucher, 2010.
- FLOR, Martina. *Os segredos de Ouro do Lettering: design de letreiros, do esboço à arte final*. São Paulo: Editora Olhares, 2021.
- HISCHE, Jessica. *In Progress: See inside a lettering artist's sketchbook and process, from pencil to vector*. San Francisco: Chronicle Books, 2015.
- HOLLIS, Richard. *Design gráfico uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos: guia para designers, escritores, editores e estudantes*. São Paulo: Gustavo Gili, 2020.

_____. *Mixing Messages, Graphic Design in Contemporary Culture*. New York: Princetown Architectural Press, 1996.

MARITAN, Bruna Bertolazi. *Processo de criação e produção de lettering*. Trabalho de conclusão de curso (graduação) – Centro de Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, p. 73. 2019.

MARTINS, Bruno Guimarães. *Tipografia popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano*. São Paulo: Annablume; Belo Horizonte, 2007.

MEGGS, Philip B., *História do Design Gráfico*. Trad. Cid Knipel. 4 ed. Norte-americana. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

MOREIRA, Eduardo de Oliveira. *Tipografia Vernacular Digital: proposta de um método para o desenho de fontes tipográficas de inspiração popular*. Monografia (Bacharel em Design) – Centro Acadêmico do Agreste, Núcleo de Design, Curso de Design, Universidade Federal de Pernambuco. Caruaru, p. 108. 2016.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar. *Metodologia do trabalho científico [recurso eletrônico]: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2 ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

ROBERTS, Lucienne. *Grids: soluções criativas para designers gráficos*. [organizado pelos] Editores da Rotovision. Porto Alegre: Bookman, 2009.

SOUZA, Gabriela Raposo Gomes de. *Desenvolvimento de cartazes sobre tipografia para designers*. Trabalho de conclusão de curso (graduação). Centro de Comunicação e Expressão – Graduação em Design, Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, p. 114. 2020.

TIBURI, Marcia e CHUÍ, Fernando. *Diálogo/Desenho*. São Paulo: Editora Senac, 2010.

WILLEN, Bruce; STRALS, Nolen. *Lettering & type: creating letters and designing typefaces*. New York: Princetin Architectural Press, 2009.