

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**

Centro de Artes e Comunicação

Departamento de Design

Programa de Pós-Graduação em Design

# **LETREIROS POPULARES DO RECIFE**

Uma análise dos seus aspectos semânticos e morfológicos

**Mariana Hennes Sampaio**

**Recife, agosto de 2012**

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO

Centro de Artes e Comunicação

Departamento de Design

Programa de Pós-Graduação em Design

# LETREIROS POPULARES DO RECIFE

Uma análise dos seus aspectos semânticos e morfológicos

**Mariana Hennes Sampaio**

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO APRESENTADA  
COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENÇÃO DO GRAU  
DE MESTRE PELO PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
DESIGN DA UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO.

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: DESIGN E ERGONOMIA

LINHA DE PESQUISA: DESIGN DA INFORMAÇÃO

**ORIENTADORA: PROF<sup>ª</sup>. DRA. SOLANGE COUTINHO**

Recife, agosto de 2012

Catálogo na fonte  
Andréa Marinho, CRB4-1667

S292l Sampaio, Mariana Hennes.  
Leteiros populares do Recife: uma análise dos seus aspectos semânticos e morfológicos / Mariana Hennes Sampaio. – Recife: O Autor, 2012.  
168 f.: il.

Orientador: Solange Coutinho.  
Dissertação (mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, CAC. Design, 2012.  
Inclui bibliografia.

1. Design. 2. Estética. 3. Cultura material. I. Coutinho, Solange (Orientador). II. Título.

745.2 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2012-99)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM DESIGN**

PARECER DA COMISSÃO EXAMINADORA  
DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE  
MESTRADO ACADÊMICO DE

**MARIANA HENNES SAMPAIO**

***“Letreiros Populares do Recife: uma análise dos seus aspectos  
semânticos e morfológicos”.***

ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: DESIGN E ERGONOMIA

A comissão examinadora, composta pelos professores abaixo, sob a presidência do primeiro,  
considera a candidata Mariana Hennes Sampaio aprovada.

Recife, 14 de agosto de 2012.

Prof. Solange Galvão Coutinho (UFPE)

Prof. Silvio Romero Botelho Barreto Campello (UFPE)

Prof. Marcos Galindo Lima (UFPE)

## **DEDICATÓRIA**

Dedico essa pesquisa à minha mãe, Cristina Sampaio, minha grande referência no meio acadêmico.

Por todo incentivo, pelas discussões inspiradoras, pelas revisões competentes e por ter mergulhado, junto comigo, no universo vernacular dos letrados populares.

## AGRADECIMENTOS

À minha orientadora, professora Solange Coutinho, pela orientação segura, leitura crítica e atenta do texto e pela confiança depositada em nosso trabalho.

À Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), na pessoa do Magnífico Reitor, Anísio Brasileiro, pelo apoio institucional concedido nas diversas instâncias competentes, possibilitando o desenvolvimento desta pesquisa. À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), pela concessão de bolsa de estudo durante o mestrado.

Aos professores Sílvio Barreto Campello e Marcos Galindo, pelas valiosas contribuições e sugestões. À professora Isabella Aragão, pela convivência no estágio à docência e todo conhecimento que adquiri em sala e fora dela. Aos professores Hans Waechter, Virgínia Cavalcanti e Fábio Campos, pelo aprendizado e incentivo à pesquisa.

À Fátima Finizola que, com seu trabalho, me motivou a explorar o universo dos letrados populares. Aos meus ex-alunos de estágio à docência, pela fundamental experiência de ensino, em especial à Amanda Godoy, Camila Albuquerque, Danilo Catão, Mariana Lins, Pedro Coimbra, Pedro Lopes e Túlio Couceiro que enriqueceram ainda mais esse estudo com seus registros fotográficos.

À professora Fátima Parahyba, pela disponibilidade e competente tradução do resumo. Aos colegas Pedro Loureiro e Felipe Lúcio, pelo trabalho cuidadoso e eficiente na programação do sistema virtual de catalogação desenvolvido.

À minha querida família e aos amigos que tanto vibraram a cada nova conquista.

Agradeço especialmente ao meu pai, Divaldo Sampaio, pelo apoio incondicional, pelas conversas motivadoras e sugestões preciosas. Ao meu namorado Guilherme, pela paciência e generosa disponibilidade em me acompanhar em todas as fases dessa jornada. À minha irmã Letícia pelo afeto, entusiasmo e companheirismo durante a pesquisa de campo.

À minha amiga de todas as horas Ana Farias, parceria 100% na profissão e na vida. Às minhas doces framboesas, Pollyanna e Ana Carolina, pelo incentivo e pela torcida. Aos colegas de curso, com os quais tive o prazer de conviver e trocar experiências.

A todos os letrados populares cujos trabalhos excepcionais tornaram essa pesquisa possível. E, principalmente a Deus, por ter permitido que eu concluísse mais essa etapa da minha vida.

## RESUMO

Os letreiros populares são artefatos culturais capazes de nos situar no tempo e no espaço e de produzir diferentes sentidos, de acordo com os contextos históricos e socioculturais nos quais estão inseridos. No cenário urbano da cidade do Recife, no qual pode-se observar uma variada gama de signos, cores, formas, imagens e letras do alfabeto, esses artefatos representam uma importante parcela da cultura material local, já que resistem ao tempo e às renovações culturais e tecnológicas. Nesse sentido, o objetivo desse estudo foi mapear, catalogar, descrever e interpretar os aspectos semânticos e morfológicos dos elementos verbais e pictóricos que compõem as manifestações gráficas vernaculares encontradas no espaço urbano da Região Metropolitana do Recife. Para esse fim, desenvolveu-se uma metodologia de análise de classificação morfológico-semântica através do desenvolvimento de um sistema online de catalogação. Os resultados encontrados permitiram delinear um panorama identitário dessas manifestações vernaculares, com a catalogação de 115 letreiros, oriundos de onze bairros da cidade do Recife os quais, ao serem desmembrados, totalizaram 200 imagens de elementos verbais e 72 imagens de elementos pictóricos. Conclui-se que os letreiros confeccionados sem o auxílio de formas ou moldes ainda são predominantes no universo de manifestações vernaculares e que os elementos gráficos presentes nesses artefatos possuem características morfológicas e semânticas que permitem o delineamento de padrões gráficos. Além disso, que a existência de peculiaridades semânticas, plásticas e visuais pode estabelecer um interessante diálogo com outros tipos de manifestações e artefatos locais, encontrados no artesanato, no carnaval, no folclore e na arquitetura colonial. Ao abrirmos um amplo leque de possibilidades de análise, concluímos também que muitas características inexploradas que fazem parte desse universo de manifestação popular poderão ser aplicadas no processo de formação infantil a partir da criação de artefatos que incentivem o aprendizado por meio de estímulos às experiências sensoriais da criança. Sendo assim, apresentamos, ao final da pesquisa, uma proposta de aplicação de nossos resultados em um artefato lúdico, numa versão adaptada do clássico jogo Cara a Cara.

**PALAVRAS-CHAVE:** letreiro popular, estética vernacular, cultura material.

## ABSTRACT

*Popular letterings are cultural artifacts that are capable of situating one in time and space and capable of producing different senses in agreement with the historical and sociocultural contexts where they are inserted. In the urban scenario of Recife, where a varied array of signs, colours, forms, images and letters of the alphabet can be observed, these artifacts represent an important share of the material local culture since they resist to time and to cultural renovations and technological innovations. Hence, the objective of this work is to map, catalog, describe and interpret the semantic and morphological aspects of verbal and pictorial elements which comprise vernacular graphic manifestations encountered in the urban space of the metropolitan Region of Recife. In order to carry out the research, a methodology of analysis of the morphological-semantic classification has been developed. It has been achieved through the development of an online system of cataloguing. The results have enabled to outline an overview of identity of these vernacular manifestations through the cataloguing of 115 letterings found in eleven neighborhoods of Recife. The separation of the letterings has led to a total of 200 images of verbal elements and 72 images of pictorial elements. One can conclude that the letterings made without the use of moulds are still predominant in the sphere of vernacular manifestations and the graphic elements found in these artifacts have morphological and semantic features which make it possible to outline graphic patterns. Moreover, the existence of semantic, plastic and visual peculiarities might establish an interesting dialogue with other kinds of local manifestations and artifacts encountered in carnival, folklore and colonial architecture. Upon presenting a wide array of possibilities of analysis, it has been concluded that many unexplored characteristics which are part of this popular manifestation universe might be applied in the process of child education based on the creation of artifacts which stimulate learning through stimuli to child sensorial experiences. Thus, at the end of the research, a proposal of applying the achieved results in a ludic artifact in an adapted version of the classical game Guess Who, named Cara a Cara is made.*

**KEY WORDS:** popular lettering, vernacular aesthetics, material culture.

# SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS

LISTA DE GRÁFICOS

**INTRODUÇÃO, 17**

## **PARTE I • FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

**Capítulo 1 | As influências da cultura vernacular na formação das Identidades, 24**

1.1 Cultura popular e vernacular na contemporaneidade, 31

1.2 Alteridade: as influências culturais do letrista popular no Recife, 33

1.3 O papel das manifestações vernaculares na formação das Identidades: um estudo de caso da cidade de Buenos Aires, 51

**Capítulo 2 | A estética vernacular e o Design, 62**

2.1 A Estética no Design: relações e novos valores, 62

2.2 A apropriação de elementos da estética vernacular nos trabalhos de Design, 67

2.3 Algumas considerações, 75

## **PARTE II • METODOLOGIA**

### **Capítulo 3 | Metodologia da Pesquisa, 78**

3.1 Natureza da Pesquisa, 78

3.2 Fases da Pesquisa, 78

3.2.1 Detalhamento, 79

### **Capítulo 4 | Análise e Discussão dos Resultados, 99**

4.1 Resultados da ficha de *Dados Gerais*, 99

4.2 Resultados da ficha de *Análise Semântica*, 104

4.3 Resultados da ficha de *Análise Verbal*, 111

4.4 Resultados da ficha de *Análise Pictórica*, 136

### **Capítulo 5 | Conclusões, 152**

### **Referências Bibliográficas, 163**

## LISTA DE FIGURAS

- FIGURA 1** · Exemplos de manifestações gráficas urbanas registradas no Brasil, 18
- FIGURA 2** · Exemplos de letreiros manuais de caráter vernacular, 19
- FIGURAS 3 A 6** · Imagens do livro Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular, 29
- FIGURAS 7 A 9** · Casarões do bairro do Recife Antigo, letreiros populares e rótulos da Coleção Ofic. Guaianases de Gravura, 37
- FIGURA 10** · Letreiro Eletro Bar, registrado no mercado da Encruzilhada, 39
- FIGURA 11** · Rótulo da aguardente de cana Preá (Coleção FUNDAJ), 39
- FIGURA 12** · Letreiro Peixaria O Jangadeiro, registrado no mercado da Encruzilhada, 39
- FIGURA 13** · Rótulo da aguardente de cana Jacaré (Coleção FUNDAJ), 39
- FIGURA 14** · Letreiro Barraca da Midia, registrado no mercado de Casa Amarela, 40
- FIGURA 15** · Rótulo da aguardente de cana Baianinha (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura), 40
- FIGURA 16** · Letreiro Encontro Verde, registrado no mercado da Encruzilhada, 41
- FIGURA 17** · Rótulo da aguardente de cana 3 Moenda (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura), 41
- FIGURA 18** · Letreiro Artesanato Irmão Oliveira, registrado no mercado de Casa Amarela, 42
- FIGURA 19** · Rótulo da aguardente de cana Tem Nego Bebo Ai? (Coleção FUNDAJ), 42
- FIGURA 20** · Letreiro Espaço Lanche, registrado no bairro de Iputinga, 42
- FIGURAS 21 E 22** · Rótulo da aguardente de cana Princesa do Una (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura), 42 e 43
- FIGURA 23** · Letreiro Tempero Bom, registrado no bairro de Piedade, 43
- FIGURAS 24 E 25** · Representações femininas do rótulo da aguardente de cana Princesa do Una e do letreiro Tempero Bom, 44
- FIGURAS 26 E 27** · Personagens de mangás japoneses, 44
- FIGURA 28** · Letreiro do Caldo de Cana do Shrek, registrado no bairro de Casa Amarela, 46
- FIGURA 29** · Personagem Shrek e cartazes dos filmes Shrek 2 e Shrek Terceiro, 49
- FIGURA 30** · Letreiro popular e elementos gráficos confeccionados com a técnica do fileteado por-tenho, 53
- FIGURA 31** · Páginas do Handbook of Ornamental Works, de Franz Meyer (1898), 54

- FIGURA 32** · Artefatos em estilo Art Nuveau, 55
- FIGURA 33** · Livro iluminista confeccionado manualmente, 56
- FIGURA 34** · Detalhe de uma página da Bíblia de Gutenberg (1450-1455), 57
- FIGURA 35** · Detalhe de uma página do Salmo em Latin, de Fust e Schoeffer (1457), 57
- FIGURA 36** · Artefatos de Design com identidade portenha, 58
- FIGURA 37** · Letreiros populares urbanos confeccionados por Seu Juca, 59
- FIGURA 38** · Letreiros encontrados na cidade de Quito, 61
- FIGURA 39** · Fontes digitais “Piscineiro” e “IRial”, 70
- FIGURA 40** · Logo e capa de CD do grupo musical Pedro Luis e a Parede, 70
- FIGURAS 41 E 42** · Cartaz de divulgação e encarte do CD “Brasil Afora” - Paralamas do Sucesso, 71
- FIGURA 43** · Variações do logo do programa de videoclipes nacionais Na Brasa MTV, 71
- FIGURA 44** · Outdoor da campanha da Adidas (Copa das Confederações 2009), 72
- FIGURA 45** · Folder da campanha da Adidas (Copa das Confederações 2009), 72
- FIGURA 46** · Cartazes da campanha da Adidas (Copa das Confederações 2009), 72
- FIGURAS 47 E 48** · Cartaz e outdoor da campanha publicitária da Pitú, 73
- FIGURA 49** · Logotipos e decoração dos bares Fiteiro e Fiteiro da Praia, 73
- FIGURA 50** · Site do bar Fiteiro, 74
- FIGURA 51** · Frames do vídeo da coleção de móveis “Caruaru”, de Marcelo Rosenbaum, 74
- FIGURA 52** · Mapa das áreas exploradas na segunda pesquisa de campo, 80
- FIGURA 53** · Classificação das letras quanto aos atributos formais considerados na catalogação, 86
- FIGURA 54** · Exemplos de transição entre as espessuras das hastes, 87
- FIGURA 55** · Exemplos de terminais sem serifa, 88
- FIGURA 56** · Exemplos de terminais com serifa, 88
- FIGURA 57** · Exemplos de terminais e remates específicos, 88
- FIGURA 58** · Exemplos de linhas, 89
- FIGURA 59** · Exemplos de sombras simples, 89
- FIGURA 60** · Exemplos de ornamentação, 89
- FIGURA 61** · Layout final da tela de abertura do site, 95
- FIGURA 62** · Especificações dos elementos e links da tela de abertura do site, 96
- FIGURA 63** · Tela de análise do elemento verbal “Chega + Burguer’s”, 97
- FIGURA 64** · Tela de análise do elemento pictórico “hambúrguer”, 97
- FIGURA 65** · Letreiro “Proibido entrar montado na bicicleta”, 100
- FIGURAS 66** · Letreiros “Deus é fiel”, 100
- FIGURA 67** · Letreiro “Frutas Tropicais”, 101

**FIGURA 68** · Letreiro “Pronto-Socorro dos Calçados”, 101

**FIGURA 69** · Letreiro “Carlos Bar”, 101

**FIGURA 70** · Letreiro “Self-Serv sem Balança”, 102

**FIGURA 71** · Letreiro “Mano”, 102

**FIGURA 72** · Letreiro “Aqua Peixe”, 103

**FIGURA 73** · Letreiro “Bar do meu querido”, 103

**FIGURA 74** · Letreiro “Temos caipirinha”, 104

**FIGURA 75** · Exemplos de metáforas no nome do estabelecimento, 105

**FIGURAS 76 E 77** · Imagens do letreiro “Caldo de Cana do Shrek”, 106

**FIGURA 78** · Letreiro “Cris Bellus”, 106

**FIGURAS 79 E 80** · Letreiros “Federal Livros” e “Caldinho Nordestino”, 107

**FIGURA 81** · Letreiro “Artesanato Irmão Oliveira”, 110

**FIGURAS 82 A 85** · Exemplos de disposição das letras, 112

**FIGURAS 86 A 89** · Exemplos de palavras com movimento curvilíneo, 112

**FIGURAS 90 A 94** · Exemplos de alinhamento, 113

**FIGURA 95** · Exemplos de classificações tipográficas, 115

**FIGURAS 96 E 97** · Exemplos de tipos de letras e bases construtivas mistas, 116

**FIGURAS 98 A 100** · Exemplos estilo de inclinação regular, itálica e mista dos caracteres, 118

**FIGURA 101** · Exemplo de elemento verbal com linha descontínua, 118

**FIGURAS 102 A 105** · Exemplos de caixas (alta, baixa, alta e baixa, versal e versalete, e mista), 119

**FIGURAS 106 A 108** · Exemplos de diferentes tamanhos de letras, 120

**FIGURAS 109 A 112** · Combinações entre peso e proporção das letras, 122

**FIGURA 113** · Exemplo de contraste exagerado com transição gradual entre as hastes, 123

**FIGURA 114** · Exemplos de terminais sem serifa, 125

**FIGURA 115** · Exemplos de terminais com serifa, 126

**FIGURA 116** · Exemplos de terminais e remates específicos, 127

**FIGURA 117** · Letreiro “Espaço Lanche”, 128

**FIGURAS 118 A 121** · Exemplos de sombras deslocadas simples e duplas, 129

**FIGURAS 122 A 125** · Exemplos de sombras projetadas simples, 129

**FIGURAS 126 A 128** · Exemplos de sombras parciais simples, 130

**FIGURA 129** · Elemento verbal do letreiro “Caldo de Cana”, 130

**FIGURAS 130 A 133** · Exemplos de preenchimentos sobrepostos, 131

**FIGURAS 134 E 135** · Exemplos de hachura, 131

**FIGURAS 136 E 137** · Exemplos de ornamentos internos às letras, 132

- FIGURAS 138 E 139** · Exemplos de palavras sublinhadas, 132
- FIGURA 140** · Outros tipos de ornamentos registrados, 132
- FIGURA 141** · Letreiro “Encontro Verde”, 133
- FIGURA 142** · Combinações entre as cores dos elementos e dos planos de fundo, 135
- FIGURAS 143 E 144** · Elementos verbais dos letreiros “Lanchonete 2 Amores” e “Eletro Bar”, 135
- FIGURAS 145 A 148** · Exemplos de enquadramentos dos elementos pictóricos, 137
- FIGURA 149** · Detalhe da única incidência de enquadramento tipo paisagem, 137
- FIGURAS 150 A 153** · Exemplos de angulação, 138
- FIGURAS 154 E 155** · Exemplos de gama, 139
- FIGURA 156** · Exemplos de consistência muito heterogênea, 140
- FIGURA 157** · Ex. de enquadramento muito disjuntivo, com posicionamento muito simétrico dos elementos, 142
- FIGURA 158** · Exemplos de proximidade, 143
- FIGURA 159** · Exemplo de cinética, 145
- FIGURA 160** · Exemplos de elementos pictóricos totalmente naturalistas, 146
- FIGURA 161** · Exemplos de elementos pictóricos totalmente não naturalistas, 147
- FIGURAS 162 E 163** · Exemplos de elementos pictóricos com bases preenchimento e outline, 148
- FIGURAS 164 E 165** · Elementos pictóricos com representação bidimensional e tridimensional, 148
- FIGURA 166** · Combinações entre as cores dos elementos pictóricos e dos planos de fundo, 150
- FIGURA 167** · Características mais frequentes da análise semântica, 156
- FIGURA 168** · Características mais frequentes da análise verbal, 157
- FIGURA 169** · Características mais frequentes da análise pictórica, 158
- FIGURA 170** · Jogo Cara a Cara [original] produzido pela Estrela, 160
- FIGURA 171** · Jogo Cara a Cara [versão reduzida] produzido pela Estrela, 160
- FIGURA 172** · Jogo Cara a Cara Vernacular, 161
- FIGURAS 173 A 175** · Brinquedos populares rói rói, mané gostoso e traca traca, 162

## LISTA DE GRÁFICOS

**GRÁFICO 1** · Contabilização dos letreiros catalogados de acordo com os bairros de origem, 81

**GRÁFICO 2** · Contabilização dos letreiros catalogados de acordo com os autores das fotografias, 81

**GRÁFICO 03** · Número de ocorrências na categoria da informação, 100

**GRÁFICO 04** · Número de ocorrências no nível técnico, 101

**GRÁFICO 05** · Número de ocorrências no suporte, 102

**GRÁFICO 06** · Número de ocorrências na confecção e na composição do letreiro, 103

**GRÁFICO 07** · Número de ocorrências na presença de referências metafóricas, 104

**GRÁFICO 08** · Número de ocorrências quanto a presença de referências valorativas, 105

**GRÁFICO 09** · Número de ocorrências quanto as especificações das referências valorativas cadastradas, 105

**GRÁFICO 10** · Número de ocorrências quanto a presença de referências espaciais, 107

**GRÁFICO 11** · Número de ocorrências quanto às especificações das referências espaciais cadastradas, 107

**GRÁFICO 12** · Número de ocorrências quanto a presença de referências aos anunciantes dos serviços ou proprietários dos estabelecimentos, 108

**GRÁFICO 13** · Ocorrências quanto à presença de referências linguísticas específicas, 108

**GRÁFICO 14** · Especificações das referências linguísticas específicas, 108

**GRÁFICO 15** · Presença de variações ortográficas, 110

**GRÁFICO 16** · Especificações das variações ortográficas, 110

**GRÁFICO 17** · Número de ocorrências quanto à disposição das letras - movimento, 111

**GRÁFICO 18** · Número de ocorrências quanto à disposição das letras - direção, 111

**GRÁFICO 19** · Número de ocorrências quanto ao alinhamento, 113

**GRÁFICO 20** · Número de ocorrências quanto ao nível técnico, 114

**GRÁFICO 21** · Número de ocorrências quanto às categorias de classificação (tipo das letras), 116

**GRÁFICO 22** · Número de ocorrências quanto à ocorrência de palavras de tipos mistos, 116

**GRÁFICO 23** · Número de ocorrências quanto à base construtiva das letras, 117

- GRÁFICO 24** · Número de ocorrências quanto às especificações da base construtiva das letras, 117
- GRÁFICO 25** · Número de ocorrências quanto ao estilo de inclinação dos caracteres, 117
- GRÁFICO 26** · Número de ocorrências quanto à linhas, 118
- GRÁFICO 27** · Número de ocorrências quanto à configuração de caixa dos caracteres, 119
- GRÁFICO 28** · Especificações quanto à configuração de caixa dos caracteres, 119
- GRÁFICO 29** · Número de ocorrências quanto ao tamanho das letras, 120
- GRÁFICO 30** · Número de ocorrências quanto ao peso das letras, 121
- GRÁFICO 31** · Número de ocorrências quanto à proporção, 121
- GRÁFICO 32** · Número de ocorrências quanto ao contraste entre as hastes, 123
- GRÁFICO 33** · Número de ocorrências quanto a transição entre as espessuras das hastes, 123
- GRÁFICO 34** · Número de ocorrências quanto à conexão entre as letras, 124
- GRÁFICO 35** · Número de ocorrências quanto aos terminais sem serifa, 125
- GRÁFICO 36** · Número de ocorrências quanto aos terminais com serifa, 126
- GRÁFICO 37** · Número de ocorrências quanto à presença de terminais e remates específicos, 127
- GRÁFICO 38** · Especificações de terminais e remates específicos, 127
- GRÁFICO 39** · Número de ocorrências quanto à decoração - base, 128
- GRÁFICO 40** · Número de ocorrências quanto à quantidade das sombras, 129
- GRÁFICO 41** · Número de ocorrências quanto ao estilo gráfico das sombras, 129
- GRÁFICO 42** · Número de ocorrências quanto à decoração - ornamentação, 131
- GRÁFICO 43** · Número de ocorrências quanto às cores dos elementos, 133
- GRÁFICO 44** · Especificações das cores dos elementos, 133
- GRÁFICO 45** · Número de ocorrências quanto às cores de fundo, 134
- GRÁFICO 46** · Número de ocorrências quanto às especificações das cores de fundo, 134.
- GRÁFICO 47** · Número de ocorrências quanto ao enquadramento, 136
- GRÁFICO 48** · Número de ocorrências quanto ao ângulo, 138
- GRÁFICO 49** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente gama, 139
- GRÁFICO 50** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente consistência, 140
- GRÁFICO 51** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente enquadramento, 141
- GRÁFICO 52** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente posicionamento, 142
- GRÁFICO 53** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente proximidade, 144
- GRÁFICO 54** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente cinética, 144
- GRÁFICO 55** · Número de ocorrências quanto ao ingrediente naturalismo, 146
- GRÁFICO 56** · Base gráfica, 148
- GRÁFICO 57** · Tipos de representação gráfica, 148

**GRÁFICO 58** · Número de ocorrências quanto às cores dos elementos, 149

**GRÁFICO 59** · Especificações das cores dos elementos, 149

**GRÁFICO 60** · Número de ocorrências quanto às cores dos planos de fundo, 150

**GRÁFICO 61** · Especificações das cores dos planos de fundo; 150

# INTRO DUÇÃO

## INTRODUÇÃO

A identidade de um povo pode ser compreendida por meio de suas manifestações culturais. São os ritmos, os costumes, as linguagens, as crenças e os saberes, por exemplo, que nos permitem distinguir as comunidades, e nos colocam diante de uma pluralidade de formas, símbolos e diversos meios de comunicação. Mas de que maneira a cultura se torna algo palpável? Quais são as referências tangíveis desses sistemas simbólicos?

Os objetos, as imagens e outras manifestações gráficas são elementos culturais capazes de nos situar no tempo e no espaço e de produzir sentidos diferentes de acordo com os contextos históricos e socioculturais nos quais estão inseridos. Eles não apenas registram acontecimentos, comprovam fatos ou facilitam nossas vidas, mas representam o próprio povo, com o poder de se expressar e retratar a sua história.

Durante séculos, a produção dos artefatos gráficos de valor simbólico evoluiu na mesma proporção do desenvolvimento social, político e econômico da sociedade. Esta produção é intrínseca ao desenvolvimento dos povos, das nações, dos territórios, e é parte constituinte da história cultural dos agrupamentos sociais até os dias atuais.

Nesse sentido, podemos dizer que cada período na história da evolução da humanidade foi impulsionado por fenômenos sociais, políticos ou econômicos que aceleraram ou retardaram o desenvolvimento tecnológico dos povos. Entretanto, no período recente, com o advento da globalização, a quebra das barreiras comunicacionais e o fim das barreiras físicas para o livre comércio, elementos tradicionais de culturas locais ganharam novos significados e valores. Manifestações que antes eram principalmente associadas ao contexto popular e às classes socioeconômicas desprivilegiadas, agora passam a integrar todas as classes, num processo que Canclini (2008) denomina de hibridização cultural. Por conseguinte, percebemos que as grandes metrópoles constituem, na contemporaneidade, um cenário de intensa diversidade gráfica. Nelas é possível encontrar uma variada gama de signos, cores, formas, imagens e letras do alfabeto, compondo uma verdadeira biblioteca

de experiências táteis e visuais, que dispõe seu conteúdo com o objetivo de informar, entreter e instruir, de forma acessível a todos.



Figura 1: Exemplos de manifestações gráficas urbanas registradas no Brasil: pluralidade de signos, letras do alfabeto, formas e cores. Nas imagens temos um outdoor (Recife); uma placa de sinalização de trânsito (Rio de Janeiro), um cartaz feito com lambe-lambe (São Paulo), uma intervenção dos artistas Anderson Augusto e Leonardo Delafuente ([www.6emeia.com](http://www.6emeia.com)), plaquetas de preços de uma feira livre (Curitiba) e um mural grafitado (Fortaleza).

Em meio a esse turbilhão de informações do cenário urbano encontramos uma forma singular de manifestação que chama a atenção pela riqueza estética e formal de seus elementos: os letreiros populares<sup>1</sup> compostos por elementos verbais e/ou pictóricos da linguagem gráfica de natureza vernacular os quais serão **objeto desse estudo**.

Apesar de termos encontrado várias definições para os termos vernacular e popular (FINIZOLA, 2010; MICHAELIS, 2009; CANCLINI, 2008; CARDOSO, F., 2005; DONES, 2004; PEREIRA, 2002 e CHOAY, 1988) parece-nos que ainda não se chegou a um consenso sobre o tema. Acreditamos, no entanto, que o vernacular e o popular aproximam-se e se complementam, em suas etimologias, como veremos no Capítulo 01.

No contexto da comunicação gráfica são os elementos verbais e pictóricos presentes nos letreiros que mais chamam a nossa atenção. Eles estão presentes em placas de sinalização, pinturas em muros e vias públicas, em placas comerciais, ornamentações de carros e caminhões, ambulantes alegóricos, outdoors, cartazes, entre outros. Apesar de os adventos tecnológicos da computação gráfica e da impressão digital terem ampliado o número dos artefatos digitais espalhados pelas cidades, os letreiros populares permanecem ainda muito vivos no cenário urbano. É provável que isso possa ser atribuído, ao caráter demo-

<sup>1</sup> Entendemos por “letreiros populares” as manifestações gráficas urbanas que mantêm, em sua essência, características próprias da cultura popular. São confeccionadas artesanalmente, em processos manuais intuitivos ou com a utilização de técnicas passadas de geração em geração ou do mestre ao aprendiz.

crático que caracteriza a sua produção, já que, potencialmente, qualquer pessoa, com mínima habilidade artística é capaz de produzi-los (MARTINS, 2005), sob um baixo custo. Pode-se observar que a maioria dos letreiros ainda é confeccionada à mão, com a ajuda de técnicas e meios artesanais de produção – como a pintura e o estêncil. Todos esses fatores nos levam a crer que a probabilidade de extinção desses artefatos é pequena, e está longe de acontecer.



Figura 2: Exemplos de letreiros manuais de caráter vernacular.

Apesar de o Design, enquanto área de conhecimento acadêmico, desempenhar um importante papel no que diz respeito ao resgate, a preservação, a valorização e ao estudo desses letreiros, esse tipo de manifestação gráfica ainda é visto, de forma geral, como produto de menor valor por ser constantemente relacionado com aquilo que é feito à margem do conhecimento erudito, ou seja, aquele que é socialmente reconhecido e produzido pelas classes econômica e socialmente favorecidas.

No entanto, entendemos como redutora a ideia de atrelar a produção gráfica de grupos sociais a um caráter classista, especialmente num momento em que as transformações socioculturais são constantes e os objetos da cultura material, cada vez mais efêmeros.

Dessa forma, pretendemos evidenciar as possibilidades de estudo e de uso dessas manifestações, ressaltando o papel do Design para a valorização e o enriquecimento da cultura e da memória gráfica de grupos sociais, sugerindo contribuições tanto para o campo do Design quanto para outras áreas do conhecimento como, por exemplo, a educação, a economia e o turismo locais. Nesse sentido, esperamos que os resultados de nosso estudo possam promover o reconhecimento, a divulgação e o uso desse rico universo de manifestações vernaculares de forma positiva, como um elemento agregador dos diferentes segmentos socioculturais da população, bem como o seu aproveitamento em ações voltadas para a educação e o mercado de consumo de bens simbólicos.

Levar, pois, essa referência vernacular urbana a universos não diretamente ligados ao Design e à Arte, como os universos educativo e lúdico, parece ser uma boa forma de promover a iconografia local, rica em referências simbólicas, principalmente por atingir com maior ênfase o público infantil, ainda em fase de descoberta das experiências táteis e visuais no seu entorno. Dessa forma, esse estudo poderá sugerir também possibilidades de interações entre o conteúdo gráfico e semântico, encontrado no espaço urbano, e aplicações em artefatos lúdicos direcionados ao público infantil, contribuindo para o enriquecimento do repertório visual de seus usuários.

Portanto, partindo do pressuposto de que os letreiros populares são passíveis de catalogação e análise de acordo com suas propriedades semânticas e morfológicas, delinearemos um panorama identitário desses letreiros, reconhecendo padrões, características marcantes e incidências peculiares que fazem parte do atual processo de elaboração dessas manifestações. Dessa forma, espera-se estimular a valorização e o seu reconhecimento como elementos legítimos da memória gráfica pernambucana.

Nessa perspectiva, o nosso **objetivo geral** é fazer um estudo sistemático dos aspectos semânticos e morfológicos dos elementos verbais e pictóricos que compõem as manifestações gráficas vernaculares encontradas no espaço urbano da Região Metropolitana do Recife (RMR).

Para que isso seja possível, traçamos como **objetivos específicos**: o mapeamento e o registro das manifestações vernaculares existentes na Região Metropolitana do Recife, a partir de pesquisas de campo em locais estratégicos; a identificação, descrição e interpretação dessas manifestações a partir do desenvolvimento de fichas de análise sistemática que comportem a classificação semântica dos letreiros e a classificação morfológica de seus elementos verbais e pictóricos; o desenvolvimento de um sistema que, de forma prática

e transparente, permita a catalogação e a análise das imagens registradas; e a proposição, ao final da pesquisa, de um artefato voltado para o público infantil que utilize elementos gráficos em sua dinâmica, como uma sugestão de aplicabilidade dos dados coletados neste estudo.

Do ponto de vista formal, além da Introdução e das Conclusões, a dissertação está estruturada em duas partes: a Parte I, composta por dois capítulos referentes à fundamentação teórica, e a Parte II composta por dois capítulos, referentes ao desenvolvimento da pesquisa.

No Capítulo 01 | *As influências da cultura vernacular na formação das Identidades*, as manifestações gráficas urbanas vernaculares são tratadas como forma de expressão cultural de um povo, abordando questões sobre globalização, relações de alteridade e identidade. Assim, procuramos discutir outras formas de compreensão da cultura popular vernacular na contemporaneidade. A revisão da literatura sobre o tema permitiu-nos visualizar novos caminhos de integração entre o design formal e informal e a dissolução das barreiras sociais e culturais.

No Capítulo 02 | *A estética vernacular e o Design* abordamos os fundamentos tradicionais da Estética e da Beleza relacionando-os aos novos valores estéticos que surgem na contemporaneidade. Sob o ponto de vista do Design, refletimos sobre a valorização da estética proveniente da cultura vernacular, e as apropriações dos seus elementos em trabalhos de Design como forma de valorizar elementos culturais locais, reformular seus significados e modificar antigos paradigmas.

O Capítulo 03 | *Metodologia da Pesquisa* trata da identificação do universo de análise, apresentando o levantamento e a composição do corpus da pesquisa, bem como os instrumentos e métodos utilizados em seu desenvolvimento.

No Capítulo 04 | *Discussão dos Resultados*, os dados obtidos por meio da aplicação dos procedimentos metodológicos da pesquisa são apresentados. Realizamos uma análise quanti-qualitativa a partir da catalogação sistemática de um corpus composto por 115 letreiros, desmembrados em 200 elementos verbais e 72 elementos pictóricos. Após a discussão e interpretação dos dados, foi possível delinear um panorama identitário dos letreiros populares, quanto aos padrões semânticos e morfológicos observados.

Por fim, nas Conclusões, apresentamos as contribuições dos resultados da pesquisa e sugestões para novos caminhos que possam dar continuidade e aprofundar mais ainda este estudo.

# PARTE UM

[ FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA ]

## CAPÍTULO 1 | AS INFLUÊNCIAS DA CULTURA VERNACULAR NA FORMAÇÃO DAS IDENTIDADES

O Design Gráfico passa atualmente por um processo de redefinição de significados e valores. Em meio a tantos avanços tecnológicos, que muitas vezes automatizam e atropelam processos criativos, antes fundamentais, surge um caminho que prioriza a investigação, experimentação e aplicação de diferentes linguagens, materiais, ferramentas e mecanismos do amplo universo dos artefatos gráficos produzidos sem os recursos da informática. Trata-se da revalorização de antigos procedimentos que fazem parte do passado histórico do Design, mas que ainda co-existem na atualidade com os novos produtos tecnológicos.

Analogamente à situação atual, podemos identificar um período histórico no qual o Design passou por uma grande dualidade produtiva e estética. No fim do século XIX, em meio à Revolução Industrial, surgiu na Inglaterra um movimento estilístico chamado Arts & Crafts (Artes e Ofícios), que impulsionado pelos líderes William Morris (1834-1896) e John Ruskin (1819-1900), defendeu entre outras coisas, o retorno aos ofícios artesanais, a fidelidade à natureza dos materiais e a revalorização dos métodos de produção e expressão pessoal tanto por parte do designer, quanto do artesão. Eles reagiram contra a industrialização e os rápidos avanços tecnológicos que, segundo eles, incentivavam a produção massificada de artefatos gráficos e bens de consumo, provocavam o declínio da criatividade e a valorização dos artefatos de design projetado por engenheiros sem preocupação estética (MEGGS & PURVIS, 2009, p. 216).

Dessa forma, percebemos que a preocupação com os materiais, meios de produção e expressão cultural artística, aplicados em artefatos gráficos são atemporais e voltam a ser tema de discussão no século XXI, em plena Era Digital.

Encontramos, na literatura, alguns autores que concebem o design gráfico como um campo de planejamento diretamente ligado à impressão, que pode ser entendido por “dar

forma gráfica a idéias e produtos de vários gêneros de mídia impressa” (GRUSZYNSKI, 2000, p. 12). Villas-Boas (2003, p.11), por exemplo, concorda que esta área de conhecimento tem sua base no planejamento, cujo objetivo é a elaboração de projetos de peças expressamente comunicacionais para reprodução por meio gráfico. Para ele, os objetos resultantes da atividade de design gráfico têm como suporte geralmente o papel, e como processo de produção, a impressão. Portanto precisa ser projetado para reprodução, ser reproduzível e efetivamente reproduzido a partir de um original (mesmo que virtual). Ainda segundo Villas-Boas (2003), se o artefato não seguir estes preceitos, sendo considerado peça única, fica circunscrito ao campo da arte ou do artesanato – os quais o autor (VILLAS-BOAS, 2003) tomou como exemplos um manuscrito medieval e uma tabela de preços de uma lanchonete –, e portanto não configuram um produto de design gráfico.

No entanto, apesar de não ser nossa intenção, no presente estudo, encontrar uma definição acabada para o termo *design gráfico*, consideramos válido ponderar que o mesmo atualmente abrange um universo muito maior do que apenas o dos artefatos impressos, como sugeriram Gruszynski (2000) e Villas-Boas (2003). Entendemos que o design gráfico está presente no cotidiano da sociedade de forma muito mais ampla, englobando marcas, símbolos, embalagens, placas, sinalizações, rótulos, estampas, livros, jornais, revistas, cartazes, folhetos, catálogos, folders, e outros, que não são necessariamente produzidos mais de uma vez, ou atrelados a apenas a um tipo de suporte – como o papel.

Adotaremos, portanto, a definição de Twyman (1979, 2002), por ser mais abrangente. Twyman (1979, p. 118) define o designer gráfico “como aquele que planeja a linguagem gráfica”, e entende como *gráfico* tudo o que for desenhado ou feito visível em resposta a decisões conscientes e, por *linguagem*, o veículo de comunicação. Desta forma, o autor determina a Linguagem Gráfica (LG) como marcas produzidas à mão e/ou por máquinas com o intuito de comunicar uma mensagem.

Nesta linha de pensamento, na qual o Design Gráfico se configura como o planejamento da Linguagem Gráfica, de forma a comunicar, ou fazer visível, uma mensagem, concordamos também com Fonseca (2008, p. 207), quando considera que o design é, antes de tudo, “um esforço criativo para resolver um problema”, e para o *designer gráfico* a solução desse problema dá-se por meio da composição das partes envolvidas, ou seja, na forma como os componentes, partes ou elementos são usados e combinados.

De acordo com o autor (FONSECA, 2008), entende-se por *componentes básicos de uma solução visual*, a *linha*, a *forma*, a *textura*, o *valor* e a *cor*, todos arranjados dentro de um

espaço; sendo as imagens, as fontes tipográficas e os gráficos, elementos formados por esses componentes.

Portanto, é interessante conceber o design gráfico como uma *atividade de combinação* (LIVINGSTON & LIVINGSTON, 1992 apud VILLAS-BOAS, 2003), em que é preciso considerar um *todo*, o conjunto de elementos estético-visuais, textuais e/ou não textuais, reunidos num determinado ambiente preponderantemente bidimensional e que resulta exatamente da relação entre estes elementos (VILLAS-BOAS, 2003, p.12).

Para essa pesquisa, vamos utilizar também o modelo sugerido por Twyman (1982), que organizou esses elementos em três modos de simbolização: o modo verbal, composto de palavras e números (elementos verbais/numéricos); o modo pictórico, composto por qualquer representação feita à mão ou à máquina que se relaciona, mesmo que distante, a coisas existentes ou imagináveis (elementos pictóricos); e o modo esquemático, referente a tudo que não for decididamente verbal, numérico ou pictórico (elementos esquemáticos).

Dessa forma, encontramos nos projetos de design gráfico a capacidade de informar, identificar, sinalizar, organizar, estimular, persuadir e/ou entreter o público a que está direcionado, de forma que, muitas vezes, são capazes de estabelecer padrões, marcar um período histórico, identificar valores sociais de uma época ou mesmo referências estéticas que permeiam uma comunidade, desempenhando assim papel fundamental nas relações culturais nas mais diversas sociedades.

Nesse sentido, ao considerarmos que a Cultura é a essência de um povo, e que pode ser analisada a partir dos seus elementos imateriais – e, portanto, abrange suas crenças, costumes e comportamento –, e materiais, o Design apresenta-se como agente capaz de concretizar as necessidades e desejos de uma comunidade e representá-los, por meio de artefatos e/ou sistemas de produção.

No entanto, antes do surgimento do Design, como área de conhecimento acadêmico, os aspectos intrínsecos da cultura material ganhavam pouco destaque nos estudos culturais. De acordo com Burke (2008), os dois campos que tradicionalmente mais contribuíram para o estudo da Cultura foram a História e a Economia, sendo que o primeiro dispensou mais atenção aos aspectos da cultura imaterial, relativa às idéias; e o segundo costumava deixar de lado os aspectos simbólicos de alimentos, roupas e habitações, por exemplo, para se ater mais aos níveis de nutrição e renda individual da população.

Foi em meados do século XX que o interesse por esse segmento ganhou impulso, e mais historiadores culturais voltaram-se para o estudo da cultura material, aproximando-se de outros campos do conhecimento como a Arqueologia, Antropologia, Arquitetura, Moda e Mobiliário. Nesse período, mesmo estudiosos do campo da literatura seguiram essa direção, como o caso do neozelandês Don Mackenzie que redefiniu, em publicação de 1986, a bibliografia como uma forma de história cultural. Burke (2008, p. 91) comenta que Mackenzie chamou atenção para a necessidade de estudar as formas materiais dos livros, os aspectos de diagramação e do uso da tipografia, argumentando que elementos de comunicação não-verbal, entre eles a própria disposição do espaço na folha, eram portadores de significado.

Assim, o designer, e mais especificamente, o designer gráfico, é inserido nesse cenário como importante agente gerador de artefatos com valor simbólico, capazes não apenas de dar forma a cultura material de um povo, mas de contribuir com formação de sua memória e identidade cultural.

Sendo assim, a fim de desenvolver estudos que valorizem e resgatem artefatos gráficos (efêmeros ou permanentes) que fazem parte da memória nacional, várias iniciativas de pesquisa estão sendo tomadas por designers brasileiros, como é o caso daqueles que fazem parte do projeto Memória Gráfica Brasileira (PROCAD/CAPES). Com grupos de estudos situados em Recife, Rio de Janeiro e São Paulo, os pesquisadores têm apresentado resultados surpreendentes que nos convidam a explorar as possibilidades geradas por suas investigações, que intencionam preservar e estudar as diversas manifestações gráficas que compõem a identidade e o repertório visual dos brasileiros, redescobrir nossas origens e apresentá-las ao público sob uma nova perspectiva.

Nesse sentido, algumas manifestações gráficas encontradas no espaço urbano da RMR chamaram-nos a atenção. Trata-se de placas ou letreiros, que possuem, em sua essência, características peculiares da cultura popular: são produzidas de forma artesanal, em processos manuais intuitivos ou com a utilização de técnicas passadas de geração em geração ou do mestre ao aprendiz. Isso quer dizer que, apesar de muitas não serem confeccionadas por profissionais com capacitação formal, apresentam grande riqueza iconográfica e tendem a formar padrões gráficos similares a outros artefatos gráficos, como rótulos e embalagens confeccionados em meados do século XX, por exemplo, como veremos posteriormente.

Os letreiros em questão, geralmente desenvolvidos com traços marcantes, cores fortes e representativas, ornamentos e texturas originais e disposição de texto interessante –,

carregam em si características que transcendem o popular, podendo também ser identificados pelo termo vernacular.

A designação *vernacular*, apesar das discussões acerca de sua origem linguística e dos diversos significados que lhe é atribuída no meio acadêmico, é definida por Dones (2004) como uma expressão gráfica que “sugere a existência de linguagens visuais e idiomas locais que remetem a diferentes culturas” (DONES, 2004, p. 2).

No latim, a palavra *vernaculus* tem em seu significado um teor conservador e patrimonial, e é relativo ao *escravo nascido em casa, o doméstico, o nacional – próprio do país*. No dicionário Michaelis (2009) a palavra *vernáculo* já apresenta modificações etimológicas, indicando o que é próprio do país ou região a que pertence ou em que está. Também é relativo à linguagem sem mescla de estrangeirismos, ao que é genuíno, correto, puro. Que, tanto no falar como no escrever, observa rigorosamente a pureza e correção da linguagem.

A palavra *popular*, por sua vez, também é originada do latim *populus* – como era chamado o grupo intelectual e político na República Romana no século I AC, que refletia os interesses dos plebeus, em particular, seu contingente rural. No dicionário Michaelis (2009), significa o que é pertencente ou relativo ao povo; comum, usual entre o povo; adaptado à compreensão ou ao gosto do povo; originado entre o povo ou por ele composto ou transmitido; que é do agrado do povo; que tem as simpatias, o afeto do povo, que é democrático. Na área da Arquitetura, a palavra *vernáculo* é considerada tanto um adjetivo que faz parte do léxico da lingüística, apontando o que é próprio de determinada língua ou região, quanto um substantivo de mesma referência. Em inglês, o termo *vernacular*, grafado da mesma forma que no português, se refere às artes locais e em particular à arquitetura típica de uma região (CHOAY, 1988).

Para Dones (2004), a palavra *vernacular* pode ser associada às publicações e sinalizações ligadas aos costumes locais, produzidas fora do discurso oficial (o qual entendemos como aquele que é gerido, reconhecido e utilizado pelas classes dominantes), e geralmente trazem fortes referências tradicionais.

Do livro *Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular* (PEREIRA, 2002), no qual são reunidos e analisados objetos peculiares – denominados pela autora de “engenhos informais” –, encontramos novas considerações sobre o termo *vernacular*. Nele, a autora (PEREIRA, 2002) apresenta uma série de artefatos criados, confeccionados ou transfor-

mados por artesãos e inventores populares, fruto da criatividade impulsionada pela necessidade de trabalho e/ou sobrevivência.

Pereira (2002, p.26) alude que os objetos registrados, alguns exemplificados abaixo (fig. 03, 04, 05 e 06), são produtos da invenção popular e refletem de maneira própria a realidade do local em que são encontrados. Caracterizam de certa forma, manifestações do povo brasileiro, que com sua criatividade característica e conhecimento popular, planeja estratégias de sobrevivência e confecciona objetos de “design espontâneo”, a partir dos mais diversos materiais e referências.

Nos exemplos de Pereira (2002) podemos observar, da esquerda para direita, um display tipo carrossel para balas, feito com um cabo de vassoura e uma roda de bicicleta; um caminhãozinho de brinquedo, transformado em mini-trio elétrico para vender café, chocolate, cigarros, balas, cartão telefônico; um tapete capacho, feito de tampinhas de garrafa de vidro; e os óculos para segurar o excesso de pálpebras que prejudicava a visão da Dona Pequena, moradora de rua do Rio de Janeiro, no qual foi acoplado ao aro das lentes, uma estrutura de fio metálico.



Figuras 03, 04, 05 e 06: Imagens extraídas do livro *Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular* (Fonte: PEREIRA, 2002, págs 34, 36, 67 e 131).

Assim, partindo da noção de que o termo *vernáculo* não diz respeito apenas aos idiomas, mas num entendimento amplo à tudo que é próprio de um país, nação ou região, a autora (PEREIRA, 2002), considera que os inventos de rua expressam o desenho vernacular brasileiro, e portanto pode defini-los como expressão original do nosso povo. Assim, consideramos que estas são manifestações que também podem ser classificadas como *populares e vernaculares*.

De forma similar aos letreiros populares que compõem o corpus dessa pesquisa, os “engenhos informais” estudados por Pereira (2002) atendem às necessidades específicas das

peças que os produzem, não deixando que sua forma material e estética se submeta prioritariamente a imposições do mercado ou da academia. Por se apresentarem fora dos sistemas industriais e serem desvinculados das expectativas convencionais, tendem a ser vistos como artefatos marginais, embora apresentem linguagem própria, intencional e autêntica.

Finizola (2010) alude que o design inspirado no popular abrange tudo aquilo que é produzido das classes populares ou feito para elas, como uma cultura de massa, ou seja, abrange o universo de produtos industriais e culturais consumidos ou gerados pela grande massa da população. Já o termo vernacular é empregado para definir aqueles artefatos que possuem aspectos mais autênticos da cultura de determinado local, embora influenciem e sejam influenciados por outras culturas ou pelos sistemas comerciais, por exemplo.

Portanto, podemos dizer que as *manifestações gráficas vernaculares* estão intimamente vinculadas ao conhecimento e à produção *populares*, ou seja, carregam em si forte valor simbólico, próprio de uma determinada região, ou estão atreladas à cultura de determinado povo ou tribo cultural; geralmente provém de valores intuitivos ou de habilidades pessoais que resistem ao tempo por seu caráter democrático de criação e produção, bem como sua aceitação tradicional na esfera local.

Cardoso, F. (2005), considera que alguns artefatos de produção popular, feitos por artífices sem formação acadêmica, podem ser considerados produtos de design, embora estejam intrinsecamente correlacionadas às classes sócio-econômicas nas quais estão inseridos. Na sua concepção, a classe social é uma instância que afeta a própria produção gráfica, fazendo com que grupos de classes sociais distintas desenvolvam linguagens sociais próprias, voltadas não apenas para atender suas necessidades como também para legitimar os sistemas aos quais estão atrelados:

Esses dois grupos culturais podem ser vinculados às classes economicamente dominadas e dominantes de uma sociedade; assim pode-se definir a classe social dos profissionais envolvidos na produção de peças gráficas como o principal distintivo que caracteriza um grupo de produtores. Cada um desses grupos representa campos de produção distintos, cada qual com suas próprias instituições e instâncias de produção, reprodução e legitimação, que contribuem para a formação e manutenção desses sistemas. Ambos os campos de produção coexistem dentro de uma mesma sociedade, possuem linguagens visuais próprias e se influenciam mutuamente, porém, são voltados para atender às necessidades de grupos sociais distintos. (CARDOSO F., 2005, p. 08)

Do nosso ponto de vista, entendemos redutora a idéia de atrelar a produção gráfica de grupos sociais a um caráter classista, no qual seja possível identificar um grupo pela

produção gráfica do seu entorno. Nessa perspectiva, acreditamos que os termos *popular* e *vernacular*, utilizados geralmente para designar artefatos e pessoas cujas atividades laborais ou posição sócio-econômica remetam à condição popular, ou cujo trabalho esteja voltado para o popular, ganharam novos significados e valores e vêm sofrendo mudanças de sentido expressivas na contemporaneidade, como veremos a seguir.

## 1.1 Cultura popular e vernacular na contemporaneidade

Um dos grandes nomes relacionados aos estudos culturais contemporâneos é o do antropólogo, sociólogo e filósofo argentino Néstor Garcia Canclini, que tem desenvolvido pesquisas relativas à globalização e às mudanças culturais na América Latina. Enfatizando a importância das relações entre culturas, etnias, referências midiáticas, populares e tradicionais, Canclini (2008) sugere que, na atual situação social, em que vivenciamos uma pós-modernidade comunicacional, o popular não pode mais ser considerado monopólio dos setores populares.

O autor (op. cit.) revela que as manifestações artísticas tradicionais, bem como os meios de produção, confecção e comercialização aos quais artefatos artesanais estão atrelados, não são mais exclusivas dos grupos étnicos, nem mesmo dos setores agrários mais amplos. Ao contrário, os cruzamentos entre as mais diversificadas culturas, provenientes das mais diversas classes sociais e territórios, permitem o surgimento do que ele chama de *culturas híbridas*. Nestes cenários de miscigenação cultural, as culturas híbridas são caracterizadas pela mistura de elementos simbólicos de culturas distintas e, portanto, não há uma divisão clara entre os elementos provenientes de uma cultura erudita, da popular ou de massa, da identitária ou da globalizada.

Dessa forma, Canclini (2008) coloca no mesmo plano as variadas manifestações da cultura contemporânea, rompendo as fronteiras estabelecidas pela lógica da modernidade, na qual o culto deveria estar nos museus e o popular nas praças e feiras. Isso quer dizer que “é possível pensar que o popular é constituído por processos híbridos e complexos, usando como signos de identificação elementos procedentes de diversas classes e nações” (CANCLINI, 2008, p. 220-221). Trata-se, portanto, de fenômenos culturais que têm, como agentes de intervenção, os ministérios da cultura e de comércio, fundações privadas e empresas de diversos setores, como as de bebidas e decoração, além dos meios de comunicação de massa, como o rádio e a televisão.

Assim sendo, concordamos com o autor (op. cit.) quando considera que o tradicional e o moderno não são mais antagônicos, assim como outros pares de oposições convencionais. Neste sentido, surgem novas formas de identidade cultural que já não podem mais ser consideradas como puramente legítimas nem ligadas apenas a um território.

No entanto, é importante ressaltarmos que as hibridizações não anulam a autenticidade das identidades culturais, nem das manifestações vernaculares locais, e sim nos coloca frente a uma nova forma de interpretar nossas raízes culturais, inserindo-as num contexto mais amplo que transcende regiões e classes sociais. O historiador Cardoso, R. (2005), ao reunir estudos sobre as produções gráficas brasileiras antes da instituição de cursos superiores de Design (Desenho Industrial/Programação Visual) no Brasil, elucida que podemos encontrar referências da identidade cultural brasileira a partir de impressos das últimas décadas, produzidos por artífices populares. Ele explica que

Se existiram atividades projetuais em larga escala no Brasil entre 1870 e 1960, e se estas não tiveram como base uma linha única de pensamento, uma determinada doutrina ou estética, então a produção que delas resultou é representativa de uma tradição rica, variada e autenticamente brasileira, que terá assimilado e conciliado uma série de influências díspares. (CARDOSO, R., 2005, pág. 11)

De forma análoga, José Teixeira Coelho em sua obra *Dicionário Crítico de Política Cultural* (1997), pondera que as transformações dos códigos culturais fazem parte de um processo natural e, portanto, os resultados dessas mudanças não significam nenhuma calamidade relevante. Ao contrário, apenas são consideráveis para aqueles que vêem a cultura como uma instituição estática, sinônimo de tradição, de traço distintivo. Para ele, apesar de ser possível identificar as manifestações culturais locais, a cultura se comporta como um processo dinâmico que jamais, em momento algum da história, manteve-se igual ao longo do tempo.

Mas para melhor entender esses processos cambiantes, sugerimos que voltemos nosso olhar para as questões relativas aos próprios agentes produtores dessas manifestações, que influenciam e são influenciados por diversas fontes, referências, culturas e estéticas, independente de suas classes sociais, econômicas, ou região geográfica em que nasceram e/ou vivem. Sobre esse aspecto, Anjos (2005) alude que, superando os receios sobre o processo de homogeneização cultural que a globalização evoca, no qual as culturas hegemônicas pelos espaços de difusão midiáticos recalçariam ou suprimiriam as manifestações culturais tradicionais ou locais por todo o mundo, há uma reação de adaptação e transformação das culturas não-hegemônicas, as quais acabam por promover “formas

novas de pertencimento ao local, e criando, simultaneamente, articulações inéditas com o fluxo global de informações” (ANJOS, 2005, p. 11).

Sendo assim, Anjos (2005), em seu livro *Local/Global: arte em trânsito*, chama a atenção para as mudanças de percepção culturais que vêm ocorrendo no Nordeste do Brasil. Ele lembra que durante muito tempo a valorização da produção artística dos estados nordestinos só se dava se nestas estivessem intrínsecos aspectos tradicionais, genuínos ou exóticos de sua cultura local, os quais, mesmo inseridos num “contexto de um mundo cada vez mais poroso e interligado”, deveriam seguir supostamente impermeáveis à produção simbólica de outros lugares (ANJOS, 2005, p. 11).

Portanto, concordamos com o autor (ANJOS, 2005, p. 14), quando sugere que o que vêm distinguindo uma cultura local de outras culturas não são mais os sentimentos de clausura, afastamento ou origem pura e tradicional, e sim as diversas maneiras pelas quais as comunidades posicionam-se nesse contexto de inter-influência e estabelecem relações com o *outro*.

Por conseguinte, no próximo tópico iremos abordar a especificidade humana sob a perspectiva da alteridade, que resulta da relação que se estabelece com a realidade de um *outro* ou das relações com *outros*: via atividade, o letrista popular se apropria das diversas manifestações culturais – sejam elas locais ou transnacionais –, e concomitantemente nelas se objetiva, constituindo-se assim como sujeito transformador da estética local.

## 1.2 Alteridade: as influências culturais do letrista popular no Recife

A *alteridade* é uma palavra originária do latim – *alter* –, que significa *outro*. A enciclopédia Larousse (1998) a define como um estado, qualidade daquilo que é *outro*. Em diversas áreas das ciências, como a psicologia social, a antropologia, a metalinguística, etc, esta noção foi desenvolvida conceitualmente, partindo-se do princípio geral de que a existência de um *eu - individual* está na interdependência do *outro* (do não eu – a sociedade, o mundo, diferente do indivíduo). Assim, nossa *existência* estaria condicionada ao *outro*, ao seu campo de visão, o que nos permitiria, em contrapartida, a compreender o mundo não apenas a partir de um *eu*, mas também do *outro*.

Mas é particularmente na filosofia que esta noção vai adquirir um pensamento conceitual mais elaborado. Em filósofos como o russo Mijail Bajtin (1997) e o alemão Martin Heidegger (2010) vamos encontrar referências sobre a relação da alteridade, da compreensão e

da linguagem. Para o primeiro filósofo, o *eu* também é responsável pela completude do *outro*:

O fato de que eu, do meu lugar único no ser, ainda que tão somente veja e conheça ao outro, pense nele e não o esqueça, o fato de que para mim ele exista – é a única coisa que posso fazer por ele no momento dado de todo o ser, e representa uma ação que completa sua existência, absolutamente proveitosa e nova, e possível tão somente para mim<sup>2</sup>. [...] (BAJTIN, 1997, p. 49).

Já na filosofia hermenêutica<sup>3</sup> do filósofo alemão Martin Heidegger (2010), o conceito de alteridade vai aparecer no contexto da vida prática, da existência humana, ao fazer referência ao conceito do *um-com-o-outro* que constitui a maneira do ser humano *ser e agir* no mundo. Este *ser-aí-com* significa compartilhar o mundo com os outros, compartilhar e contrapor o seu próprio ponto de vista com os dos outros e encontrar uma forma de linguagem comum para comunicar. Para Hans-Georg Gadamer (2004, p. 97), filósofo alemão e discípulo de Heidegger, a linguagem “é a interpretação prévia pluriabrangente do mundo e, por isso, é insubstituível.” Nesse sentido, segue dizendo (GADAMER, 2004, p. 98), “a linguagem pela qual se apresenta a interpretação do mundo é um produto e resultado da experiência.” Com a expressão *experiência*, o autor, não está se referindo a algum dado objetivo da realidade, apreensível pela percepção e transformado em verdade absoluta (dogma) pela razão (pensamento), mas sim ao mundo da *pré-compreensão* ao qual todo o ser humano tem acesso. Isso significa dizer que tudo que diz respeito à vida e à cultura do ser humano é transformado em impressões e preconceitos prévios que irão afetar a sua compreensão e interpretação. Daí pode-se concluir que o horizonte do sentido é dado pela compreensão: é nela que se fundamenta a interpretação. Não obstante, a linguagem, em nosso estudo, será tratada na conjunção entre signos gráficos e linguísticos, através dos quais relações de alteridade intercultural são estabelecidas na atividade gráfica do letrista popular, promovendo uma nova compreensão e re-interpretação estética da cultura local, afetada pelo olhar do outro. Como pontua Beth Brait (2009, p. 143), linguista brasileira que vem se dedicando aos estudos da verbo-visualidade:

A dimensão verbo-visual da linguagem participa ativamente da vida em sociedade e, conseqüentemente, da constituição dos sujeitos e das identidades. Em determinados textos ou conjuntos de textos, artísticos ou não, a articulação entre os elementos verbais e visuais forma um todo indissolúvel, cuja unidade exige do analista o reconhecimento dessa particularidade. São textos em que a verbo-visualidade se apresenta como constitutiva, impossibilitando o tratamento excludente do verbal ou do visual e, em especial, das formas de junção assumidas por essas dimensões para produzir sentido. (BETH BRAIT, 2009, p. 143)

---

<sup>2</sup> Grifo introduzido pela autora.

<sup>3</sup> A hermenêutica “é a arte de compreender algo dotado de sentido” (GADAMER, 2009, p. 382).

Com isso a autora (BRAIT, 2009) quer dizer que a articulação entre o verbo-visual é possível a todo objeto artístico ou não. Nesse sentido, poderíamos acrescentar que, de forma análoga ao que ocorre na conjunção de textos verbais e visuais, faz mais sentido falar em linguagem gráfica quando à esta for implicada a sua dimensão lingüística, pois todo o grafismo pressupõe uma linguagem verbal através da qual podemos não apenas *falar* (descrever) seus elementos formais, mas, sobretudo, compreender e interpretar os sentidos que eles expressam no âmbito da alteridade intercultural.

Sobre esse aspecto, Cerbino (2001), em seu artigo *O Espaço Urbano: Reflexos no Design*, publicado na revista científica Estudos em Design, vol.09, menciona que a cidade simboliza a sociedade em sua complexidade visual e caótica, gerando não apenas uma única ordem definitiva, mas várias abertas e passíveis de mudanças e estendidas além dos seus limites onde “tudo é estrangeiro, e nada ao mesmo tempo o é” (CERBINO, 2001, p.10). Assim, de forma equivalente a Brait (2009), Cerbino (2001) acredita que o signo visual não pode ser concebido à parte do seu espaço e situação social, da mesma forma que o design gráfico não pode ser compreendido fora desse contexto.

Assim, o teórico cultural jamaicano Stuart Hall (2006), em seu livro intitulado *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*, argumenta que aqueles que sempre viveram sabendo de suas identidades culturais unificadas e estáveis, estão agora passando por um processo de fragmentação cultural, em que suas referências provêm não de uma única identidade, mas de várias. O autor (HALL, 2006) alude ainda que esse processo é que define o sujeito pós-moderno: sem identidade fixa, essencial ou permanente, como numa *celebração móvel*: “formada transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam” (HALL, 1987 apud HALL, 2006, p.13).

Assim, acerca da questão da alteridade cultural, Hall (2006) conclui que o sujeito pós-moderno assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente, e sim muitas vezes contraditório, advindo de diferentes direções.

Como sugere Molar (2008, p. 1445), os estudos da alteridade foram afetados tanto pelas situações sócio-culturais do contexto nacional (brasileiro) quanto do internacional, no qual os preceitos da pós-modernidade, na mesma medida em que buscam certa uniformidade dos padrões culturais, também atuam nas relações sociais, diferenciando as pessoas.

Sobre esse aspecto o teólogo brasileiro Brizueña (2011) aponta ainda que as coisas do mundo são diversas entre si, mas elas não existem em sentido absoluto, mas sim relacionadas à outras. O que elas são ou representam só fazem sentido quando identificamos algo que elas não são ou não representam: “o ‘não-ser’ só existe enquanto uma coisa ‘não é’ outra” (BRIZUEÑA, 2011, p.01). Deste modo, iremos considerar a noção de alteridade como uma forma de diálogo interpessoal com o outro, na qual influenciemos e somos influenciados por sua cultura, seus valores e seu repertório visual e estético.

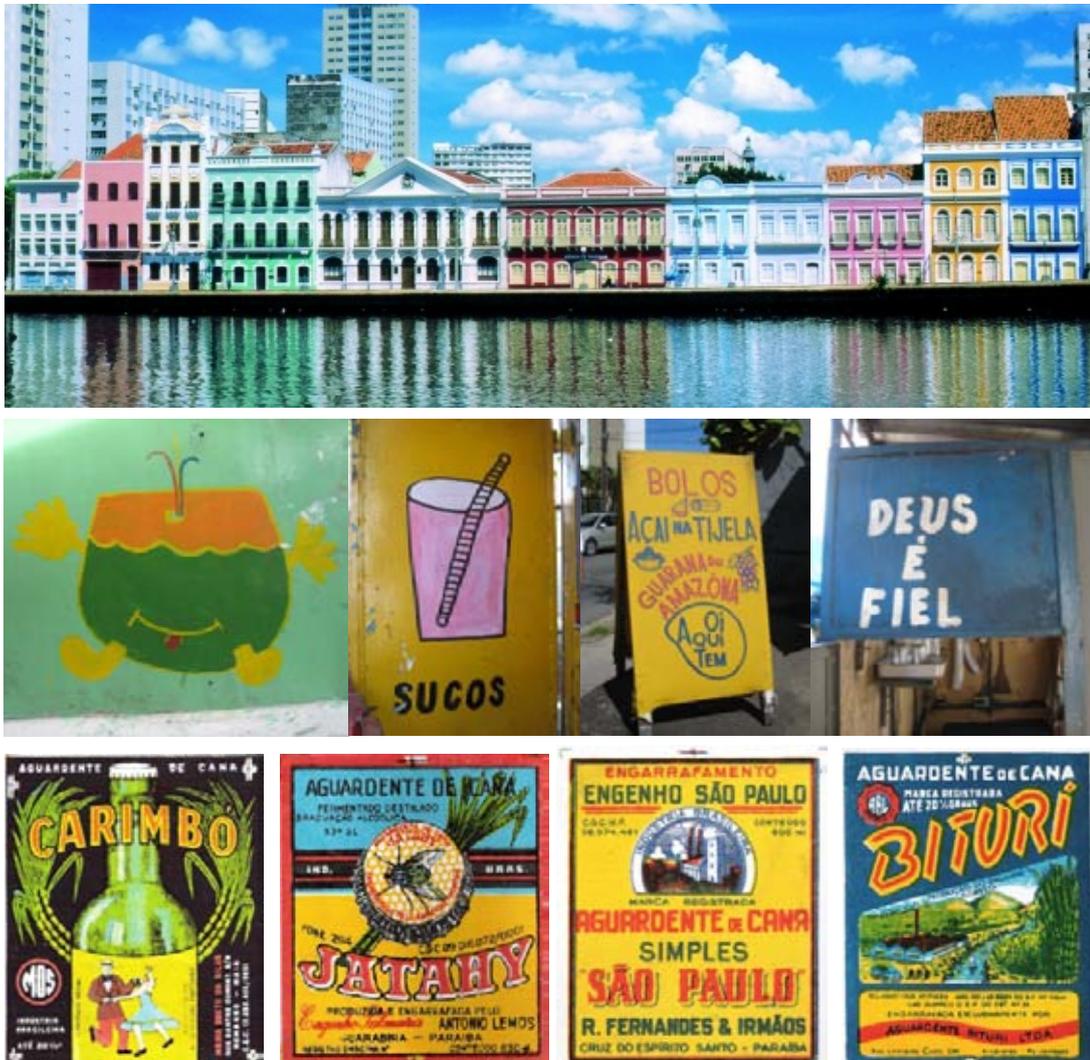
Nesse sentido, usaremos como estudo de caso a cidade do Recife, conhecida pela sua pluralidade cultural e estética, na qual o antigo e o novo, o moderno e o barroco convivem numa mistura de estilos peculiar. A especialista em Geografia Humana Edvânia Gomes, alude em seu artigo *Um passeio temático pela cidade do Recife: o processo de revitalização, êxitos e fracassos* (2006), que o desenvolvimento urbano do Recife coexiste com o centro histórico da cidade, como mundos antagônicos, e aponta mais algumas dicotomias que podem ser atribuídas à cidade, como: moderno e arcaico, rico e pobre, seco e molhado. Assim, concebemos a diversidade cultural, social e estética do Recife de forma semelhante à que Cerbino (2001) descreve o tão celebrado “estilo de vida carioca”, da cidade do Rio de Janeiro, na qual aponta como uma de suas principais características o fato de não possuir uma única característica, mas signos visuais que se harmonizam e se integram aos códigos étnicos, econômicos sociais e até mesmo emocionais (CERBINO, 2001, p.15).

Para Gomes (2006), o Recife multicultural pode ser reconhecido pelas características marcantes de sua paisagem urbana, oriundas de uma combinação eclética de várias origens, como a indígena, a portuguesa, a holandesa, a africana e a judaica. Gomes (2006) explica ainda que os elementos procedentes dessas influências culturais podem ser identificados tanto “no conjunto de práticas e representações mentais elaboradas pelo conjunto de indivíduos”, quanto “nas formas concretas registradas na paisagem” (GOMES, 2006, p. 04).

Para Cerbino (2001), os grandes centros urbanos possuem uma intensa produção visual urbana, que quando ressaltadas, permitem a percepção da interação existente entre suas particularidades regionais e globais. Desse modo, na medida em que a cidade se transforma, abriga e produz diversas representações visuais que se modificam constante e rapidamente.

Uma das características marcantes da arquitetura do Recife, por exemplo, é o colorido das construções, hoje revitalizadas, que ainda preservam o traçado urbano colonial (fig.

07). Mesmo sem corresponder às pinturas originais, o colorido das fachadas termina por combinar com a profusão de estilos da arquitetura local e se co-relaciona com o colorido de outros artefatos, como os letreiros populares de caráter vernacular (fig. 08) produzidos na primeira década do século XXI, e os rótulos de bebidas, veiculados na cidade do Recife em meados do século XX (fig. 09).



Figuras 07, 08 e 09: Casarões do bairro do Recife Antigo (disponível em [www.bairroboavistareci.blogspot.com.br](http://www.bairroboavistareci.blogspot.com.br)); letreiros populares registrados na cidade no século XXI (fotos: Mariana Hennes); e rótulos de bebidas comercializadas no Recife, no século XX (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura). A correspondência cromática permite que se estabeleçam relações visuais entre elementos encontrados na arquitetura urbana e artefatos gráficos veiculados na cidade do Recife em períodos diferentes.

No entanto, é interessante perceber que essas relações de influências vão além das similaridades cromáticas tão marcantes na cidade do Recife. Em uma breve comparação entre

os rótulos<sup>4</sup> de bebidas e os letreiros populares, foi possível identificar também similaridades formais compartilhadas entre esses dois universos de efêmeros, no que diz respeito aos elementos gráficos que os compõem. Entre os elementos verbais, as semelhanças vão desde as formas e estilos dos caracteres, até os ornamentos – sombreados, contornos, cores, etc –, utilizados para dar destaque aos letreiramentos. Para compor a análise, utilizaremos a classificação sugerida por Finizola (2010), que categorizou letreiros populares da cidade do Recife em seu trabalho *Panorama Tipográfico dos Letreiramentos Populares: um estudo de caso na cidade do Recife* (2010).

No que diz respeito aos elementos pictóricos, percebemos também que, tanto nos rótulos quanto nos letreiros populares, são utilizados tipos de traçado e preenchimentos similares, além de compartilharem também de estilos de representação gráfica de objetos e figuras humanas, que aparecem ora realísticos, ora pouco elaborados, ora detalhados, ora minimalistas. Nesse sentido, propomo-nos a realizar, a seguir, uma análise gráfica de seis (6) rótulos diferentes, os quais serão comparados com letreiros populares registrados no Recife entre os anos de 2010 e 2011.

No primeiro exemplo, pode-se observar que ambos os artefatos – o letreiro popular *Eletro Bar* (fig. 10), e o rótulo da aguardente de cana *Preá* (fig. 11) –, possuem padrão cromático similar, com maior incidência das cores amarela, preto e vermelho. As fontes escolhidas para os títulos principais também apresentam semelhanças: são condensadas e podem ser classificadas no grupo das fontes Grotescas (FINIZOLA, 2010) – por terem seus caracteres inspirados em fontes tipográficas romanas sem serifa. Outro ponto interessante diz respeito a uma característica peculiar percebida nos caracteres das letras “E”, presentes em ambos os artefatos. No letreiro popular, a haste média da letra encontra-se deslocada do centro para a parte inferior. Já no rótulo litográfico, a letra “E” também apresenta a haste média deslocada, só que desta vez para a parte superior. Os elementos pictóricos também têm particularidades semelhantes: apesar da ilustração do animal presente no rótulo *Preá* apresentar-se de forma mais realística e elaborada que a ilustração do copo de bebida do letreiro *Eletro Bar*, ambos se utilizam do recurso do pontilhamento no preenchimento das formas, criando uma textura indicativa de volume/sombra.

---

4 Os rótulos apresentados fazem parte de dois acervos existentes em Pernambuco: o acervo de imagens comerciais da Oficina Guaianases de Gravura, composto por impressos, pedras litográficas, álbuns e catálogos com reproduções originadas a partir das matrizes, que hoje está sob guarda da UFPE; e o acervo de rótulos litográficos da FUNDAJ (PE).



Figuras 10 e 11: Letreiro “Eleto Bar”, registrado no mercado da Encruzilhada (foto: Camila Albuquerque, 2010); e Rótulo da aguardente de cana “Preá”, engarrafada em Pernambuco, em meados do século XX (Coleção FUNDAJ).

Entre o letreiro popular da peixaria *O Jangadeiro* (fig. 12) e o rótulo de aguardente de cana *Jacaré* (fig. 13) também encontramos similaridades tipográficas. Além dos letreiramentos principais utilizarem uma paleta de cores e ornamentação semelhantes – com preenchimento em tom de vermelho e sombreado azul escuro –, ambos são classificados no grupo das fontes Serifadas (FINIZOLA, 2010), com alguns caracteres apresentando terminais muito parecidos, os quais Finizola (2010) chama de Serifa Diagonal, como vemos no exemplo dos caracteres da letra “E”.



Figuras 12 e 13: Letreiro “Peixaria O Jangadeiro”, do mercado da Encruzilhada (foto: Mariana Hennes, 2011); e rótulo da aguardente de cana “Jacaré”, engarrafada na Bahia, em meados do século XX (Coleção FUNDAJ).

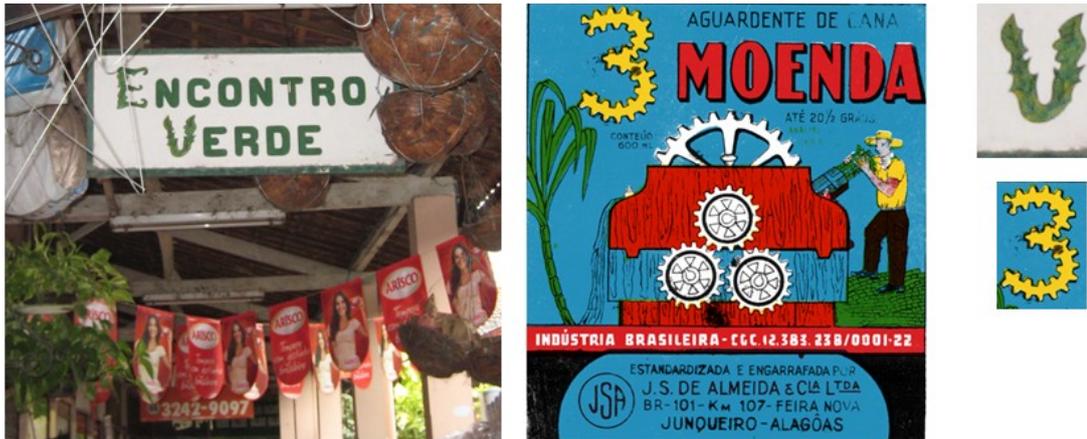
O letreiro da *Barraca da Midia* (fig. 14), registrado no mercado de Casa Amarela, no Recife, e o do rótulo da aguardente de cana *Baianinha* (fig.15), constitui outro caso de analogia tipográfica pertinente. Os letreiramentos principais compartilham do mesmo estilo tipográfico, o qual, segundo classificação de Finizola (2010), é do grupo das letras Gordas caracterizado pelas curvas e terminais arredondados. A autora (FINIZOLA, 2010) também

aponta a frequência do uso de sombras para dar destaque a esses letreiros, que conforme observamos nos artefatos citados, também são comuns nos rótulos confeccionados em litografia, entre as décadas de 40 e 70. Outro destaque é o do traçado típico do pincel, marcado pela inclinação das letras, com uma haste reta e a outra curva, como vemos no exemplo abaixo, dos caracteres da letra “A”.



Figuras 14 e 15: Letreiro Barraca da Midia, do mercado de Casa Amarela (foto: Mariana Hennes, 2011); e rótulo da aguardente de cana Baianinha, engarrafada em Pernambuco, em meados do século XX (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura).

No próximo exemplo, apresentamos o letreiro popular *Encontro Verde* (fig. 16), registrado no mercado da Encruzilhada, no Recife, e o rótulo da aguardente de cana *3 Moenda* (fig. 17), engarrafada em Alagoas. Em ambos os casos, a similaridade dá-se pela utilização de referências pictóricas, na formulação de alguns caracteres dos enunciados principais. O letreiro popular, concernente a um comércio de plantas, substituiu as letras “E” e “V” por desenhos de folhas com configuração gráfica semelhante aos dos caracteres. Já no rótulo litográfico utilizou-se o mesmo artifício, que pode ser observado no desenho do elemento numérico “3”, o qual vutilizou como referência a forma das engrenagens que compõem a moenda, tema da ilustração principal do rótulo. Os dois exemplos talvez possam ser classificados no grupo dos letreiramentos Fantasia, sugerido por Finizola (2010), visto que esse padrão engloba aqueles que têm sua forma baseada no desenho livre do artífice, apesar da autora (FINIZOLA, 2010), em seu trabalho, não fazer referência específica a caracteres baseados em formas pictóricas.



Figuras 16 e 17: Letreiro Encontro Verde, do mercado da Encruzilhada (foto: Mariana Hennes, 2011); e rótulo da aguardente de cana 3 Moenda, engarrafada em Alagoas, em meados do século XX (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura).

A seguir trazemos um exemplo inspirado nos letreiros populares feitos por artífices chamados de não-especialistas (FINIZOLA, 2010), por não terem, no ofício de confeccionar letreiros, sua profissão. O grupo das fontes Amadoras (FINIZOLA, 2010) – àquelas criadas pelos não-especialistas –, engloba os letreiramentos produzidos sem planejamento gráfico ou com um planejamento pouco elaborado. Por isso, geralmente estes apresentam-se com uma diagramação aleatória, acabamento simplório, traçado irregular, pouca uniformidade entre as letras, linhas, espessuras, ornamentos e outros, além de, não raramente, conter, no texto dos enunciados, erros de ortografia e gramática.

O letreiro popular do *Artesanato Irmão Oliveira* (fig. 18), registrado no mercado de Casa Amarela, no Recife, é um bom exemplo da categoria citada, com letras desiguais, diagramação justificada sem maiores cuidados de legibilidade, linhas irregulares e alguns erros de ortografia e gramática, como nas palavras *comseta-se (sic)*, *ventiladoris (sic)* e *bartedeira (sic)*. De modo semelhante, com configuração inspirada nos letreiros desenhados por artífices não-especialistas, encontramos o rótulo de aguardente de cana *Tem Nego Bebo Aí?* (fig. 19), engarrafado em Videira, no estado de Santa Catarina. A boa qualidade da ilustração presente nesse rótulo, sugere a hipótese de que a escolha desse tipo de letreiramento irregular, de acabamento pouco elaborado, com diagramação e linhas configuradas fora de uma malha formal, foi proposital e tem relação direta com o nome descontraído da bebida, escrito inclusive com variações ortográficas – as palavras *nego* e *bebo* têm o mesmo sentido das palavras *homem* e *bêbado*, respectivamente, ressaltando ainda mais a referência das fontes Amadoras.



Figuras 18 e 19: Letreiro do Artesanato Irmão Oliveira, do mercado de Casa Amarela (foto: Mariana Hennes, 2011); e Rótulo da aguardente de cana “Tem Negro Bebo Ai?”, engarrafada em Santa Catarina, em meados do século XX (Coleção FUNDAJ).

Por último, temos um exemplo de rótulo litográfico no qual tanto os elementos verbais, quanto os elementos pictóricos chamam atenção por apresentarem correspondências gráficas com letreiros populares registrados no Recife. O rótulo, ao qual nos referimos, é o da aguardente de cana *Princêza do Una* (fig. 21), que primeiramente terá seus elementos verbais analisados em relação ao letreiro popular da lanchonete *Espaço Lanche* (fig. 20).

Conforme exemplo abaixo, os letreiros de ambos os artefatos podem ser classificados no grupo das fontes Grotescas (FINIZOLA, 2010), de estilo condensado. Além disso, apresentam outras características gráficas em comum, como a utilização de preenchimento e contorno simples dos caracteres e muitas irregularidades de traçado. Nesse sentido, há uma variação aleatória das hastes das letras, particularidade que torna ainda mais perceptível as diferenças entre os desenhos dos caracteres que se repetem, especialmente no rótulo, como os da letra “A” e da letra “N”.



Figuras 20 e 21: Letreiro “Espaço Lanche” (foto: Pedro Coimbra, 2010); e rótulo da aguardente de cana “Princêza do Una”, engarrafada em PE, em meados do século XX (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura).

No que diz respeito ao elemento pictórico da aguardente de cana *Princêza do Una*, percebemos que a representação pouco elaborada da figura feminina, assim como acontece

com o letreiramento, não se destaca pela qualidade do traçado. Barreto Campello (2011), em análise deste rótulo, no seu capítulo do livro *Imagens Comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases* (2011), destaca que o rótulo chama a atenção, entre as demais imagens da coleção, por não atingir o padrão de qualidade técnica comum à época. Com relação ao desenho da moça, chegou a considerá-lo como “ingênuo, sem proporções realistas ou tentativas de volume” (BARRETO CAMPELLO, 2011, p.20), além de referir às deformidades na representação do corpo humano, com a inserção do umbigo fora de perspectiva, e a indumentária que não parece vestir a moça devido à ausência de sombras.

De forma análoga, temos a representação da figura feminina do letreiro popular da lanchonete e cantina *Tempero Bom* (fig. 23). Assim como a ilustração da moça no rótulo *Princêza do Una* (fig. 22), a moça do letreiro foi desenhada por um artífice com pouca habilidade gráfica para ilustrações, visto que, além das proporções distorcidas, há também muitas irregularidades no traçado (especialmente nas pernas) e a tentativa de esconder as mãos da moça, provavelmente por ser esta uma das partes humanas mais difíceis de ser representada.

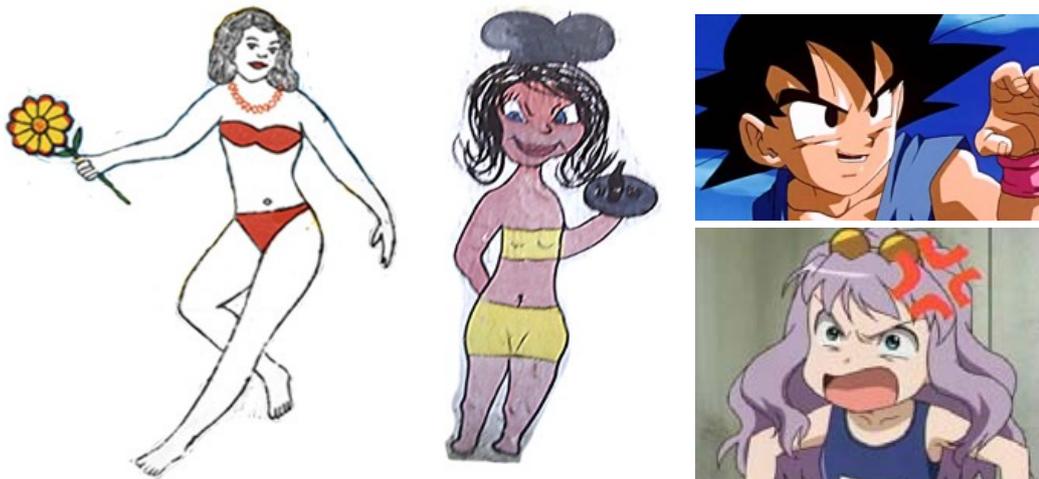


Figuras 22 e 23: Rótulo da aguardente de cana “Princêza do Una”, engarrafada em PE, em meados do século XX. (Coleção Ofic. Guaianases de Gravura), Letreiro “Tempero Bom” (foto: Mariana Lins, 2010).

Outro ponto que chamou a nossa atenção foi o fato de que, apesar de ambas as figuras femininas vestirem trajes de banho, nem a moça do rótulo *Princêza do Una* (fig.24), nem a do letreiro *Tempero Bom* (fig.25), remetem a uma conotação sensual. A ressalva, nesse caso, é que enquanto a moça do rótulo apresenta uma expressão facial *blasé*, numa postura inocente e angelical, ressaltada pela flor que segura na mão direita, a moça do letreiro, na função de garçonete, parece estar chateada. Essa interpretação é possível devido à ex-

pressão de seu rosto, enfatizado pelos olhos arqueados, comuns a uma referência gráfica e estilística peculiar: a dos *mangás*<sup>5</sup> japoneses (figs. 26 e 27).

Tal referência, apesar de inusitada, não causa tanta surpresa, visto que, atualmente, os *mangás* representam um fenômeno de comunicação de massa que fazem parte do cotidiano de leitura dos jovens do mundo inteiro. No Brasil, onde existe a maior colônia nipônica fora do Japão, a tradição de ler as revistas em quadrinhos japonesas levou-nos a sermos pioneiros, desde a década de 1960, não só na leitura mas também na produção de *mangás* fora do Japão (LUYTEN, 2003).



Figuras 24, 25, 26 e 27: representações femininas do rótulo da aguardente de cana “Princêza do Una” e do letreiro “Tempero Bom”; e os personagens Goku e Mashiro Blan De Windbloom, dos mangás japoneses *Dragon Ball* e *Mai Otome*, respectivamente.

Portanto, reforçando nossas observações sobre a questão da alteridade intercultural, percebemos que as similaridades e inter-influências dos artefatos em questão não ficam restritas ao panorama visual e gráfico. Coutinho (2011) alude, em seu capítulo do livro *Imagens Comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases* que, assim como outros artefatos gráficos efêmeros – como os rótulos de cigarro de distribuição local –, os rótulos de aguardente retratam e trazem à tona lembranças de fatos e acontecimentos de uma cidade, local ou cultura (COUTINHO, 2011, p. 33). Waechter (2011), em seu capítulo do mesmo livro (ibid.), aponta que os artefatos gráficos, sejam eles cartazes, rótulos, embalagens, etc, têm o poder de registrar fragmentos sociais da vida cotidiana de um local em determinado período, observando também que os discursos visuais, presentes nos artefatos de design gráfico, muito podem nos informar sobre um determinado povo – os

<sup>5</sup> *Mangá* é o nome que se dá às histórias em quadrinhos japonesas, as quais têm como marca registrada as ilustrações caricaturais dos personagens com olhos grandes e expressivos – sem preocupação quanto a correspondência realística da anatomia e da perspectiva.

costumes, os modos de falar e de nomear seus produtos –, e por isso reproduzem partes do repertório visual ou da realidade próxima a cada cultura (WAECHTER, 2011, p. 57).

Para Waechter (2011), a escolha dos temas e dos elementos gráficos das imagens comerciais da Oficina Guaianases de Gravura, posteriormente herdadas pela UFPE, as quais foram seu objeto de análise, apresentam fortes influências do repertório visual dos artistas/gravadores que os confeccionaram na época. Por exemplo, como observa Waechter (2011), os rótulos das bebidas de aguardente de cana estavam muitas vezes associados à figura feminina, num contexto sensual. O mesmo não acontecia com as figuras masculinas, quando representadas nesses artefatos. Uma provável explicação para essa ocorrência é o fato de que, tanto os criadores dos rótulos das bebidas quanto os consumidores serem, em sua maioria, homens residentes nas periferias e zonas rurais da cidade nas quais se localizavam os engenhos de cana de açúcar, e que partilhavam de princípios e valores morais comuns à sociedade patriarcal da época.

Atualmente, as referências culturais para a criação de qualquer tipo de artefato, seja ele efêmero ou não, transcendem as influências, costumes e tradições locais. Com os adventos da tecnologia e a popularização da internet, as relações de alteridade intercultural vêm se ampliando massivamente, oriundas das mais diversas fontes, fazendo com que objetos e artefatos, que antes eram classificados como vernaculares e populares – ou seja, frutos “puros” e originais da cultura local/regional de um povo –, passem a ser entendidos como uma mistura híbrida de estilos e referências estéticas de vários povos e culturas, mas articulados a um determinado local e legitimados por seu povo. Um bom exemplo deste processo é referido por Anjos (2005), sobre o início da construção da identidade cultural regionalista do Nordeste brasileiro, no qual a relação de alteridade se dava na primeira metade do século XX pelo *eu* – Nordeste “açucareiro” –, e o seu *outro* – Sul “cafeeiro”:

(...) Por meio de ensaístas (Gilberto Freyre, Djalma de Menezes), romancistas (Graciliano Ramos, José Lins do Rego, José Américo de Almeida, Rachel de Queiroz), músicos (Luiz Gonzaga, Jackson do Pandeiro) e pintores (Cícero Dias, Vicente do Rego Monteiro, Lula Cardoso Ayres, Carybé), os habitantes daquele espaço descobrem e articulam, a partir de influências portuguesas, africanas, holandesas e indígenas, um legado de mitos, paisagens, memórias e sentimentos que lhes seria próprio e específico. (ANJOS, 2005, p. 55)

No entanto, segundo Anjos (2005), com o amadurecimento das ideias iniciais, os inúmeros agentes precursores das manifestações que vêm compondo a identidade dessa região, tida no período acima mencionado como “periférica”, acompanharam o processo de globalização, e ao invés de rejeitarem ou reproduzirem mimeticamente, numa linguagem artística universalizada, os códigos criados nas regiões que detinham o poder de difundir

valores simbólicos mundialmente, passaram a articular, por meio de obras híbridas que traduzem formulações culturais diversas, um espaço no qual são evitadas ideias de pertencimento unívoco e atemporal a determinados territórios e culturas. Assim, o autor (ANJOS, 2005, p. 51) alude que essa transformação passa a ser percebida e valorizada pelo restante do país, e suas manifestações culturais e artísticas apreendidas pelo olhar do *outro*, não como apenas exóticas, muito menos como imitações – irredutíveis tanto a um passado idealizado e imutável quanto a modelos universalizantes –, mas como um espaço de intensa diversidade cultural, de criatividade fértil no qual o tradicional e o novo coexistem em novas articulações.

Sobre esse aspecto, encontramos em nossa pesquisa de campo, que será detalhada posteriormente, um bom exemplo de relação de alteridade intercultural e estética da cidade do Recife: trata-se de uma carroceria de comércio ambulante, utilizada para a venda de caldo de cana, nos arredores do mercado público do bairro de Casa Amarela. Nos grafismos do enunciado *Caldo de Cana do Shrek* (fig. 28) é possível identificar um diálogo entre a cultura regional pernambucana e a cultura cinematográfica americana.



Figura 28: Letreiro do Caldo de Cana do Shrek, em Casa Amarela, Recife (foto: Mariana Hennes, 2011).

Ao analisarmos as palavras que compõem o enunciado pintado na carroceria – *caldo de cana*; *Shrek* e *ureia* (sic) –, podemos observar que estas remetem a referências culturais distintas, que se relacionam e se complementam, produzindo sentidos.

A primeira palavra do enunciado faz referência ao tipo de produto fabricado – já que integrada à carroceria há uma moenda portátil –, e vendido por este comerciante ambulante. Tal como a aguardente de cana, o *caldo de cana* é uma bebida regional muito conhecida e degustada até hoje em Pernambuco, devido à forte ligação histórica do estado com os Engenhos de Cana de Açúcar, os quais alguns ainda existem na área rural.

Sobre a tradição da produção e consumo dos derivados da cana de açúcar em Pernambuco, Lima *et al* (2009), em seu artigo *Do Oriente ao Brasil: A Trajetória do Açúcar*, observam que assim que os engenhos foram instalados no Brasil, a partir de um programa de implantação da cultura e produção canieira portuguesa, dominante no cenário internacional, Pernambuco foi uma das capitâneas que logo se destacou – privilegiada pela localização geográfica de rápido e fácil acesso às embarcações que iam e vinham da Europa comercializando o açúcar, e pelas condições favoráveis do clima tropical e do solo massapé, ideais para o cultivo da cana –, transformando-se na maior produtora de açúcar do Brasil colonial. Esse fato acabou despertando o interesse de outros povos, e atraindo principalmente holandeses e judeus da Europa.

Na definição enciclopédica apresentada por Carvalho (2005), retirada da Grande Enciclopédia Larousse Cultural (1987, p. 2146), o vocábulo *engenho* demonstra, em poucas palavras, a grande carga cultural e histórica que esta unidade fabril evoca à cultura regional brasileira, como a “*unidade agroindustrial da mais antiga atividade rural do País*”. O autor (CARVALHO, 2005) ressalta que os engenhos não representavam apenas o local de fabricação do açúcar e seus derivados (caldo de cana, aguardente, melão, etc), mas abrangiam toda uma estrutura de atividade comercial, social e cultural, influenciando inclusive a configuração da paisagem ao seu redor:

Além de abrigar instalações inerentes ao fabrico do açúcar, tais como, a moenda – onde se moía a cana para a extração do caldo (a garapa); as fornalhas – onde o caldo de cana era fervido e purificado em tachos de cobre; e a casa de purgar – onde o açúcar era branqueado (isso só para citar algumas etapas), havia também no engenho várias construções como a casa-grande – moradia do senhor e de sua família; a senzala – habitação dos escravos; e a capela. (CARVALHO, p.01, 2005)

Assim, seguindo o raciocínio do autor (CARVALHO, 2005), se os engenhos de cana-de-açúcar se configuram como a unidade de atividade rural fabril mais antiga do Brasil, com a fabricação do açúcar a partir da cana, então estes são uma das principais fontes de estudo para a compreensão do Brasil em seu desenvolvimento pós-descobrimto.

Portanto, podemos dizer que a produção, o comércio e o consumo do açúcar e seus derivados trouxe uma espécie de revolução à cultura brasileira, contribuindo inclusive com a miscigenação dos vários povos (europeus, africanos, indígenas, etc) que culminaram na formação do povo brasileiro - híbrido e plural.

Já o sociólogo e escritor pernambucano Gilberto Freyre (2007), em seu livro *Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do nordeste do Brasil* (2007), alude que o açú-

car de cana, como um complexo sociocultural total, deixa de ser tema de estudo apenas ecológico ou econômico para alcançar aspectos sutis da convivência humana. Assim, esse açúcar transforma-se em doce melaço, doce de cocada, em xarope, em remédio, em aguardente, rum, licor e caldo de cana, e continua extremamente presente no comércio, no convívio social e em outras esferas de produção, circulação e consumo em Pernambuco.

Ao investigarmos o significado da segunda palavra do enunciado do letreiro em análise – *ureia* (sic)–, a primeira referência que encontramos, no Dicionário Online Michaelis de Português (2009) foi “*Composto nitrogenoso cristalino, produto final da decomposição da proteína no corpo, que constitui o principal componente sólido da urina do homem e de outros mamíferos(...)*” o qual, inserido no letreiro de comercialização de uma bebida típica regional, está descontextualizado.

Por conseguinte, a palavra *Shrek* remete-nos a outro universo: o dos filmes de animação computadorizada, de produção americana. Apesar de ter sido criado originalmente num conto infantil pelo cartunista e autor de livros infantis, William Steig em 1990 (SILVA, 2007), o personagem *Shrek* popularizou-se quando a indústria da animação adaptou a história do ogro, resultando numa série cinematográfica de sucesso.

*Shrek* é o título principal de uma franquia de quatro filmes produzidos pela empresa *DreamWorks SKG* em parceria com a *Pacific Data Images* – *Shrek* (2001), *Shrek 2* (2004), *Shrek Terceiro* (2007) e *Shrek Para Sempre* (2009). Foi o primeiro filme a ganhar o Oscar de melhor filme de animação, uma categoria introduzida em 2001, com *Shrek*; e no ano de 2004 bateu o recorde de maior bilheteria dos filmes do gênero com *Shrek 2*, desbancando o filme *Procurando Nemo* (2003) da Disney. A narrativa dos filmes gira em torno da estória de um ogro – temida criatura dos contos de fadas –, chamado *Shrek*, que vê sua vida mudar repentinamente após conhecer a princesa *Fiona*, por quem se apaixona, se casa e constitui família. Apesar de cultivar uma fama ameaçadora, revela-se uma criatura carismática e cômica.

O personagem *Shrek* conquistou o público com seu humor irreverente, seus hábitos pouco educados e sua aparência feia e desengonçada, marcada pela cor verde da sua pele, seus olhos vermelhos e principalmente pelas suas orelhas bastante salientes e compridas. Estas são tão marcantes que nas sequências após o primeiro filme, alguns cartazes de divulgação nem sequer apresentavam o nome do personagem, mas apenas o caractere numérico indicativo da versão do filme, utilizando uma tipografia que faz referência às suas orelhas (fig. 29).



Figura 29: O personagem Shrek e cartazes dos filmes Shrek 2 e Shrek Terceiro.

Assim, ao retomarmos a análise da palavra *ureia* (sic), pudemos observar que, na verdade, a mesma faz alusão à orelha do personagem (que, como vimos, é seu traço físico mais marcante), cuja escrita é compatível com a grafia de particularidade lingüística regional coloquial de Pernambuco. O livro intitulado *Mini Dicionário de Pernambuquês* (2002), apresenta a palavra “zureia” como uma variação da palavra “orelha”, a qual também remete à mesma no plural. Referência idêntica à palavra *ureia* (sic), no enunciado anteriormente referido, foi encontrada na poesia “O Pernambuquês”, de Carlos Soares da Silva, nativo da cidade de Cupira/PE, do qual extraímos o trecho a seguir:

Lá no nosso Pernambuco  
 Lamedor é o xarope  
 O boné chama-se gorro  
 Jarra d’água é o pote  
 Tribufu é mulher feia  
**Orelha se diz ureia**  
 O pescoço é o cangote

*Trecho da poesia “O Pernambuquês”  
 de Carlos Soares da Silva, de Cupira – PE.*

Assim, após a análise individual de cada vocábulo, buscamos compreender o discurso contido no enunciado como um todo, no qual os três termos têm seus significados semânticos inter-relacionados e dialogam também com o contexto estético no qual estão inseridos. Materializados em forma de letrero popular, com tipografias classificadas segundo categorias de Finizola (2010) no grupo das letras Cursivas, com as palavras *caldo de cana*; das letras Gordas, com a palavra *Shrek*; e das letras Caligráficas, apresenta o vocábulo regional *ureia* (sic); a palavra *Shrek*; e a combinação de cores verde e vermelho, numa outra provável referência estética ao personagem *Shrek*, conforme já mencionado. Após o registro da imagem, voltamos ao local de sua origem e averiguamos que, de fato, o dono da carroceria era apelidado de *Shrek* por gostar dos filmes e ter estrutura física

semelhante à do personagem. As suas orelhas grandes e salientes contribuíram para o apelido, motivo que também impulsionou seus colegas a chamarem-no de *wreia*, como ainda é conhecido.

Portanto, podemos dizer que esses artefatos gráficos efêmeros acabam por expor muito mais do que apenas informações sobre o estabelecimento ao qual estão associados. Eles têm o poder de revelar, utilizando uma linguagem gráfica própria, muito sobre a o repertório, a cultura, as relações sociais e a memória de um povo, a partir da associação de sua estética e seus elementos gráficos (cor, forma, textura, ornamento, etc) com suas referências sócio-culturais, contribuindo para a formação de uma identidade extremamente plural constituída por referências *locais, regionais, transnacionais*, oriundas de *outros tipos de mídias e linguagens*.

Sobre esse aspecto, é válido lembrar que a cidade do Recife já foi palco de transformações desse tipo durante a década de 90, quando surgiu o movimento Mangue Beat, liderado pelo cantor e compositor Francisco de Assis França, mais conhecido como Chico Science – que neste ano de 2012, completa quinze anos de sua morte. Com a imagem de uma antena parabólica conectada à lama do mangue, Chico, juntamente com outros artistas e grupos musicais como o Nação Zumbi e o Mundo Livre S.A., defendiam, entre outras coisas, a necessidade de intensificar as trocas culturais entre as mais diversas referências artísticas e tradições de vida, pondo um fim ao isolamento cultural no qual o Recife se encontrava (ANJOS, 2005, p. 61 e 62).

Conforme elucida Anjos (2005), o próprio nome do movimento já sugeria a metáfora dos manguezais recifenses, que embora constituíssem um dos ecossistemas mais ricos do mundo, formados pela mistura do doce e do sal, das águas fluviais e marítimas que entrecortam a cidade, não tinham seu potencial sócio-econômico aproveitado e vinham sendo aterrados para viabilizar construções urbanas. Portanto, os *mangueboys* e *manguegirls*, como eram chamados aqueles que aderiam ao movimento, propunham conectar o local e o regional, com seus costumes, músicas e tradições, ao mundo globalizado, trocando informações com todos os lugares e tipos de mídias. Nas palavras de Chico Science, eles eram caranguejos com antenas parabólicas, saídos dos manguezais do Recife, mas com os ouvidos abertos para todos os sons do mundo. (SCIENCE, apud ARIMATÉIA, 1993, p. 64).

Instaurado como um movimento de contracultura, o Mangue Beat produziu, através de suas manifestações musicais, mensagens de protestos e críticas socioculturais. Suas mú-

sicas funcionavam como respostas articuladas àqueles que não viam alternativas que viabilizassem a integração dos ritmos folclóricos e tradicionais da cultura nordestina, e os ritmos musicais oriundos de outros lugares, sem que as propriedades e valores culturais enraizados na cultura popular e vernacular fossem perdidos. O resultado deu-se na mistura de ritmos regionais, como o maracatu, a ciranda, o cavalo-marinho, o côco e a embo-lada, às batidas de rock, hip hop, funk e música eletrônica, dando novo vigor aos ritmos e instrumentos regionais, popularizando-os ainda mais, e colocando-os em destaque na cena cultural contemporânea da cidade e do país, conforme explica Anjos (2005):

Através da injeção de “um pouco de energia na lama”, mostraram ser possível conectar o universo fértil dos manguezais à rede mundial de circulação de informações e tornaram visível a diversidade cultural da cidade. Em vez de causar a morte das tradições musicais, o movimento Mangue tornou-as contemporâneas dos que se ocupam da criação artística local. (ANJOS, 2005, p. 62)

Como a principal causa defendida pelo movimento Mangue Beat era a *diversidade*, no sentido mais amplo da palavra, a repercussão de sua música acabou influenciando outras formas de expressão culturais como o cinema, a moda, as artes plásticas e o design. A proposta não era destinada com exclusividade à renovação da cultura recifense ou pernambucana, mas sim a uma extensão mais abrangente de criação.

Assim, inspirado neste e em outros movimentos e referências que buscam a diversificação e integralização cultural, pesquisas no campo da iconografia, semiótica, estudos da forma e dos elementos da linguagem gráfica vêm sendo enfatizados e combinados com estudos de outras áreas do conhecimento, como a História. O objetivo é levantar hipóteses relevantes acerca da memória, dos costumes, crenças, saberes, comportamentos, hábitos, valores e referências de uma sociedade para fortalecer as identidades culturais locais, rurais, urbanas, regionais, nacionais e transnacionais, como veremos a seguir.

### **1.3 O papel das manifestações vernaculares na formação das Identidades: estudo de caso da cidade de Buenos Aires**

Como vimos, a questão das identidades culturais estão sendo largamente discutidas nos últimos anos. O fato de a sociedade contemporânea encontrar-se em constante transformação e miscigenação cultural, formando as chamadas culturas híbridas, conforme já explicamos, coloca em xeque a existência de uma identidade que, de fato, represente um povo de forma legítima e completa. Para Canclini (2008), a noção de hibridização é necessária para designar as misturas e trocas interculturais. Ela favorece o intercâmbio de

raças, costumes, crenças, folclores, referências de memória e tradições e, portanto, difícil qualquer tentativa de ordenar o mundo em identidades puras ou oposições simples.

De forma análoga, Hall (2006) argumenta que as identidades nacionais não são as coisas com as quais nós nascemos, ou seja: simplesmente nascer no Brasil, não faz com que o brasileiro incorpore e se identifique com tudo que envolve a cultura do país. As identidades nacionais são formadas e transformadas no interior dos sistemas de representação cultural intrínsecos e extrínsecos à nacionalidade. Trata-se de um conjunto de significados, idéias e símbolos que as pessoas de uma mesma nação partilham, mas interpretam, assimilam e reproduzem de formas diferentes.

Portanto, podemos dizer que, nesse contexto, o Design tem importante papel agregador, transformador e difusor da cultura material de uma nação, e permite, assim como outras formas de manifestação comunicacional/artístico/visual, produzir artefatos e bens simbólicos que possam servir de identificação de um povo e assim constituir parte da identidade estados, países, nações, etc. Sobre esse aspecto, Cerbino (2001, p. 11) alude que, nós, designers, somos os próprios *autores* da vida urbana construindo permanentemente sua significação, interpretando seus signos visuais, suas formas e seus objetos, e atuamos transformando e ordenando os espaços, comunicando e informando visualmente, por meio de mensagens da vida cotidiana. A autora (CERBINO, 2001) considera ainda a especificidade do design como um fenômeno que atinge a sociedade em várias camadas, e sua prática apresenta-se como um suporte para as mais diversas manifestações visuais e culturais de grupos sociais, capaz de dar forma industrial ao imaginário social, como uma atividade criadora de novas ideias e realidades.

Um bom exemplo dos efeitos da hibridização cultural e do poder transformador do Design, como parte da formação da identidade de um povo, é o caso do estilo artístico de caráter vernacular, eternizado nos letreiros populares urbanos argentinos, conhecido como *Fileteado Porteño*. Trata-se de uma prática artística utilizada para produção de letreiros, pintados à mão, caracterizada por linhas rebuscadas que se transformam em espirais, cores fortes, o uso recorrente da simetria em formas orgânicas e efeitos tridimensionais mediante sombras e perspectivas.

Genovese (2008), artista e designer argentino especializado na prática do *fileteado*, conta em seu livro intitulado *Manual Del Filete Porteño* (2008), que os primeiros ornamentos desses letreiros surgiram na cidade argentina de Buenos Aires, no final do século XIX. A prática de adornar com filetes pintados à mão surgiu inicialmente nas fábricas de carros,

onde seus funcionários (imigrantes italianos) pintavam números, letras e ornamentos para diferenciar os exemplares que de lá saíam. Tal ornamentação era feita com linhas muito simples, mas que logo foram se desenvolvendo e incorporando novos elementos, cores e formas que imitavam o trabalho dos letristas franceses da época, inspirados nas formas orgânicas das flores, folhas e animais. Posteriormente, o *fileteado* adquiriu níveis mais elevados de riqueza gráfica e complexidade, além de referências próprias da cultura popular argentina, como santos, fitas com as cores da bandeira do país e ilustrações das personalidades da música e dança portenha, passando a ornamentar outros meios de transporte, como carroças de tração animal que transportavam alimentos, caminhões, ônibus e carros. Assim, Genovese (2008) aponta que, atualmente, algumas das principais características do filete portenho são, segundo a referência do antropólogo Norberto Cirio: o alto grau de estilização formal, a utilização de cores vivas, aplicação de sombras e contrastes que criam a sensação de volume e profundidade, a representação de figuras temáticas ou simbólicas como ferraduras da sorte, etc. Além disso, não raro, são incorporados aos letreiros, frases engenhosas, provérbios poéticos ou aforismos humorísticos, emocionais ou filosóficos, escritos com letras ornamentadas, geralmente góticas ou cursivas.



Figura 30: Letreiro popular e elementos verbais e pictóricos confeccionados com a técnica do fileteado portenho. (Fonte: Genovese, 2008)

O autor (GENOVESE, 2008) alude que as principais referências gráficas utilizadas pelos *fileteadores*, no início do seu desenvolvimento, foram os ornamentos das fachadas de edifícios em estilo neoclássico, com gradeados rebuscados e inscrições em alto-relevo, os quais também constavam em impressos e cadernos de decoração (fig. 31). Outros elementos que também serviram de grande inspiração para a criação dos primeiros *filetes*, veio, segundo depoimento do *fileteador* Luis Zors (GENOVESE, 2008, p. 40), de um catálogo chamado *Porte de Bienard*, vindo de Barcelona, Espanha, que continha uma grande quantidade de elementos decorativos aplicáveis às artes industriais.

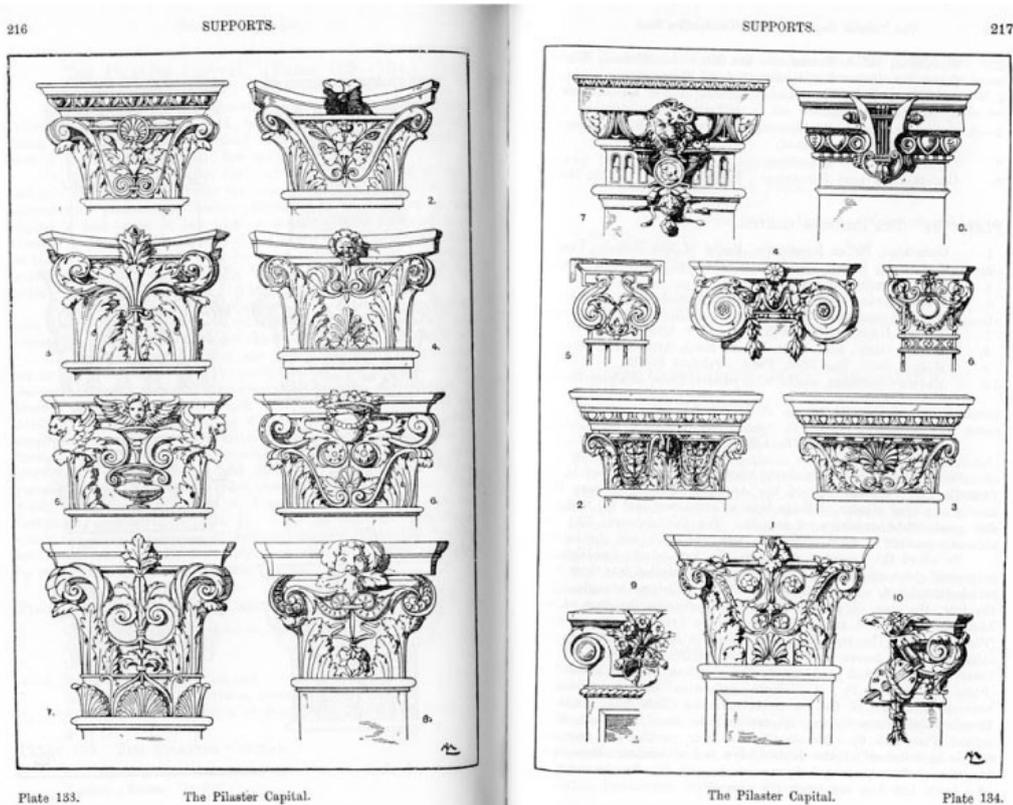


Figura 31: Páginas do *Handbook of Ornamental Works*, de Franz Meyer (1898). Referências gráficas e táteis de construções e ornamentos arquitetônicos de estilo neoclássico e grotesco (Fonte: LIMA, 2008).

Embora no depoimento de Zors (GENOVESE, 2008, p. 40), ele não tenha identificado referências estéticas inspiradas no estilo *Art Nouveau* para os filetes portenhos, acreditamos que existam muitas similaridades entre ambos, e que mesmo involuntariamente, este estilo decorativo internacional tenha influenciado os artífices a adotarem sua estética, suas formas e as referências gráficas utilizadas, na concepção da arte argentina.

Ora, se o trabalho dos letristas franceses foi uma das grandes referências gráficas dos letristas populares argentinos, identificamos a França como um dos países percussores do estilo *Art Nouveau* (que surgiu na mesma época que o *fileteado* portenho, em 1890 e perdurou dominante até meados de 1910), que segundo Genovese (2008) foi bastante difundido em Buenos Aires no início do século XX, provavelmente trata-se de uma estética que foi aos poucos sendo assimilada, transformando-se e adquirindo novas especificidades.

Sobre esse aspecto, Meggs e Purvis (2009), no livro *A História do Design Gráfico*, aludem que o *Art Nouveau* abrangeu todos os tipos de artes projetuais, desde a arquitetura, ao design de produtos, design gráfico de impressos, mobiliário e moda. Tendo como principal característica visual os grafismos inspirados em formas orgânicas, como as das plantas

– só que livres de raízes e da gravidade – esses grafismos pareciam fluir com graça e elegância e ondular-se energicamente modulando e decorando os espaços. Assim, diferentemente dos estilos precedentes, o design gráfico inspirado no *Art Nouveau*, era concebido com maestria, utilizando as propriedades gráficas como a cor e a textura, na formação de estruturas abstratas inspiradas na estética clássica e na natureza. Um aspecto peculiar que impulsionou a popularização desse estilo foi a adesão dos designers e ilustradores às novas técnicas de impressão comercial, desenvolvidas e utilizadas na comunicação visual de massa da época. Aliadas aos avanços nos transportes e na tecnologia das comunicações, o caráter internacional do *Art Nouveau*, foi assim sendo difundido entre artistas de diversos países através do contato com a mídia impressa e das exposições internacionais (MEGGS & PURVIS, 2009, p. 248-250). Logo, é possível encontrarmos similaridades estético-formais entre os letreiros populares portenhos e os artefatos produzidos na França entre o fim do século XIX e início do século XX, ricos em ornamentos orgânicos e táteis, presentes tanto nos impressos, quanto nos objetos de uso cotidiano e acessórios de moda, além de suas monumentais construções e projetos arquitetônicos (fig. 32).



Figura 32: Artefatos em estilo Art Nuveau. Vaso de metal de Philippe Wolfers, 1896; poster de Alphonse Mucha, 1897; o interior da Tassel House em Bruxelas, 1893 (Fontes: [www.metmuseum.org](http://www.metmuseum.org) e [www.artnouveauanddeco.tumblr.com](http://www.artnouveauanddeco.tumblr.com))

Assim, ao buscarmos referências gráficas ainda mais antigas que possivelmente inspiraram o estilo *Art Nouveau* e o Filete Portenho, encontramos na Antiguidade Clássica artefatos que já eram ornamentados com grafismos orgânicos rebuscados, coloridos a partir do extrato de uma variada gama de minerais, vegetais e animais, e com aplicação de sombreados que ressaltavam as formas desenhadas empregando à elas um aspecto 3D. Segundo Meggs e Purvis (2009), estes artefatos, livros escritos e ornamentados à mão (fig. 30), foram confeccionados antes do surgimento da imprensa e receberam o nome de Escritos Iluministas por conterem na composição das ilustrações, dos capitulares tipográficos e de alguns textos, lâminas de ouro ou ouro em pó misturados à tinta. Estes manuscritos eram feitos de maneira minuciosa no qual o design de cada página era pensado sob cuidadosa

forma gráfica, na qual não raramente, eram aplicados também (principalmente nos manuscritos litúrgicos), pequenos pedaços de jóias preciosas e entalhes de marfim (MEGGS & PURVIS, 2009, p. 64 - 65). No entanto, vale ressaltar que a ilustração e ornamentação desses livros não tinham como objetivo apenas a decoração, simples e pura. Meggs e Purvis (2009) aludem que os líderes monásticos, principais responsáveis pelos projetos dos manuscritos, atentavam para o valor educacional dos desenhos, e para a capacidade que eles tinham em evocar, em conjunção com o texto escrito, nuances místicas e espirituais.

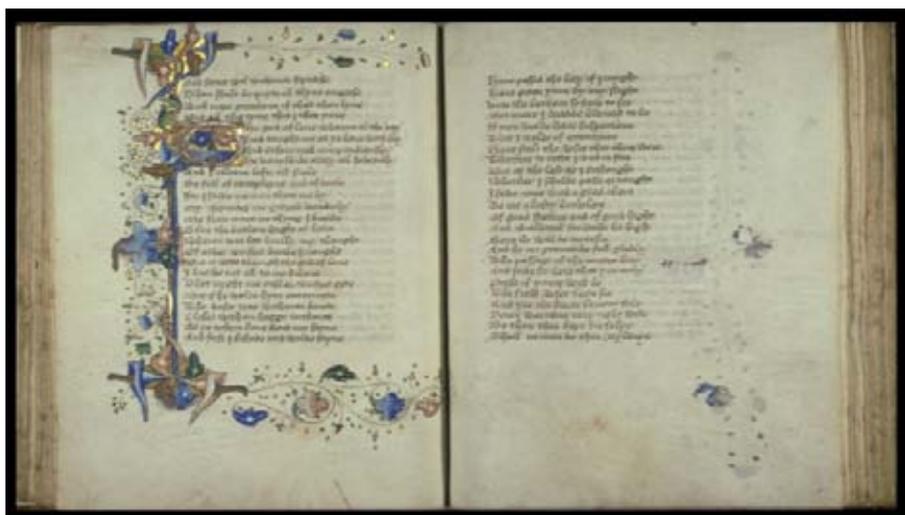


Figura 33: Livro iluminista confeccionado manualmente, antes do surgimento da imprensa, por volta de 1450.

Tanto é verdade, que mesmo após o surgimento da imprensa, com a invenção e utilização dos tipos móveis de madeira e de metal para impressão em meados do século XV (MEGGS & PURVIS, 2009, p. 90), a tradição de ornamentar os impressos, continuou a ser parte importante dos projetos editoriais da época. No início, segundo Meggs e Purvis (2009), eram deixados espaços em branco na folha, para a posterior inserção dos capitulares manuscritos e outros ornamentos pelos *iluminadores*, titulação dos artífices que originalmente ilustravam os ornamentos dos manuscritos e aplicavam neles detalhes em ouro. Com o desenvolvimento da técnica de impressão tipográfica, essas ilustrações foram sendo gradativamente substituídas por tipos móveis, impressos em cores, separadamente do texto – principalmente as letras capitulares das páginas, como explicam Meggs e Purvis (2009), sobre a publicação do Salmo em Latim, de Faust e Scgoeffer (1457):

As grandes iniciais em vermelho e azul foram impressas com blocos de metal de duas partes que ou foram entintados separadamente, remontados e impressos como texto em uma única impressão, ou estampados após o texto estar impresso. Essas famosas iniciais bicolores decoradas foram uma importante inovação; sua vitalidade e elegância tipográficas são comparáveis às mais belas páginas manuscritas. (MEGGS & PURVIS, 2009, p. 101 e 102)



Figuras 34 e 35: Detalhe de uma página da Bíblia de Gutenberg (1450-1455), com ornamentos desenhados à mão; e detalhe de uma página do Salmo em Latin, de Fust e Schoeffer (1457), com capitulares coloridas, que configuram o exemplo mais antigo de impressão em cores da Europa.

De volta ao século XXI, Genovese (2008) indica que, mesmo tendo sido desenvolvido a partir de muitas referências, foi na Argentina que o *fileteado* consagrou-se como elemento de identidade nacional, após incorporar mudanças gráficas formais, como a utilização de cores mais vivas e a introdução de elementos da cultura tradicional portenha, como a musicalidade do tango, as personalidades (como Carlos Gardel e Evita Perón), as cores azul e branca da bandeira nacional, entre outras. E foi justamente essa mescla entre elementos tradicionais, locais e populares às referências estrangeiras que possibilitou que a técnica recebesse, no ano de 2006, o título de *patrimônio cultural* da Cidade Autônoma de Buenos Aires.

Assim, adotada pela nação argentina, dos estabelecimentos simples aos sofisticados, e apresentando grande repercussão nacional e internacional, a estética do fileteado portenho espalhou-se por toda a cidade de Buenos Aires e hoje pode ser vista em letreiros populares, meios de transporte públicos e privados, vitrines de lojas, fachadas dos prédios, vestuário, cartazes e nos objetos de uso comum (fig. 36). São peças de grande valor simbólico, presentes na memória gráfica da comunidade, que ainda tem papel fundamental na impulsão do comércio e do turismo, o qual, segundo dados da Secretaria do Turismo de Buenos Aires (2010), representa 7,7% do PIB do país e, portanto, desempenham papel fundamental na sua economia. Por comporem de forma muito marcante a paisagem urbana da capital argentina, podemos dizer que representam um aspecto importante da cultura material da nação argentina e, portanto da sua identidade nacional.



Figura 36: Artefatos de Design, que incorporaram a identidade portenha, criações do artífice e designer Alfredo Genovese (Fonte: [www.buenosaires.for91days.com](http://www.buenosaires.for91days.com)).

No Recife, os padrões visuais e formais encontradas nos letreiros populares urbanos são bem distintos daqueles encontrados em Buenos Aires, mas ainda encontramos algumas similaridades entre eles: o uso da pintura manual como principal meio de confecção; a utilização e a combinação de cores fortes; a aplicação de elementos ornamentais, desenhos e grafias características; incorporação de frases ou dizeres humorísticos, filosóficos ou poéticos; a identificação com o setor do comércio; e o fato de que a maioria dos artefatos produzidos é confeccionada por artífices sem formação acadêmica na área.

Embora, assim como no Recife, haja a diferenciação entre os tipos de profissionais da área, Genovese (2008) sinaliza que todos os artífices têm um papel importante no universo dos letreiros e apresenta a sua classificação dividida em três categorias: o ofício do *fileteador* ou *fileteiro*, do letrista e do “próprio proprietário”. A primeira categoria é referente àqueles cuja profissão é realizar filetes e, portanto, dispõem de uma grande capacidade criadora, destreza artística, ferramentas e materiais apropriados. Desenvolvem projetos de caráter icônico, trabalham de forma independente, geralmente em contratos com fábricas de veículos. Aprenderam o ofício com outros mestres e por desenvolverem um estilo próprio, acabam formando seus próprios aprendizes. A segunda categoria, dos letristas, é direcionada para aqueles que trabalham fazendo letreiramentos em vidraçarias, placas e fachadas, mas em um grau de complexidade menos elevado que os fileteadores. A terceira categoria corresponde àqueles que têm poucos materiais e habilidades artísticas. Geralmente seus trabalhos são para aplicação no próprio estabelecimento/veículo, e por isso os projetos são livres de exigências dos padrões de qualidade do mercado e apresentam propriedades, mensagens e ícones populares e autorais.

Em Recife, por exemplo, é possível encontrar uma vasta gama iconográfica e informacional ainda pouco explorada, advinda da paisagem tipográfica urbana da cidade. Na pesquisa realizada por Finizola & Coutinho (2009), disposta no artigo intitulado *Em Busca de*

uma *Classificação para os Letreiramentos Populares*, é apresentada uma investigação acerca das influências estéticas de cinquenta letreiros registrados na capital pernambucana, a fim de compreender melhor o imaginário popular, aproximando-o da prática profissional do design. A análise desse material deu-se por meio da classificação tipológica dos letreiros populares, sistematizando a produção destes artefatos de acordo com três aspectos: autoria, forma de representação visual da linguagem verbal e atributos formais.

Tal estudo demonstrou a existência de uma grande diversidade de metodologias de produção e de aplicações de artifícios gráficos no meio informal de manifestações de design. Os letristas sejam os especialistas (que têm o ofício como base de sustento) ou não-especialistas (que produzem letreiros mais simples, geralmente para uso próprio), apesar de não possuírem formação no âmbito do design ou da arte, evidenciaram não apenas suas habilidades em produzir um material de estética interessante, quanto rico conhecimento relativo aos aspectos formais das tipografias, regras de diagramação e legibilidade.

Um dos mais fortes exemplos de estilo dessas manifestações, encontrados na capital pernambucana, são os letreiros confeccionados por João Juvêncio Filho, conhecido como Seu Juca. Seu repertório visual, rico em cores, texturas, composições e soluções gráficas, é particular e inconfundível, e se afirma como uma expressão marcante do letreiramento popular urbano de caráter vernacular não apenas de Pernambuco, mas do Brasil pluricultural (fig. 37).



Figura 37: Letreiros populares confeccionados por Seu Juca (Fonte: [www.sbdi.org.br/newsletters/seujuca.htm](http://www.sbdi.org.br/newsletters/seujuca.htm)).

Na cidade de São Paulo, Gouveia *et al* (2009) também desenvolveram uma pesquisa que se insere no campo de estudos de memória, cultura e design. No artigo *Letters and cities: reading the urban environment with the help of perception theories*, o ambiente urbano é explorado sob a perspectiva do design gráfico. Todavia, nesta publicação, as manifestações tipográficas encontradas nas ruas da capital paulista articulam-se com as teorias da percepção visual.

Para elas (GOUVEIA *et al*, 2009), os elementos visuais (letras, numerais e símbolos), encontrados nas vias públicas de São Paulo, fazem parte de um complexo sistema de

signos, dispostos em diferentes formas e tamanhos, que não só disputam nossa atenção, mas também remetem a referências de memória, servindo como guias espaciais que nos localizam em cada lugar. A idéia central do artigo girou em torno do conceito de “ler” a cidade, em que o ato de “ler” a estrutura urbana permite a identificação de inúmeros elementos visuais, e não apenas os verbais.

Sobre esse aspecto, Cerbino (2001) faz uma analogia similar, pontuando o design como uma forma de comunicação e a cidade como um discurso, no qual este seria passível de várias leituras e interpretações. Esse *texto visual*, composto de signos gráficos verbais e imagéticos, existente na face visível da cidade, estabelece relações de espaço e tempo nas metrópoles e se desenrolam no espaço urbano.

Apostando na aplicabilidade prática dos estudos de memória gráfica e manifestações vernaculares registradas nas ruas das cidades, Farias *et al* (2010), no artigo *From the streets to the screen: street signs as a source of inspiration for digital typefaces*, desenvolvem um estudo sobre a concepção de tipografias digitais baseadas nos letreiros efêmeros, produzidos manualmente por letristas populares, encontrados na paisagem urbana de países latinos.

Para compor o corpus da pesquisa, foram incluídas tipografias desenvolvidas em cinco países da América Latina. Além de analisar os aspectos formais e estéticos das fontes, foi possível compará-las às imagens de onde partiram suas origens e verificar o desafio de conseguir transpassar, para a mídia digital, as peculiaridades dos traços, falhas, aspectos simbólicos, entre outros, intrínsecos a esse tipo da manifestação vernacular.

Além disso, Farias *et al*, (2010) conseguiram traçar paralelos entre as similaridades e diferenças entre as fontes originadas e desenvolvidas nos diferentes países, encontrando padrões comuns à cultura latina, de maneira geral.

Acerca dessa questão, localizamos e identificamos no livro *Ojo al Aviso: una panorámica de la gráfica, el diseño, el arte y la comunicación popular* (GARCÉS, 2008), uma coleção de letreiros populares urbanos da cidade de Quito, no Equador, que muito se parecem com os encontrados em Recife. Como podemos observar, na imagem abaixo (fig. 38), existem claras similaridades de traços e referências tipográficas para os desenhos das letras e grafias, bem como os estilos de representação pictórica e a larga utilização pelo setor comercial.



Figura 38: Letreiros encontrados na cidade de Quito, Equador (Fonte: Garcés, 2008).

Portanto, concluímos que as identidades nacionais são formadas a partir das transformações dos códigos culturais que transitam entre variadas regiões e períodos históricos. Dessa forma, tanto no Brasil quanto em outros países, de origem latina, detectamos a utilização e apropriação da estética vernacular como forma de comunicação eficiente, o que possibilita maior identificação com o público de diversas classes e grupos sociais.

No entanto, apesar da expressividade desses artefatos, seu reconhecimento como parte importante da estética urbana das cidades ainda é prematuro. Vistos muitas vezes como um tipo de manifestação gráfica de menor valor, os letreiros populares começam a ser substituídos por outros tipos de artefatos gráficos de procedência computadorizada e estética massificada, mas ainda continuam muito vivos e presentes na paisagem da cidade e no imaginário dos habitantes locais. Sendo assim, faz-se indispensável indagarmos porque ainda perduram no cenário urbano, transcendendo o tempo e os preconceitos? O que vimos faz-nos ponderar que estes artefatos gráficos são produtos culturais, que além de portar significados, suas propriedades gráficas são detentoras de uma estética que começa a ser re-valorizada, e assim como a arte, pode ser contemplada.

## CAPÍTULO 2 | A ESTÉTICA VERNACULAR E O DESIGN

Como vimos, os letreiros populares de caráter vernacular, encontrados na Região Metropolitana do Recife, chamam a atenção por serem compostos por elementos verbais e pictóricos semelhantes aos encontrados em outros tipos de artefatos gráficos, produzidos em épocas distintas, e em diferentes localidades – como os rótulos de cachaça veiculados entre as décadas de 1940 e 1980 em Pernambuco. A conservação desses padrões estéticos, que resistem ao tempo, às renovações culturais e aos avanços tecnológicos, parece ser uma justificativa válida para a abordagem de alguns conceitos ligados à Estética, no Design, através de processo análogo àquele da contemplação artística. Assim, faremos uma breve reflexão sobre a Beleza na Estética e os novos valores estéticos do Design, que surgem na contemporaneidade.

### 2.1 A Estética no Design: relações e novos valores

Etimologicamente, Aranha & Martins (1993), explicam que a palavra estética tem origem no grego (*aisthesis*) e quer dizer *faculdade de sentir, compreensão pelos sentidos, percepção totalizante*, e que, portanto, os conceitos de estética e arte aproximam-se quando o objeto de análise – o artístico – pode ser contemplado através da percepção e dos sentimentos.

Neste sentido, Rocha *et al* (2006) aludem que, ao entrar em contato com o Ser Humano, o significado da imagem ou plástica, de um determinado objeto, possibilitará exprimir um certo estado da sua subjetividade, e o significado só poderá ser concebido na *experiência estética*.

Para Suassuna (1996), tradicionalmente e, especialmente nas épocas “clássicas”, a Estética era entendida como Filosofia do Belo ou da Arte, na qual o Belo era uma propriedade do próprio objeto, legitimado pela harmonia, serenidade e pureza das formas. O Belo

poderia ainda subdividir-se em duas categorias: o Belo da Arte e o Belo da Natureza, no qual o segundo tinha primazia sobre o primeiro.

Já na visão filosófica de Bakhtin (2002, p. 26) – filósofo russo da linguagem –, o “estético se realiza plenamente só na arte”, razão pela qual a estética deveria orientar-se sobre a arte. Para o filósofo (BAKHTIN, 2002) seria inconcebível, do ponto de vista metodológico, iniciar uma construção estética a partir das visões estéticas da natureza ou do mito, por exemplo – as quais entendemos como perfeitas e, portanto difíceis de serem alcançadas pelo ser humano. No entanto, caberia à Estética a tarefa de explicar as formas estéticas híbridas e impuras (BAKHTIN, 2002).

Nesse sentido, com o surgimento do idealismo germânico – que teve como principais pensadores Hegel e Kant –, o conceito de Estética começou a ser reformulado, tendo em vista que outras categorias que apresentavam propriedades distintas do Belo passaram a chamar a atenção e a despertar o interesse de artistas e pensadores do século XX. A esse respeito, De Bruyne (1930, apud SUASSUNA, 1996, p. 20) afirma também que “a Arte não produz apenas o Belo, mas também o feio, o horrível, o monstruoso” e indaga “(...) com que direito tomamos nós, como unidade de medida em nossas apreciações da Arte universal, aquilo que nós, europeus ocidentais do século XX, consideramos como belo?”

Passou-se então a conceber a Estética também como uma ciência, na qual o Belo não totalizava esse campo, mas era apenas uma de suas categorias. Além disso, o Belo da Natureza passou a ser visto com menos dignidade que o Belo da Arte, já que, nas palavras do filósofo francês, Henri Bergson (SUASSUNA, 1996), enquanto que na Natureza a Beleza é encontrada por acaso, na Arte ela é deliberadamente procurada e realizada.

Portanto, parece fazer sentido adotarmos a definição da Estética como a Filosofia da Beleza, na qual a palavra Beleza inclui todos os tipos de manifestações artísticas legitimadas e contempladas com o sentimento estético. Assim, vemos Beleza nas obras da fase negra de Goya; no luxuriante, monstruoso e contraditório Barroco, nas gárgulas góticas, no cômico, no trágico, nos trocadilhos obscenos de Shakespeare, nas Artes africanas, asiáticas e latino-americanas (SUASSUNA, 1996, p. 23). De forma que o Belo ainda fica reservado àquele tipo especial de Beleza, fundamentada na harmonia e serenidade.

O Feio é antagônico ao Belo na Arte, mas nem por isso tem menor valor. Ao contrário: obras que não se caracterizam pela harmonia, serenidade e equilíbrio, e sim pela aspereza das formas, tendem a ser vistas como mais expressivas, menos comuns, menos tendentes ao sentimentalismo, à pieguice, à uniformidade e à monotonia (SUASSUNA, 1996, p. 201).

Portanto, pelo fato de haver uma grande aproximação entre os fundamentos da Arte e do Design – já que, historicamente, o segundo originou-se do primeiro –, é possível identificarmos, no nosso objeto de pesquisa, os letreiros populares encontrados na Região Metropolitana do Recife (RMR), características também extremamente expressivas, pouco uniformes e que não compartilham da mesma harmonia encontrada nos artefatos similares, produzidos no contexto dominante do Design, de *estilo internacional*.

Sobre esse aspecto, analogamente ao fenômeno ocorrido na filosofia estética da Arte do século XX, com o estabelecimento de um único padrão de Beleza aceitável, também no Design e na Arquitetura, instituiu-se um padrão estético e funcional, que veio a ser chamado de *estilo internacional* e que preponderou nos projetos modernistas produzidos entre as décadas de 1930 e 1960.

O *estilo Internacional* surgiu na década de 1920, oriundo do movimento Modernista, no qual designers e arquitetos europeus buscavam definir soluções formais “internacionais” que substituíssem as formas vernáculas (para eles ligadas a regionalismos e nacionalismos arcaicos), por formas gerais e supostamente universais, minimalistas e abstratas, que pudessem ser sempre re-configuradas de acordo com as necessidades funcionais do projeto (CARDOSO, R., 2004).

Cardoso R. (2004) alude que, segundo este movimento, qualquer artefato poderia atingir sua forma ideal, definitiva e perfeita, para sua função, se tivesse suas propriedades formais e estéticas reduzidas e simplificadas ao máximo, a ponto de ser veiculado, na década de 1950, o termo *Good Design* para designar aqueles artefatos que conseguiam adequar-se àquele padrão. Entre os artefatos de design gráfico era possível reconhecer o *estilo internacional* nos trabalhos de designers como Jan Tschichold, Max Bill e Adrian Frütiger, marcados pela austeridade, rigor e precisão das formas, fontes e diagramação, com aplicação da *grid* pouco maleável, como ferramenta indispensável (CARDOSO, R., 2004).

Cardoso R. (2004) menciona ainda que, naquela época, as tendências coletivistas e comunistas em voga foram as principais influências para a concepção do *estilo internacional*. Ideologicamente, seus proponentes acreditavam que, estipulando um padrão considerado ideal, no que se refere aos aspectos funcionais, estéticos e econômicos, no qual todos os objetos de design e arquitetura fossem desenvolvidos, não haveria necessidade de produzirem-se outros diferentes. De forma que essa seria uma maneira eficiente de reduzir a desigualdade social e de construir uma sociedade de consumo mais justa.

No entanto, concordamos com o autor (CARDOSO, R., 2004) quando critica essa linha de pensamento, já que a geração de uma sociedade igualitária não se dá pela simples ação de fazer todos compartilharem de exatamente todas as opiniões, pensamentos e bens de consumo. Apesar dessa ideologia não ter perdurado por muito tempo e dos preceitos do *Good Design* terem sido logo reformulados, a estética *clean* e *minimalista* do estilo internacional acabou tornando-se uma referência de elegância e modernidade para designers e arquitetos até os dias de hoje (CARDOSO, R., 2004, p. 156).

Bomfim (1998) acredita que o estilo internacional de caráter funcionalista é contrário à linguagem estética e semântica do período pós-moderno em que vivemos. Com a intenção de ser aplicável em qualquer cultura ou país na crença de que a boa forma não tem pátria – é universal – há a desconsideração das características regionais e locais, próprias de cada lugar. Para o autor (BOMFIM, 1998), o Pós-Moderno compreende não uma, mas diversas linguagens, de forma que a simples transposição de soluções formais de uma situação cultural para outra vulgariza o design e seus produtos, pois cada lugar difere do outro em suas especificidades culturais. Em suas palavras: “Caruaru não é New York” (BOMFIM, 1998, p. 06).

No entanto, para Bomfim (1998), devido ao caráter muito mais prático do que teórico, tradicionalmente vinculado à profissão do designer, as habilidades técnicas dos profissionais sempre estiveram mais em evidência, de forma que questões “subjetivas”, como a estética, eram evitadas. O autor (BOMFIM, 1998, p. 06) explica que, quando necessário, eram utilizadas expressões eufemísticas para referir-se à estética, como *coerência formal* ou *equilíbrio entre ordem e complexidade*, já que os vocábulos *bonito* ou *feio* pertenciam ao campo artístico. Assim, apesar do grande envolvimento do designer em atividades multidisciplinares, abordando temas nas áreas de engenharia, antropologia e economia, por exemplo, faltavam argumentos quando se tratava de análises referentes à qualidade formal de um artefato, embora fosse ele, o designer, o principal responsável pela configuração de um produto.

Entre outros fatores, Bomfim (1998, p. 06-07) elucida que tal fato se deve à “interpretação míope do marxismo-leninismo”, que acreditava que países como o Brasil, até então considerado do Terceiro Mundo, só deveriam preocupar-se com o fenômeno estético quando problemas sociais como o desemprego, a pobreza e o analfabetismo estivessem superados. Assim, os debates e projetos que se propusessem a discutir a estética como tema central eram rejeitados e acusados de promover o “diletantismo de intelectuais” ou servir de “instrumento do capitalismo para fomentar o consumo”. No entanto, o autor

(BOMFIM, 1998) ressalta que ao contrário dessa crença, a prática estética da população se manifesta também através do folclore, do artesanato, do cordel, como também da cultura suburbana da periferia das cidades, não necessariamente relacionadas a um compromisso ideológico.

Portanto, ponderamos que é possível estabelecer uma relação de semelhança sobre o juízo do que é esteticamente aceitável na Arte, para com o Design, já que, segundo Suassuna (1996), os preceitos do que é constituinte da Beleza, na Arte, não permite afirmações dogmáticas. Suassuna (1996) admite que a variação dos gostos, segundo as épocas e os indivíduos, bem como o tipo de Cultura ao qual eles pertencem, permite o desenvolvimento de um tipo de gosto estético peculiar, que muitas vezes não é compartilhado por todos. No entanto, o autor (SUASSUNA, 1996) defende que a validação estética é possível e geralmente acaba por revelar “os melhores espíritos a respeito dos artistas colocados acima da média”. Isto é: mesmo que um determinado ciclo cultural considere o tipo de Arte que o antecedeu *decadente, feio* ou *errado*, passada a fase de paixão, e recomposto o “sereno julgamento estético”, reabilita a época passada, antes pré-julgada como de cultura decadente, mostrando que, o que previamente era considerado feio ou errado era, na verdade, uma forma diferente de Beleza.

Citando alguns exemplos de Suassuna (1996, p. 306), é o que aconteceu com os miniaturistas persas ou irlandeses, os geniais pintores anônimos das cavernas de Altamira, os escultores hindus ou os pintores australianos que representavam seus deuses em cascas de árvores. Um leigo pode julgar essas formas de Arte feias ou estranhas, apenas por serem diferentes, sem levar em conta que eles realizavam “a Beleza a seu modo, da mesma forma que Miguelângelo, na Capela Sistina” (SUASSUNA, 1996, p. 306).

Portanto, voltando ao campo do Design, podemos dizer que os letreiros populares de caráter vernacular também fogem da estética dominante no segmento do Design Gráfico. Estes, por apresentarem irregularidades tipográficas, combinações fortes de cores e, geralmente, por não obedecerem alguns princípios ligados à legibilidade ou ergonomia da informação, muitas vezes são vistos como um tipo de manifestação gráfica de menor valor sociocultural e classificados como *feios* ou *errados*. No entanto, hoje entendemos que fazem parte de um segmento positivamente peculiar de sinalização urbana e contém valiosa memória gráfica regional.

Neste contexto, Finizola (2010) alude que o designer cumpre papel fundamental no que diz respeito ao enriquecimento das possibilidades identitárias de um grupo social. A au-

tora (FINIZOLA, 2010) acredita que os novos *softwares* e outras formas de manipulação gráfica, combinados com a chegada da internet de alta velocidade, permitem intensas trocas interculturais em curtos intervalos de tempo. Essa realidade facilita o acesso às tendências estético-formais, e referências gráficas de qualquer localidade do mundo. Tal eficiência permite que o designer interprete e reprocessse os códigos culturais em novos ambientes, mesclando referências locais às universais, contribuindo ainda mais com os processos de hibridização cultural.

Sobre esse aspecto, Farias (2003) sugere que a utilização de elementos de caráter popular e vernacular “cumpre seu propósito de levar informação àqueles que habitam no entorno do sapateiro, do dono do bar, do homem do povo” (FARIAS, 2003, s/ p.) e que, sendo assim, as falhas e erros que fazem parte desse universo devem se vistas como imperfeições interessantes e peculiares, que dificilmente seriam encontradas na prática formal do design.

No entanto, esta realidade também vem sofrendo transformações. Já é possível vislumbramos mudanças significativas na prática do design, no qual projetos de estética neutra – ou seja, que não apresentam referências claras de nenhuma localidade específica –, vêm gradativamente cedendo espaço para os projetos que buscam, nas manifestações gráficas populares, de caráter vernacular (em especial aquelas encontradas nos cenários urbanos), referências formais e estéticas bastante inspiradoras. Nesse sentido, os projetos concebidos a partir de inspirações culturais locais vêm despertando o interesse da comunidade acadêmica e profissional do Design, abrindo um leque de possibilidades de estudo e de aplicabilidades práticas que podem suscitar importantes contribuições sociais, econômicas e culturais às comunidades, conforme veremos a seguir.

## **2.2 A apropriação de elementos da estética vernacular nos trabalhos de Design**

Como vimos, o campo da cultura, identidade e memória envolvem tanto domínios simbólicos quanto materiais, e vêm se caracterizando como valiosas fontes de instrumentalização, que permitem articular o Design com a cultura popular e vernacular. Rica em cores, grafias, figuras e composições visuais, a diversidade iconográfica das manifestações vernaculares da cidade do Recife se apresentam como uma biblioteca livre, disponível e gratuita de inspirações para designers, que buscam inserir, em seus projetos, referências estético-formais do contexto sócio-cultural em que vivem.

Dones (2004) alude, em seu artigo intitulado *As Apropriações do Vernacular pela Comunicação Gráfica*, publicado na 7ª Conferência Brasileira de Folkcomunicação, que desde a década de setenta, a tendência de quebrar padrões estéticos vem se intensificando, com o surgimento de muitos projetos de design gráfico que fogem do dogmatismo e da uniformidade das estéticas clássicas importadas da Europa. Segundo a autora (DONES, 2004), o surgimento de novas tecnologias e *softwares* de manipulação gráfica aliadas ao amplo e facilitado acesso à internet, foi um dos fatores que impulsionou o desenvolvimento de projetos que, embora mantivessem uma rigorosa técnica e qualidade gráfica, fossem gerados com uma maior liberdade de manipulação e tratamento dos elementos gráficos, possibilitando inclusive a geração de várias alternativas para um mesmo artefato, de forma muito mais rápida e prática do que há 20 anos.

Tal transformação acaba por gerar um novo cenário, no qual o designer se permite aventurar-se por soluções projetuais experimentais, utilizando códigos pouco claros e transparentes, e testando diferentes formas de expor e transmitir mensagens, numa mudança de atitude que deixa de lado o racionalismo formal e passa a valorizar mais os processos intuitivos de criação e referências gráficas do seu entorno, frutos de outras formas de comunicação.

Sobre esse aspecto, Dones (2004) enfatiza o trabalho do designer americano de descendência húngara Tibor Kalman, que, entre as décadas de 70 e 90, causou um impacto considerável ao incorporar aos seus projetos de design gráfico, objetos e referências do seu cotidiano, a fim de resignificá-los num novo contexto. Kalman, segundo (Dones, 2004), contestou o sistema de fazer design da sua época, criando uma nova forma de projetar que não se restringia ao trabalho tradicional do designer, resgatando valores mais amplos: “ele dizia interessar-se por imperfeições e, intencionalmente, fazia as coisas parecerem erradas ou estranhas, criando uma espécie de ‘anti-design’” (Dones, 2004, p.05).

Para Finizola (2010), as abordagens populares e vernaculares do design podem ser divididas em três grupos: os que fazem releituras ou transposições de elementos visuais presentes na linguagem gráfica vernacular ou popular de determinada região e propõem novas aplicações e utilizações; aqueles que registram, por meio de imagens, cores, texturas e formas, fragmentos de ambientes que fazem parte do nosso entorno; e os projetos que não trazem nenhum vínculo visual direto com a estética em questão, mas que abordam conceitualmente o tema a partir de novas linguagens gráficas. Apesar das diferentes aplicações metodológicas, Finizola (2010) alude que o ponto em comum, entre os profissionais que escolhem esse caminho, é a “opção por valorizar, de uma forma ou de outra,

elementos da cultura brasileira, proporcionando uma reflexão maior entre aqueles que irão consumir esses produtos acerca da verdadeira identidade nacional de nosso design” (FINIZOLA, 2010, p. 36).

Portanto, o designer apresenta-se como um reformulador dos símbolos e das linguagens visuais que integram a paisagem urbana das cidades, capaz não apenas de reproduzir o material encontrado, mas atribuí-lo a novos valores, gerar outros significados e mudar antigos paradigmas, por meio de sua utilização em projetos de design, direcionados para um variado público, de todas as classes sociais e regiões.

Uma das maiores contribuições do Design para a área da Tipografia contemporânea é o desenvolvimento de fontes digitais baseadas em letreiros populares pintados à mão, por artífices amadores (fig. 39). É interessante perceber que as imperfeições causadas pelo traço do pincel e até algumas variações ortográficas são preservadas, por constituírem aspectos observados nesse tipo de manifestação. Sobre essas incidências, Farias (2003 apud DONES, 2004) menciona que, sendo o erudito e o popular faces de uma mesma cultura, faz-se necessário evitar *o olhar do alto*, não ressaltando os aspectos errôneos e falhos das manifestações populares. De fato, os projetos e estudos no campo não podem fomentar preconceitos, fazer referências pejorativas ou exultar aspectos decorrentes de iletramento. Mas nós acreditamos que o imprevisível e o imperfeito também fazem parte do processo de confecção do artefato artesanal. Logo, as marcas dos dedos do produtor podem não ser consideradas um defeito, bem como a tinta borrada e a marca do pincel também não. Tais incidências existem e, mesmo que algumas não mereçam ser preservadas, não devem ser maquiadas ou ignoradas.

Assim, a investigação de alguns aspectos de irregularidade gráfica e ortográfica demonstra não apenas o interesse pelas particularidades encontradas nos letreiros populares, mas a valorização da sua estética, do seu modo de produção, de suas ferramentas, de sua originalidade, dos saberes e referências populares. Trata-se de integrar todas as ocorrências identificadas nesses artefatos em sua forma original, sem que seja necessário realizar correções. Como contribuição, esse tipo de projeto também levanta aspectos sociais e educacionais interessantes da escrita popular, como investigações que abarquem ocorrências de letras invertidas, mesclas de caracteres em caixa alta e baixa na escrita de uma mesma palavra, e palavras grafadas de forma similar à fala coloquial e aos regionalismos<sup>6</sup> do local em que são produzidas.

---

<sup>6</sup> Regionalismo é o conjunto das unidades lexicais e lingüísticas, cujo uso é associado à determinada região geográfica, decorrente da cultura lá existente, muitas vezes relacionadas a atividades específicas do meio rural. (ISQUERDO, N., 2007)



Figura 39: Fontes digitais “Piscineiro”, do designer Rogério Rocha, e “1Rial”, da designer Fátima Finizola. Ambas inspiradas em letreiros populares.

Além das contribuições ao campo da Tipografia, os projetos inspirados no vernacular desdobram-se em outras aplicações e artefatos que, além de incorporarem as fontes vernaculares, agregam também elementos táteis e visuais de mesma referência. No Brasil, país em que a música é extremamente diversificada e transita livremente por todos os ambientes e níveis sociais, é curioso notar a apropriação dessas novas linguagens gráficas aos projetos editoriais de encartes de CDs, ingressos de shows, cartazes, e até da mídia televisiva, como vemos nos exemplos abaixo do CD *É tudo 1 Real* (fig. 40), do artista Pedro Luís e a Parede; do CD *Brasil Afora* (fig. 41), do grupo musical Paralamas do Sucesso (fig. 42) e do programa da MTV, dedicado a exibir apenas videoclipes de músicas nacionais, chamado *Na Brasa* (fig. 43), no qual a marca traz fortes referências dos letreiros populares.



Figura 40: Logo do grupo musical carioca Pedro Luis e a Parede, e capa do CD “É Tudo 1 Real”.



Figuras 41 e 42: Projeto gráfico do cartaz de divulgação e encarte do CD *Brasil Afora*, dos *Paralamas do Sucesso*, com a utilização da fonte *1Rial*, projetada pela designer Fátima Finizola.



Figura 43: Variações do logo do programa de videoclipes nacionais *Na Brasa* MTV.

No entanto, o interesse pelo vernáculo e pelo popular não fica restrito aos designers brasileiros. Acompanhando as mudanças de paradigmas e procurando se aproximar das referências estéticas e gráficas locais, outros trabalhos de design, de alcance internacional, também adotaram como referência principal os letreiros populares. Para o material de divulgação da Copa das Confederações 2009, sediada na África do Sul, por exemplo, a empresa *Nike* de produtos desportivos, principal patrocinadora do evento, produziu outdoors (fig. 44), folders (fig. 45), cartazes (fig. 46), panfletos e outros artefatos gráficos, que trouxeram, para a superfície do papel, as cores, desenhos, grafias, ornamentos e texturas próprias dos das manifestações populares encontradas nas cidades do país africano (que muito se parecem com as encontradas no Nordeste brasileiro), comumente pintados em superfícies irregulares, como paredes e placas de madeira. Os elementos pictóricos que representaram os mais famosos jogadores de futebol que participaram do evento, como o argentino Messi e o brasileiro Kaká, foram representados de forma característica, com o estilo similar às representações humanas comumente encontradas em salões de beleza populares: ricas em detalhes, e desenhadas de perfil. As tipografias utilizadas apresentam traçados, cores e ornamentos também típicos desse tipo de manifestação gráfica, combinadas a elementos esquemáticos – setas, tracejados e faixas –, também identificados em letreiros populares recifenses.

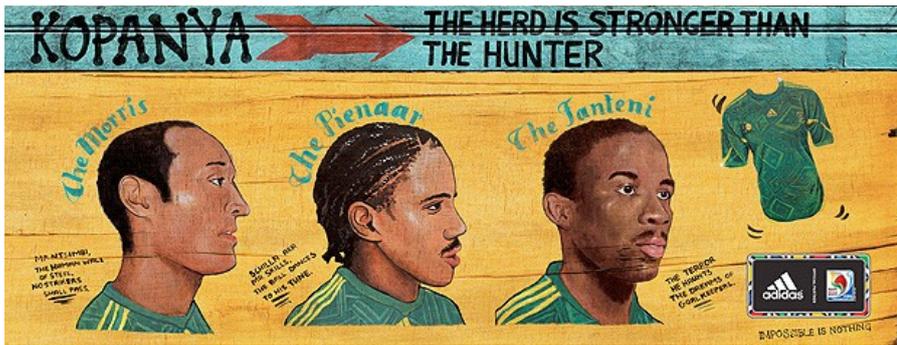


Figura 44: Outdoor da campanha da Adidas (Copa das Confederações 2009 - África do Sul).



Figura 45: Folder da campanha da Adidas (Copa das Confederações 2009 - África do Sul).

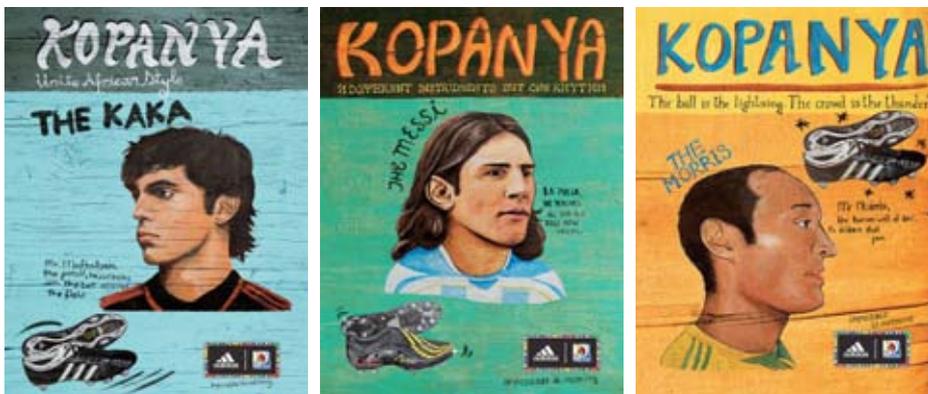


Figura 46: Cartazes da campanha da Adidas (Copa das Confederações 2009 - África do Sul).

Assim, faz sentido pensar que as referências estéticas vernaculares comuns aos países latinos, como vimos, também podem ser identificadas em países distantes, assim como outras formas de manifestações artísticas presentes na cultura brasileira, como a Capoeira e o Maracatu.

No Brasil, encontramos também nos setores comerciais, empresas e estabelecimentos que intencionalmente se apropriaram dos elementos da cultura vernacular para confi-

guração gráfica de seus anúncios – como o caso da tradicional aguardente de cana Pitú, que estampa em seus panfletos e outdoors (figs. 47 e 48) referências da estética vernacular, com aplicação de cores fortes e contrastantes, texturas que imitam a aplicação da tinta nas superfícies irregulares, além de fontes e grafismos também inspiradas nessas manifestações.



Figuras 47 e 48: Cartaz e outdoor da campanha publicitária da Pitú, veiculada em todo Brasil.

Outro bom exemplo é o caso do bar pernambucano *Fiteiro*, com filiais localizadas em Recife nos bairros da Tamarineira, Recife Antigo e Boa Viagem; e na praia e Porto de Galinhas, no município de Ipojuca. Em todos eles, a identidade visual é inspirada nos letreiros populares, tendo como principal referência os letreiros pintados por Seu Juca, que, espalhados nas paredes dos estabelecimentos, os decoram completamente. As marcas (fig. 49) apresentam, inclusive variações ortográficas, como as letras “s” – de *temos comida* –, e “r” – de *da praia* – espelhadas. Como podemos ver, fica claro o uso dessas referências em toda a identidade visual do estabelecimento, que vai desde os logotipos, à decoração dos ambientes, materiais gráficos, e o site (fig. 50).



Figura 49: Logotipos e decoração dos bares *Fiteiro* e *Fiteiro da Praia*, que utilizam letreiros populares – em especial os de Seu Juca –, como principal fonte de inspiração de sua identidade visual e parte da decoração (Fonte: [www.fiteirobarboaviagem.com.br](http://www.fiteirobarboaviagem.com.br)).



Figura 50: Site do bar Fiteiro, seguindo a identidade visual da marca e da decoração. No detalhe, a fonte tipográfica utilizada no Menu do site mantém as letras “s” e “n” espelhadas, e a mescla de caracteres em letras de forma e cursivos em uma mesma palavra, como na palavra “Recife Antigo” (Fonte: [www.fiteirobarboaviagem.com.br](http://www.fiteirobarboaviagem.com.br)).

Mais um exemplo interessante de utilização da estética vernacular em um trabalho de Design é o do vídeo de divulgação da coleção de móveis batizada como *Caruaru*, do designer Marcelo Rosenbaum. Embalado por uma sinfonia tipicamente sertaneja, na qual dá para identificar o som do instrumento *pífano*, o vídeo apresenta os itens de mobiliário, com uma sequência de *frames* (fig. 51) ricos em tipografias de referência popular – com traços irregulares e mescla de letras, em caixa alta e caixa baixa, em diferentes partes de uma mesma palavra–, além de cores fortes e grafismos peculiares da cultura vernácula brasileira.



Figura 51: Frames do vídeo de divulgação da coleção de móveis *Caruaru*, do designer Marcelo Rosenbaum.

Portanto, o vernacular vem, gradativamente, se firmando como referência gráfica forte e espontânea no campo da comunicação gráfica, e se afirmando como uma estética que traduz um pouco da brasilidade plural das culturas locais do país.

Paralelamente a essa tendência, o Design Gráfico, aliado às novas tecnologias e à internet, redescobre o panorama visual local, regional, vernacular e popular e leva essas transformações a propostas globais de comunicação e projetos cada vez mais inclusivos, que aproximam os diferentes grupos e classes sociais do país, propondo que o erudito e o popular sejam vistos como partes complementares de uma mesma cultura.

Para Dones (2004), os projetos alicerçados nessas formas de referências híbridas e sincréticas não buscam reproduzir modelos prontos e universalizantes, como também não pretendem manter de forma intacta a noção nostálgica ou exótica dos idiomas locais; mas sim buscar referências locais e cotidianas do entorno das cidades, interpretá-las e aplicá-las em artefatos de forma a traduzir e resignificar suas especificidades, exultando seu valor simbólico e suas peculiaridades e valorizando suas origens. Sobre esse aspecto, Dones (2004) alude que o vernacular se constrói e se modifica num espaço onde as novas tecnologias computadorizadas se encontram com tecnologias artesanais e influenciam diversas, conjugando formas tradicionais, populares e globais de produção das mídias e manifestações gráficas.

### 2.3 Algumas considerações

Como pudemos observar, estudos de memória, identidade, cultura material e manifestações vernaculares vêm ganhando espaço no campo do Design, já sendo possível identificar uma grande mobilização da comunidade acadêmica de diversos países na busca da revalorização dos códigos culturais locais, do resgate das tradições projetuais e da inserção de novos valores sócio-culturais aos objetos de design.

Apresentamos diferentes conceitos para compreensão da cultura popular e vernacular a qual tende a misturar-se com outras culturas, gerando a formação das culturas híbridas. Nesse universo, o culto, o erudito, o popular, o vernacular, o urbano, o agrário, as etnias, as nacionalidades e as universalidades coexistem num mesmo ambiente, dialogam entre si e influenciam uns aos outros.

Também abordamos a questão da alteridade intercultural associada aos artefatos populares, considerando que o *eu*, produtor e disseminador de mensagens e códigos sócio-cul-

turaís, coexiste com o seu *outro*, representado pelo olhar e pelas influências estrangeiras diversas, complementando sua rede de significados ao mesmo tempo em que preserva a estética vernacular enraizada na cultura do Recife. Sobre esse aspecto, trouxemos à discussão considerações sobre Estética, na qual traçamos seus valores primários e suas reformulações na atualidade, na qual há o reconhecimento e validação das diversas formas e estilos de arte. Numa analogia com o campo do Design, nos referimos às manifestações gráficas vernaculares urbanas como um tipo de artefato que, embora fuja dos padrões do *Good Design*, em que a funcionalidade e a limpeza são qualidades indispensáveis, constituem referências de imensurável riqueza iconográfica e simbólica. Assim, faz sentido pensar que por estas razões, a estética vernacular ainda continua viva e muito presente no cenário local e preserva características intrínsecas à sua natureza gráfica, resistente ao tempo e às transformações comunicacionais.

Dessa forma, acreditamos que a mescla cultural, atrelada aos projetos e estudos multidisciplinares, que buscaram estabelecer, na área do Design, em conjunção com outras áreas do conhecimento, novos paradigmas para a compreensão do papel do designer, abrem um leque de possibilidades e novidades que muito podem contribuir para a valorização cultural de comunidades populares e a integração das classes sociais.

Neste sentido, o designer situa-se como agente portador de propriedades intelectuais e materiais capazes de gerar mudanças sociais, culturais e econômicas numa determinada região ou comunidade, trazendo contribuições inclusive para a área da Educação, através da inserção de elementos da cultura popular ao universo infantil, numa abordagem educativa, associada à leitura ou a jogos, por exemplo.

Assim, percebemos que no âmbito urbano das grandes cidades, com o Recife, existe uma infinidade de elementos gráficos espalhados pelos mais diversos suportes, que podem ser registrados, analisados e incluídos no processo de desenvolvimento cognitivo infantil.

No capítulo seguinte, iremos apresentar a metodologia adotada para o desenvolvimento desta pesquisa, bem como descrever os resultados quali-quantitativos obtidos a partir das análises semânticas e morfológicas dos letreiros populares da RMR.

PARTE  
DOIS

[ METODOLOGIA ]

## CAPÍTULO 3 | METODOLOGIA DA PESQUISA

Este capítulo apresenta as estratégias que nortearam a realização da pesquisa, o método adotado, os critérios de seleção da amostra do corpus, a operacionalização da coleta de dados, a ferramenta desenvolvida, os instrumentos utilizados e os procedimentos de análise.

### 3.1 Natureza da Pesquisa

Os letreiros populares de caráter vernacular, da Região Metropolitana do Recife, conforme demonstramos ao longo dos capítulos anteriores, representam uma importante parcela da cultura material local por serem detentores de grande pluralidade iconográfica e apresentarem peculiaridades semânticas próprias.

Para o estudo destes artefatos adotou-se uma metodologia de pesquisa de natureza *quantitativa-qualitativa*, na qual os dados numéricos obtidos, a partir das análises realizadas, foram descritos e interpretados com o intuito de identificar tendências, padrões e particularidades dos universos gráfico-morfológico e semântico dos letreiros em questão, bem como as inter-relações observáveis entre eles.

Por conseguinte, a pesquisa teve, como principais características, a exploração da dinâmica do ambiente natural de registro das imagens; o caráter analítico-descritivo de catalogação das imagens a partir de parâmetros pré-estabelecidos; e a interpretação empírica dos dados obtidos.

### 3.2 Fases da Pesquisa

Para estabelecer um panorama sistemático dos **aspectos semânticos** dos letreiros populares de caráter vernacular encontrados no espaço urbano da Região Metropolitana do

Recife (RMR) e dos **aspectos morfológicos** identificados em seus elementos verbais e pictóricos, adotamos procedimentos metodológicos que foram desenvolvidos em 08 etapas, conforme descrito abaixo:

Etapa 1: Composição do universo de análise · Registros fotográficos dos letreiros;

Etapa 2: Seleção e triagem da amostra;

Etapa 3: Composição da ficha catalográfica de **dados gerais**;

Etapa 4: Composição da ficha catalográfica das referências **semânticas**;

Etapa 5: Composição da ficha catalográfica dos **elementos verbais**;

Etapa 6: Composição da ficha catalográfica dos **elementos pictóricos**;

Etapa 7: Desenvolvimento da ferramenta de catalogação virtual;

Etapa 8: Catalogação e análise das imagens.

### 3.2.1 Detalhamento

#### Etapa 1 | Composição do universo de análise · Registros fotográficos dos letreiros

Nesta primeira etapa foi feita uma investigação de campo exploratória e o registro preliminar do universo de pesquisa. Contamos com a participação de estudantes de graduação do curso de Design da UFPE<sup>7</sup> que, cumprindo uma atividade prevista no grupo de estudo *Memória Gráfica Pernambucana | Manifestações Vernaculares*, percorreram itinerários não-dirigidos, de bairros das cidades de Recife (Várzea, Iputinga, Dois Irmãos, Poço da Panela, Torre, Afritos, Encruzilhada, Campo Grande), Olinda (Santa Tereza, Carmo e Rio Doce) e Jaboatão dos Guararapes (Piedade, Candeias e Barra de Jangada), registrando, no total, cerca de 600 letreiros.

Após esse mapeamento e a conferência do material registrado, uma nova pesquisa de campo, com registros fotográficos direcionados, foi realizada pela pesquisadora, a qual concentrou-se nos bairros que demonstraram ter uma maior incidência de letreiros, totalizando cerca de 150 novas imagens de letreiros.

Os bairros selecionados foram aqueles nos quais são encontradas áreas de intenso comércio popular, como nos arredores dos mercados públicos da cidade e da Universidade

---

<sup>7</sup> Esta atividade foi realizada pelos estudantes matriculados no grupo de estudo DD126 - Design e Ciência Z “*Memória Gráfica Pernambucana | Manifestações Vernaculares*”, ministrada em 2010.2, pela prof<sup>a</sup> Solange Coutinho e pela estagiária de docência Mariana Hennes.

Federal de Pernambuco. A exploração *in loco* foi feita de carro e a pé, como observa-se na fig. 6o, abaixo, nas áreas selecionadas e marcadas em vermelho:

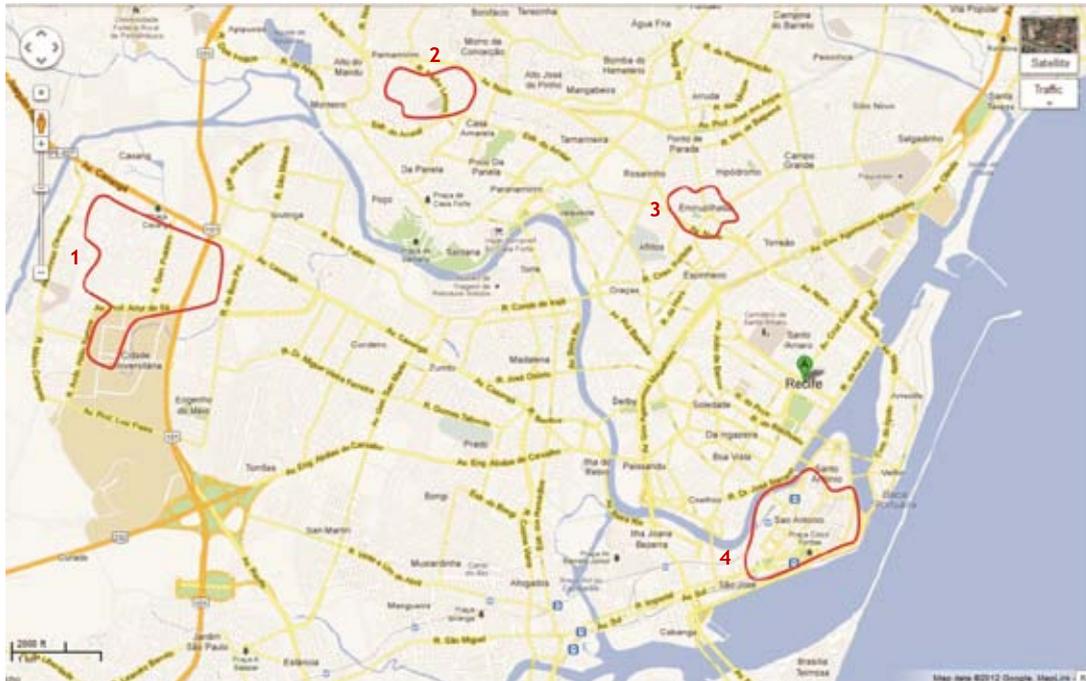


Figura 52: Mapa com parte da cidade do Recife, demonstrando com grifo vermelho, as áreas exploradas na segunda pesquisa de campo. As quatro principais áreas foram: 1. Várzea/Cidade Universitária; 2. Casa Amarela; 3. Encruzilhada e 4. Santo Antônio/São José.

Todas as imagens registradas nas duas fases da pesquisa exploratória foram codificadas pelo seu respectivo autor, para fins de identificação e rastreamento futuro.

É importante salientar que, frequentemente, ao abordarmos os donos ou atendentes dos estabelecimentos fotografados, era possível levantar algumas informações sobre a história do letreiro ou do nome escolhido para o título. Essa interação informal facilitou em muitos aspectos a nossa catalogação e permitiu o registro de peculiaridades que não seriam percebidas apenas pela observação.

## Etapa 2 | Seleção e triagem da amostra

Para a seleção das imagens utilizadas na pesquisa foi feita uma triagem dos letreiros registrados na primeira e segunda fases de exploração *in loco*, considerando fatores como: correspondência à classificação do letreiro como *popular de caráter vernacular* (excluindo aqueles feitos com grafitagem, recorte adesivo, papel e caneta, anúncios de vitrines, etc.), qualidade da imagem e ângulo em que foi registrada (demos preferência às imagens registradas pelo ângulo frontal, evitando distorções gráficas que pudessem interferir na catalogação), e atributos gráficos e semânticos do letreiro, sendo contemplados aqueles que apresentaram peculiaridades e aspectos enfáticos a serem analisados.

O processo de triagem resultou em uma seleção de 115 letreiros os quais, ao serem desdobrados, totalizaram 200 imagens de elementos verbais e 72 imagens de elementos pictóricos, considerando-se que cada letreiro comportava, em geral, mais de um tipo de elemento verbal, embora nem todos possuíssem elementos pictóricos. Os gráficos abaixo ilustram o bairro de origem da coleta de dados e os autores responsáveis pela coleta. Como pode-se observar no gráfico 2, 92% (n=106) da amostra das imagens foi registrada pela própria pesquisadora, sendo as demais cedidas pelos estudantes<sup>8</sup> que participaram da primeira fase de coleta.

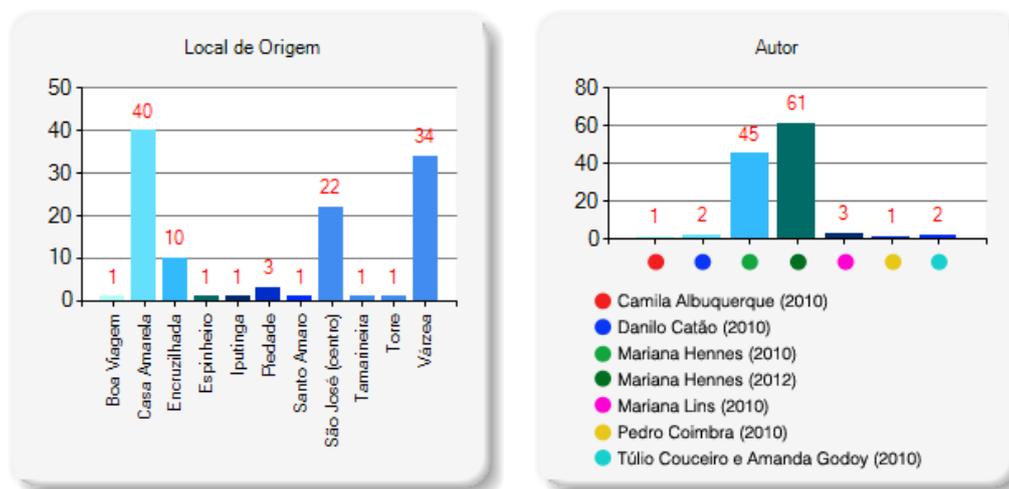


Gráfico 1 e 2: Contabilização dos letreiros catalogados de acordo com os bairros de origem e os autores das fotografias.

As etapas seguintes foram dedicadas à elaboração do instrumento de análise composto por quatro fichas usadas na catalogação dos letreiros populares. Na primeira ficha foram estabelecidas categorias que abarcavam informações gerais de cada imagem/letreiro selecionado; na segunda, definiram-se as categorias para a análise semântica e ortográfica dos

<sup>8</sup> As imagens dos estudantes utilizadas nessa pesquisa foram autorizadas pelos seus autores.

elementos textuais presentes nos artefatos; e na terceira e quarta fichas, foram instituídas categorias que permitiram a análise morfológica dos elementos verbais e dos elementos pictóricos extraídos, respectivamente. Nesse sentido, a definição de critérios de avaliação e os ajustes das fichas foram feitos na medida em que as categorias foram criadas. Tomou-se como ponto de partida, para cada tipo de ficha, a seleção de letreiros-chave que permitissem a validação de cada uma das categorias criadas. O resultado final, de cada ficha, é descrito a seguir.

### **Etapa 3 | Composição da ficha catalográfica de *dados gerais***

Na etapa 3 iniciamos a elaboração da ficha de catalogação dos *dados gerais* acerca das imagens selecionadas. Para esse fim foram instituídos espaços descritivos que possibilitaram a identificação da imagem, como o seu código para rastreamento, o título do letreiro correspondente (para facilitar a busca no site), o bairro de origem, o nome do autor da foto e o ano em que foi registrada.

Incluímos também categorias que identificassem o *tipo de informação* relacionada ao letreiro, catalogando-as como *serviços* (como xérox, restaurações e consertos, amolação de ferramentas, estética e beleza, etc), *comércio* de produtos (como alimentos e bebidas, artigos para animais de estimação, vestuário, etc), *informativos* (avisos em geral), e *outros*, para aqueles que não se encaixassem em nenhuma das categorias anteriores.

Como nossa pesquisa contemplou tanto letreiros feitos por especialistas (letristas de profissão), como por não especialistas, decidimos também identificá-los quanto ao nível técnico da composição gráfica, incluindo as categorias “*especialista*” e “*não especialista*” na catalogação. No entanto, percebemos que, em alguns casos, havia dúvida se o letreiro teria sido feito por um *profissional pouco habilidoso* ou um *não especialista habilidoso*, deixando confusa a decisão quanto sua classificação. Como essa identificação seria feita intuitivamente, ou seja, não comprovaríamos a autoria dos letreiros registrados, optamos por incluir nessa classificação a opção “*não identificado*”, para os letreiros de nível técnico ambíguo.

Neste primeiro momento de análise, também identificamos os *tipos* e a *frequência e/ou ocorrência* de elementos da linguagem gráfica presentes em cada letreiro, com as opções *elementos verbais*, *elementos pictóricos* e *elementos esquemáticos* (apesar desse último não ter sido contemplado na análise). Na catalogação, decidimos definir ainda a *frequência e/ou ocorrência* de cada tipo de elemento verbal de acordo com as suas proximidades gráficas e

formais, e não de acordo com o sentido da mensagem. Outro aspecto de menção importante refere-se à exclusão dos logotipos de produtos e mascotes de empresas, não sendo sequer contabilizados. Essa decisão foi tomada devido ao fato de, apesar da representação gráfica desses elementos muitas vezes assemelhar-se ao estilo vernacular, estes terem sido concebidos por terceiros (muitas vezes *designers*, através do uso de *softwares*) e apenas reproduzidos pelos letristas.

O tipo de suporte nos quais os letreiros foram confeccionados também foram contemplados. Classificamos como *anexo* os letreiros pintados em suportes avulsos, como placas, faixas e banners; *fachada fixa*, os letreiros pintados na própria fachada do estabelecimento ou ponto comercial fixo; *artefato móvel* os letreiros das carrocerias dos comerciantes ambulantes; *muro* os letreiros pintados em muros ou paredes comerciais, não necessariamente interligados ao estabelecimento conexo; e *outros* para casos especiais, que não se enquadram em nenhuma das classificações anteriores.

Por fim, catalogamos as imagens quanto ao *tipo de ferramenta utilizada* na confecção e composição do letreiro, que poderiam ser *pintados à mão (livremente)*; com a utilização de *estêncil*; com *colagens* e *outros*, para os que possuíssem meios de confecção alternativos. A catalogação referente ao tipo de ferramenta utilizada foi feita através da observação empírica dos elementos dispostos nos letreiros.

#### **Etapa 4 | Composição da ficha catalográfica das referências semânticas**

Na etapa 4 definimos como seria a catalogação dos letreiros segundo o sentido das mensagens. Buscamos identificar referências diversas que pudessem, de alguma forma, modificar o sentido denotativo das mensagens com uso de *metáforas*, agregar *valores* ao estabelecimento, ou identificá-lo segundo *referências geográficas* ou *pessoais do proprietário/anunciante*. Os letreiros também foram classificados de acordo com suas peculiaridades *lexicais*, *referências linguísticas específicas* e de *variações ortográficas*.

Sendo assim, definimos para a ficha de análise semântica as seguintes categorias, cada uma com espaço para descrição quando ocorrem as incidências. Foram elas:

- referências *metafóricas*, quando há uso de metáforas;
- referências *valorativas*, podendo ser classificadas como *religiosa*, *moralista*, *humorística*, *estética*, *política*, *artística* ou *outras*;

- referências *espaciais* podendo ser classificadas como *locais* se houver citação de nomes de ruas, prédios, bairros, cidades, etc.; *regionais* se houver citação de estados ou regiões brasileiras; *nacionais* se houver menção ao Brasil; e *transnacionais* se houver menção a lugares estrangeiros;
- referências *ao anunciante/proprietário*, quando há menção ao nome, apelido ou outra palavra que permita a identificação do dono do estabelecimento ou prestador de serviço;
- referências *linguísticas específicas*, as quais poderiam ser classificadas como *regionalismos* para as expressões usadas no dialeto local da cidade ou região, com significado específico próprio, reconhecido por seus habitantes; *variedades linguísticas* para as expressões originadas de palavras existentes na língua portuguesa, porém grafadas e faladas de forma diferente (não necessariamente ligadas a uma região específica); *gírias* para as expressões, geralmente efêmeras, originadas na fala coloquial de grupos sociais; *linguagens especializadas* para as expressões utilizadas em alguma área ou setor específico (como no setor de comércio de alimentos, por exemplo); *estrangeirismos*, para expressões que denotem alguma referência às línguas estrangeiras, e *outras* para aquelas expressões que não se encaixam em nenhuma das classificações anteriores;
- *variações ortográficas*, para catalogar as incidências de *letras invertidas*, *escrita similar à fala*, *supressão indevida de letras*, *inclusão indevida de letras* e *acentuação indevida*.

É interessante ressaltar que as categorias criadas, bem como suas opções de classificação, não são excludentes umas das outras. Assim, um mesmo elemento poderia ser assinalado simultaneamente em duas ou mais categorias e/ou opções de classificação.

## **Etapa 5 | Composição da ficha catalográfica dos *elementos verbais***

Esta etapa teve por objetivo elaborar a ficha catalográfica que serviu como instrumento para análise morfológica dos 200 elementos verbais extraídos dos 115 letreiros selecionados. Foram definidas vinte e três categorias que permitiram a classificação desses elementos quanto ao seu *posicionamento* no letreiro, sua *construção* estrutural, sua *forma*, os componentes de *decoração* presentes, entre outros.

Para o desenvolvimento do instrumento buscamos, em outros trabalhos da área do Design, metodologias de análise morfológica similares, que pudessem servir de exemplo e

base para nossa pesquisa. Assim, norteamos a definição das categorias inseridas no nosso trabalho a partir de três modelos de fichas de catalogação tipográfica encontrados.

O primeiro modelo de ficha foi extraído da pesquisa de Aragão, Barreto Campello, Ramos e Hennes (2008), desenvolvido para analisar imagens comerciais litográficas (na maior parte, rótulos de aguardente de cana) da Oficina Guaianases de Gravura, produzidas no estado de Pernambuco, até o terceiro quarto do século XX. Para a elaboração desse modelo os autores (ARAGÃO *et al.*, 2008) buscaram referências na metodologia desenvolvida por Valadares (2007), utilizada para a análise de capas de disco de frevo da fábrica Rozenblit (1954-1983), e utilizaram outros itens relacionados a mensagem plástica e a análise tipográfica, originados respectivamente de Joly (1996) e Bringhurst (2005).

O segundo modelo de ficha foi extraído do trabalho de Bacelar (2012), que instituiu como corpus da pesquisa uma nova leva de imagens litográficas comerciais da Oficina Guaianases de Gravura, mas sugeriu uma versão de análise alternativa, mais descritiva e focada nos aspectos formais e construtivos dos elementos verbais analisados. Esta, por sua vez, originou-se do modelo de análise tipográfica sugerido por Dixon (2006), no artigo *Describing typeforms: a designer's response*. Este modelo apresenta uma classificação tipográfica descritiva, englobando atributos formais, como construção, forma, modelagem, terminais dos caracteres, proporção, peso, caracteres-chave e decoração das letras.

E o terceiro modelo de ficha foi o desenvolvido por Finizola (2010), para a classificação dos elementos verbais encontrados em letreiros populares do Recife. Seu instrumento baseou-se na análise dos atributos formais desses elementos, catalogando aspectos como referências a estilos tipográficos, construção formal dos caracteres, peso, referências aos tipos de ferramentas utilizadas pelo letrista, proporção e modulação das letras, etc. Como resultado final de sua pesquisa a autora (FINIZOLA, 2010) definiu uma classificação tipográfica específica para os letreiros populares, a qual foi utilizada neste trabalho, com algumas adaptações.

É válido ressaltar que, ao realizarmos os testes de análise preliminares, percebemos que os letreiros populares de caráter vernacular apresentavam muitas variações formais e estruturais devido à sua base no letreiramento (pintura) manual. Tal aspecto dificultou a consecução de uma análise precisa de alguns de seus atributos morfológicos, levando-nos a estipular, para cada categoria, critérios próprios de análise, que permitissem uma catalogação concisa, sem deixar de contemplar todos os aspectos intrínsecos a esses elementos. Assim, temos como resultado final da ficha as categorias descritas abaixo.

- Iniciamos a ficha com a *descrição* do elemento em análise;

Quanto ao **posicionamento**, definimos as categorias:

- *disposição das letras*, com as classificações “curvilínea”, “linear” ou “perspectiva”, e “horizontal”, “vertical” ou “diagonal”;
- *alinhamento*, podendo ser classificado como “esquerdo”, “centralizado”, “direito”, “justificado” ou “livre”. Nos casos em que havia quebra de linhas, nas informações do elemento, a classificação era feita de acordo com o alinhamento do texto em análise. Nos casos em que o elemento era analisado individualmente – como palavras soltas ou frases em uma única linha –, estabelecemos que o alinhamento fosse medido em comparação aos outros elementos presentes no letreiro;

Quanto à **construção** dos elementos, definimos as categorias:

- *nível técnico* da elaboração do elemento, em que se mediu o grau de habilidade com que o elemento foi desenhado, podendo classificá-lo como *amador*, caso o elemento apresentar irregularidades de traçado, ou *profissional* se apresentar forma gráfica elaborada e uniforme;
- *classificação* quanto aos seus atributos formais, na qual utilizamos oito das nove classificações definidas por Finizola (2010) – *quadradas, serifadas, cursivas, gordas, grotescas, caligráficas, fantasia, expressivas*.

Numa adaptação da versão de Finizola (2010) para a *classificação dos atributos formais dos elementos*, sugerimos a exclusão da categoria *amadoras* – já presente na catalogação de *nível técnico* –; e a inclusão de uma nova classificação para catalogar os elementos que apresentavam trocadilhos verbo-visuais, com a inserção de elementos pictóricos no lugar de letras. Assim, nossa *classificação* final segue ilustrada a seguir (fig. 53):



Figura 53: Exemplos de fontes que correspondem aos atributos formais considerados na catalogação. Da esquerda para direita temos as fontes: Larabie Font, IFC Rail Road, Brush Script MT, Debussy, Consolas, Art Brush, Oliver, VCT Supermarket Sale, mistura entre a Debussy e a KR Heartadilicius.

Com as adaptações sugeridas, os letreiramentos *amadores*, deixaram de ser um grupo de classificação tipográfico, passando a serem classificados também de acordo com os atributos e referências formais identificados. Além disso, a classificação dos elementos passou a ser *uniforme* ou *mista*, a depender da mistura de estilos presentes em uma única palavra.

- *base construtiva*, classificada como *tipográfica*, *cursiva* e/ou *letramento*, podendo ser marcada como *uniforme* ou *mista*, quando apresentava mais de uma base, marcando-se mais de uma opção simultaneamente;
- *estilo* tipográfico, podendo ser *romano*, *itálico* ou *misto*;
- *linhas*, como *contínuas* ou *descontínuas*;
- *caixa*, com as opções *caixa-alta*, *caixa-baixa*, *caixa alta* e *baixa* e *versal* e *versaleta*, com as opções de marcação *mescladas numa mesma palavra*, *uniformes numa mesma palavra*;
- *tamanho das letras*, como *iguais* ou *diferentes*;

Quanto à **forma** das letras, definimos as categorias:

- *peso*, como *light*, *regular*, *bold* e/ou *extrabold*. Nesse caso, mais de uma opção poderia ser marcada simultaneamente, se o elemento em análise obtivesse duas ou mais palavras com pesos diferentes. Para as palavras de construção irregular, nas quais alguns caracteres pareciam pertencer a diferentes categorias, foi estabelecido o critério da *predominância formal*, assinalando-se apenas a opção mais marcante;
- *proporção*, na qual o elemento poderia ser classificado como *condensado*, *normal* e/ou *expandido*. Como as opções poderiam ser marcadas simultaneamente, foram instituídos aqui os mesmos critérios classificatórios aplicados no *Peso*;
- *contraste entre as hastes*, com as opções *nenhum*, *pequeno*, *alto* ou *exagerado*;
- *transição entre espessuras das hastes* (fig. 54), com as opções *nenhuma*, *gradual*, *abrupta* ou *instantânea*;



Figura 54: Exemplos de transição entre as espessuras das hastes. Da esquerda para direita temos nenhuma, gradual, abrupta e instantânea.

- *conexões entre letras*, marcadas apenas com *não* ou *sim*.
- *terminais sem serifa*, classificados como *retos*, *arredondados*, *inclinados*, *irregulares*, *toscanas*, *caligráficas* e/ou *outra* (fig. 55).



Figura 55: Exemplos de terminais sem serifa. Da esquerda para direita temos terminais retos, arredondados, inclinados, irregulares, toscanas e caligráficas.

- *terminais com serifa*, classificados como *curva*, *quadrada*, *toscana*, *triangular*, *arredondada*, *proto-serifa* e/ou *outra* (fig. 56).



Figura 56: Exemplos de terminais com serifa. Da esquerda para direita temos curva, quadrada, toscana, triangular, arredondada e proto-serifa

- *presença de terminais e remates específicos*, assinalado com *não* ou *sim*. Nos casos em que havia qualquer incidência que contemplasse essa categoria, as opções de classificação eram assinaladas, de acordo com as opções *lágrima*, *bola*, *pincelada*, *unilateral*, *serifa inclinada*, *diagonal*, *fraturado*, *quadrado*, *diamante* e/ou *decorado*; Nesse caso, o critério de *predominância formal* não foi adotado (fig. 57).

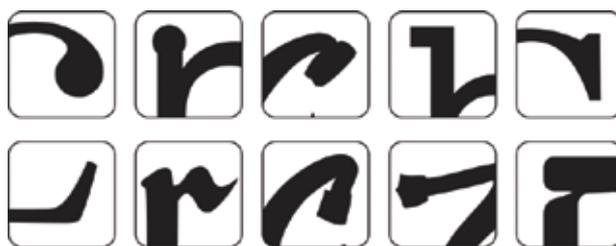


Figura 57: Exemplos de terminais e remates específicos. Da esquerda para direita temos lágrima, bola, pincelada, unilateral, serifa inclinada, diagonal, fraturado, quadrado, diamante e decorado.

As três categorias que abarcam as os tipos de terminais e remates tipográficos foram extraídas do trabalho de Finizola (2010) e utilizadas nessa pesquisa com algumas adaptações.

Quanto à **decoração** dos elementos, definimos as categorias:

- *linhas*, podendo ser classificada como nenhuma, contorno, *linha interna e/ou linha externa* (fig. 58);



Fig.ura 58: Exemplos de linhas. Da esquerda para direita temos sem linha, contorno, linha interna e linha externa.

- *sombra*, que poderia ser classificada quanto aos níveis do sombreado como *nenhuma, simples, dupla e/ou tripla*; e quanto ao estilo das sombras, como *sombra projetada, sombra deslocada ou sombra parcial* (fig. 59);



Figura 59: Exemplos de sombras simples. Da esquerda para direita temos sombra projetada, sombra deslocada e sombra parcial.

- *ornamentação*, com as opções de classificação *nenhuma, preenchimento sobreposto, hachura, ornamento interno, haste dupla, sublinhado e/ou outro* (fig. 60).



Figura 60: Exemplos de ornamentação. Da esquerda para direita temos preenchimento sobreposto, hachura, ornamento interno, haste dupla e sublinhado.

Quanto à **cor** dos elementos, definimos que a análise deveria ser tanto quanto ao plano de fundo, quanto ao próprio elemento. Assim, temos as categorias:

- *cor de fundo*, podendo ser classificada como *sem pintura, chapado ou degrade*, com as opções de cor *branco, cinza, preto, amarelo, verde, azul, roxo, rosa, vermelho, laranja, marrom e/ou bege*;
- *cor do elemento*, podendo ser classificada como *outline, chapado ou degrade*, com as opções de cor *branco, cinza, preto, amarelo, verde, azul, roxo, rosa, vermelho, laranja, marrom e/ou bege*.

A marcação do item *degradê* indica uso de sombras, tipo de traçado e combinação de cores que passam a ideia de transição/mistura cromática. Nesse sentido, duas ou mais opções podem ser marcadas simultaneamente se o elemento apresentar partes com preenchimento *dregadê*, *chapado* e/ou *outline*.

## Etapa 6 | Composição da ficha catalográfica dos *elementos pictóricos*

A sexta etapa teve por objetivo elaborar a ficha de catalogação que serviu como instrumento para análise morfológica dos 72 elementos pictóricos selecionados. Para essa ficha, treze categorias foram definidas para permitir a classificação desses elementos quanto seu *enquadramento* no letreiro, seu *estilo*, seu tipo de *representação* gráfica, entre outros.

Assim como aconteceu durante a elaboração da ficha de análise verbal buscamos, nos trabalhos publicados na área do Design, referências e modelos que pudessem nos guiar na definição do nosso modelo de análise pictórica e encontramos, no modelo desenvolvido por Aragão *et al* (2008), uma grande fonte.

Os autores (ARAGÃO *et al*, 2008) embasaram seu modelo de análise, também nesse caso, no modelo desenvolvido por Valadares (2007), no que diz respeito às categorias de análise plástica dos elementos, descartando, no entanto, as categorias direcionadas à análise dos seus significados. Além de Valadares (2007), Aragão *et al* (2008) incluíram, na ficha catalográfica, três *ingredientes da linguagem pictórica*, extraídos do modelo de análise sugerido por Ashwin (1979), para investigar os ingredientes que distinguem os estilos gráficos em ilustrações.

Para o autor (ASHWIN, 1979) é possível obter informações coesas sobre o estilo pictográfico de um desenho se houver uma interação entre sete variáveis propostas por ele (ASHWIN, 1979, p.57). São elas: consistência, gama, enquadramento, posicionamento, proximidade, cinética e naturalismo, sendo que cada uma dessas variáveis possui dois polos opostos para classificação.

No nosso modelo, ao inserir os sete *ingredientes da linguagem pictórica* de Ashwin (1979), instituímos entre cada polo, de acordo com Coutinho (2008), cinco níveis de classificação (-2, -1, 0, 1, 2). Dessa forma, foi possível avaliar o grau de adequação dos elementos, em relação aos polos, sendo que os valores “-2” e “2” indicavam o nível máximo de cada extremo, e o valor “0” indicava que o elemento era neutro em relação aos polos.

A definição de parâmetros de seleção para os elementos pictóricos teve como critério principal o grau de independência gráfica e de posicionamento em relação aos outros elementos do letreiro. Nesse sentido, em letreiros cujos elementos pictóricos presentes partilhavam da mesma configuração gráfica e se inter-relacionavam no espaço em que ocupavam, era considerado o conjunto para análise. No entanto, em letreiros cujos elementos pictóricos encontravam-se dispersos no espaço do suporte e/ou não partilhavam dos mesmos atributos gráficos, considerava-se cada elemento individualmente para análise. Assim, para análise pictórica foram instituídas as categorias descritas a seguir.

Com relação aos dados gerais de **representação** temos:

- *descrição*, em que o elemento era descrito quanto sua forma;
- *enquadramento*, que permitia a classificação do elemento segundo os planos usados no cinema, como *paisagem* (nos casos em que o elemento configurava um cenário amplo, como uma cidade ou uma fazenda), *ambiente* (nos casos em que o elemento configurava um cenário restrito, como uma mesa de jantar ou uma biblioteca), *corpo* (nos casos em que o elemento se apresentava na totalidade da sua forma), *americano* (nos casos em que o elemento configurava cerca de ½ da sua forma total), ou *close* (nos casos em que o elemento configurava um detalhe da sua forma total);
- *ângulo*, que indicou se o desenho foi representado com vista *superior*, *inferior*, *esquerdo*, *direito* ou *frontal*.

Com relação aos **ingredientes da linguagem pictórica** temos:

- *gama*, referente ao nível de detalhes do elemento, com os polos *restrito* e *expandido*;
- *consistência*, referente às técnicas de produção utilizadas na elaboração do elemento, com os polos *homogêneo* e *heterogêneo*;
- *enquadramento*, referente à inter-relação espacial do elemento em análise com os outros elementos do artefato, com os polos *disjuntivo* e *conjuntivo*;
- *posicionamento*, referente à disposição espacial do elemento no suporte, sugerindo uma ideia de ordem ou casualidade, com os polos *simétrico* e *casual*;
- *proximidade*, referente ao à visão do observador com relação à representação do elemento, com os polos *próximo* e *distante*;
- *cinética*, referente à ideia de movimento empregada ao elemento, com os polos *estático* e *dinâmico*;
- *naturalismo*, referente ao grau de naturalismo do elemento, e sua correspondência ao mundo real. Nesse tipo de análise, são consideradas as regras de geografia, luz,

sombra e forma, por exemplo, possibilitando a classificação do elemento entre os polos *naturalista* e *não-naturalista*.

Com relação ao **estilo de representação gráfica**, temos:

- *base* do desenho, que o classifica quanto sua construção, indicando se apresenta *preenchimento* da forma ou apenas possui o traçado em *outline*. Nos casos em que o elemento pictórico era preenchido, mas também apresentava contorno da forma, o critério de classificação adotado foi o da *predominância formal*, em que, geralmente, o preenchimento é sua configuração mais marcante;
- *representação*, indicando se a configuração do elemento passa a ideia de *bidimensionalidade* (*preenchimentos chapado*) ou de tridimensionalidade (aplicação de sombras, traçado em perspectiva, etc).

Quanto à **cor** dos elementos, definimos que a análise deveria ser tanto quanto ao plano de fundo, quanto ao próprio elemento. Assim, temos as categorias:

- *cor de fundo*, podendo ser classificado como *sem pintura*, *chapado* ou *degrade*, com as opções de cor *branco*, *cinza*, *preto*, *amarelo*, *verde*, *azul*, *roxo*, *rosa*, *vermelho*, *laranja*, *marrom* e/ou *bege*;
- *cor do elemento*, podendo ser classificado como *outline*, *chapado* ou *degrade*, com as opções de cor *branco*, *cinza*, *preto*, *amarelo*, *verde*, *azul*, *roxo*, *rosa*, *vermelho*, *laranja*, *marrom* e/ou *bege*.

Com relação às categorias relativas às cores, os mesmos critérios de classificação adotados para os elementos verbais foram adotados para os elementos pictóricos: a marcação do item *degradê* indica uso de sombras, tipo de traçado e combinação de cores que passam a ideia de transição/mistura cromática. Assim, duas ou mais opções podem ser marcadas simultaneamente se o elemento apresentar partes com preenchimento *degradê*, *chapado* e/ou *outline*.

Com a finalização das etapas de elaboração das fichas, passamos à segunda fase da pesquisa, referente à construção da ferramenta utilizada para análise e geração de dados e a efetiva catalogação dos letreiros selecionados, segundo os parâmetros já definidos.

## Etapa 7 | Desenvolvimento da ferramenta de catalogação virtual

Após o fechamento das etapas anteriores, nas quais os letreiros populares foram selecionados e as fichas da catalogação definidas, chegou o momento de desenvolvermos a ferramenta para a catalogação e a análise do *corpus* da pesquisa.

Inicialmente, definimos o *propósito* do sistema, a nossa *meta* e o *conteúdo* que seria exposto:

- propósito: possibilitar a catalogação do corpus da pesquisa, de forma prática e segura;
- meta: gerar um banco de dados virtual e transparente, no qual todos os dados catalogados e imagens da pesquisa ficassem abertos à visualização do público;
- conteúdo: imagens dos letreiros populares, fichas de catalogação e dados da análise.

Para a concepção dessa ferramenta, utilizamos como base e referência principal o modelo desenvolvido por Aragão *et al* (2008), utilizado na análise das imagens comerciais da Oficina Guaianases de Gravura num trabalho já mencionado anteriormente.

O sistema foi concebido inicialmente de maneira simples, como um formulário virtual, no qual todas as fichas foram agrupadas e dispostas em uma única página, sem possibilidade de visualização da imagem catalogada (ARAGÃO *et al*, 2008, p. 326). Não obstante, após a revisão do layout, na fase seguinte do projeto, seu resultado final funcionou como um site o qual era alimentado *online*, pelos pesquisadores, de forma independente. Além disso, era possível a catalogação dos rótulos com a visualização de duas imagens distintas, associadas ao mesmo artefato: na página com a ficha de catalogação da matriz litográfica visualizava-se a imagem com a impressão em P&B da matriz do rótulo; e nas páginas de catalogação dos elementos gráficos – verbais, pictóricos e esquemáticos – visualizava-se a imagem colorida do próprio rótulo. (HENNES & BARRETO CAMPELLO, 2008 e RAMOS & BARRETO CAMPELLO, 2008)

Outro aspecto interessante foi o fato de esse sistema permitir o armazenamento dos dados catalogados num servidor da *web*, tornando o trabalho mais seguro, já que não estava atrelado a uma máquina específica, e, portanto, a salvo de vírus e possíveis problemas técnicos de *softwares* ou *hardwares*. O armazenamento dos dados na *web* também possibilitava que os resultados das análises pudessem ser dispostos em gráficos gerados pelo próprio sistema (RAMOS & BARRETO CAMPELLO, 2008).

Assim, apesar de ter sido elaborado para análise de artefatos de outra natureza, vimos no sistema de Aragão *et al* (2008) uma ferramenta valiosa, com possibilidades de adequação à nossa pesquisa.

Nesse sentido, definimos alguns parâmetros que julgamos indispensáveis na composição do nosso sistema. Tais parâmetros serviram para criar uma espécie de *mapa de planejamento* da ferramenta, norteando a elaboração do layout, e indicando os preceitos de usabilidade e de navegação necessários para a criação do site. Foram eles:

- possibilidade de efetuar os cadastramentos e análises a partir de qualquer computador, por meio da internet;
- possibilidade de análise de cada letreiro e seus elementos individualmente, seguindo os modelos de fichas elaborados nas etapas anteriores;
- associação das imagens e suas partes às suas respectivas análises, com possibilidade de visualização das mesmas no momento da catalogação;
- armazenamento dos dados catalogados num banco virtual;
- possibilidade de geração de gráficos dinâmicos (que se atualizam na medida em que os dados são alterados), com os resultados numéricos de cada categoria das fichas de análise;
- possibilidade de acesso a visitantes, sem que estes possam modificar os dados catalogados pela pesquisadora;
- possibilidade de visualização das imagens principais (associadas às fichas de dados gerais e análise semântica), sem que seja necessário o acesso à suas fichas individualmente;
- criação de um layout rico graficamente, com referências estéticas vernaculares (correspondentes ao corpus da pesquisa).

Após a definição desses parâmetros iniciamos a etapa de elaboração do *design do site*, com a criação dos layouts para a página da *home* (página de abertura do site) e para as páginas das análises, observando critérios estéticos e de usabilidade do site.

Para o desenvolvimento do sistema, sua hospedagem e funcionalidade online, contratamos um serviço de hospedagem de sites e geramos um domínio próprio da web (*letreiros-populares.com*), além de contarmos com a participação de um cientista da computação<sup>9</sup> e um estudante de análise e desenvolvimento de sistemas<sup>10</sup>. O primeiro foi responsável pelo

---

<sup>9</sup> Pedro Cesar Loureiro.

<sup>10</sup> Felipe Lúcio Souza.

trabalho de programação das páginas do site, adequando-as ao *layout* criado, e sugerindo artifícios que pudessem melhorar sua usabilidade. Além disso, encarregou-se de moldar o sistema para que a pesquisadora pudesse alimentá-lo, realizando o *upload* das imagens e as catalogações, de forma independente. O segundo foi responsável pela codificação dos gráficos de geração automática, associados dinamicamente aos resultados das análises.

Como resultado final, criamos um *banner* fixo, visualizado em todas as páginas do site, além de botões e legendas que trazem referências gráficas da estética vernacular. Na página de abertura, os letreiros catalogados são representados por um detalhe da sua imagem total, que chamaremos de *miniaturas da imagem*<sup>11</sup>, dispostas em quatro fileiras e dez colunas, criando uma mancha gráfica interessante. Abaixo de cada miniatura, aparecem ícones com “X”, que indicam a existência de elementos verbais e/ou pictóricos no letreiro, além do ícone “play”, que ao ser clicado, inicia uma apresentação tipo *slideshow*, dos letreiros cadastrados na página.

Abaixo do *banner*, no lado direito do site, foi inserido um *box de buscas*, que possibilita a busca dos letreiros pelo seu título ou pelo código da imagem catalogada (figs. 61 e 62).

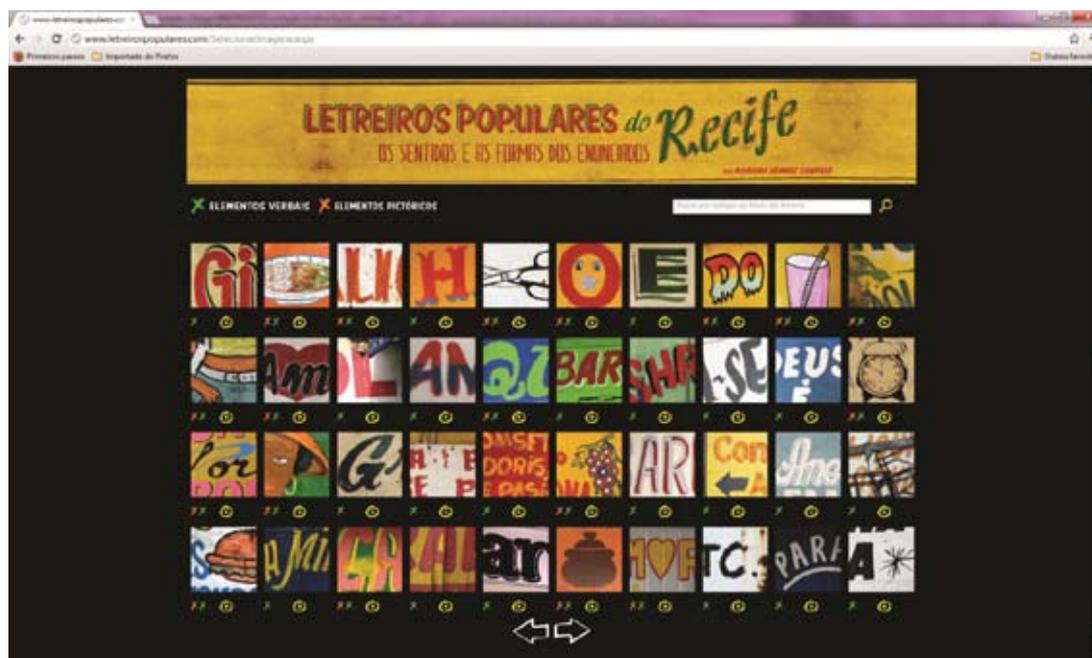


Figura 61: Layout final da tela de abertura do site.

<sup>11</sup> Configuração similar, com uso de miniaturas na página de abertura, foi aplicada na fase de testes do sistema de catalogação online de Aragão *et al* (2008), no entanto não foi mantida na versão final. Não encontramos registros dessa fase da pesquisa.



Além das imagens gerais, (em que cada letreiro aparecem a uma certa distância do observador, englobando sua imagem como um todo), e das *miniaturas* (para a página inicial do site), foram associadas imagens individuais para cada letreiro, contendo um “close” dos elementos gráficos verbais e pictóricos presentes. Tal artifício foi utilizado para que cada elemento fosse extraído da imagem geral e visto, separadamente, com maior clareza de detalhes durante a análise (figs. 63 e 64).

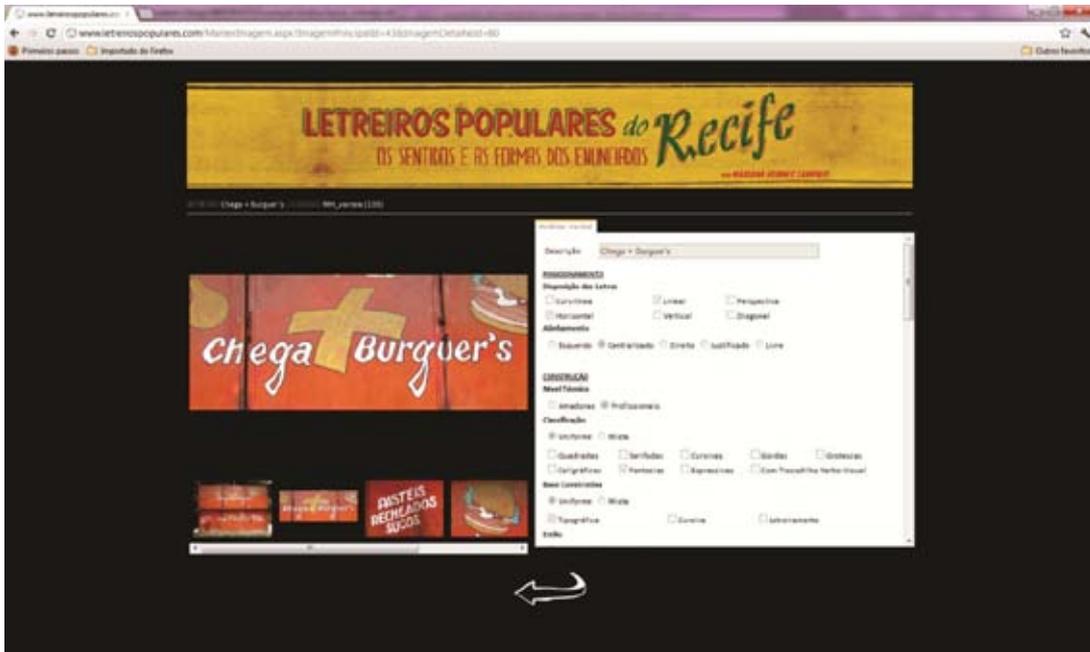


Figura 63: Tela de análise do elemento verbal “Chega + Burger’s”, do letreiro de código MH\_varzea (133).



Figura 64: Tela de análise do elemento pictórico “hambúrguer”, do letreiro de código MH\_varzea (133).

Após a fase de catalogação dos letreiros e a realização dos ajustes finais do sistema foram gerados os gráficos de cada categoria das quatro fichas criadas, apresentando um panorama morfológico e semântico do corpus da pesquisa. O site pode ser acessado através do endereço [www.letreirospopulares.com/selecionarimagens.aspx](http://www.letreirospopulares.com/selecionarimagens.aspx), onde visitantes têm acesso às imagens e suas respectivas fichas de análise preenchidas na íntegra.

Os resultados obtidos serão analisados e discutidos no Capítulo 04.

## CAPÍTULO 4 | ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados e comentados os resultados obtidos a partir das catalogações e análises dos letreiros, seguindo a ordem das fichas de *dados gerais*, da *análise semântica*, dos *elementos verbais* e dos *elementos pictóricos*. Para cada categoria de ficha foi gerado um gráfico que contém os **dados numéricos** correspondentes a ocorrência dos registros catalogados.

Assim, nos gráficos das categorias de múltiplas escolhas – nos quais a soma das ocorrências registradas supera o número de imagens catalogadas na análise – os dados foram observados de acordo com a frequência das incidências na amostra. Nesse tipo de análise, consideramos a ocorrência total de cada gráfico, observando-se o conjunto das variáveis e relacionando-as umas com as outras.

### 4.1 Resultados da ficha de *Dados Gerais*

Como vimos na metodologia, a ficha de **dados gerais** contém as informações gerais sobre a fotografia cadastrada e o letreiro referente a ela. Além de identificarmos a o local de origem e autoria das fotografias, conforme já apresentado nos gráficos 1 e 2, catalogamos a categoria da informação ao qual o letreiro pertence, o nível técnico do letrista que confeccionou o artefato, o suporte em que o letreiro está disposto e o meio em que foi confeccionado/composto.

Quanto à CATEGORIA DA INFORMAÇÃO (*gráf. 03*), 63% (n=72) da nossa amostra foi composta por letreiros de *estabelecimentos comerciais* – como lanchonetes, bares, fiteiros, carrocerias de comércio ambulante, etc –; 30% (n=35) de *prestação de serviços* – como serviços de restauração e consertos, amoladores de facas, tesouras e alicates, salões de beleza, etc –; 4% (n=05) foram letreiros *informativos* – como avisos e recomendações aos clientes (*fig. 65*) –; e 3% (n=03) não se encaixaram em nenhuma dessas opções (*fig. 66*).

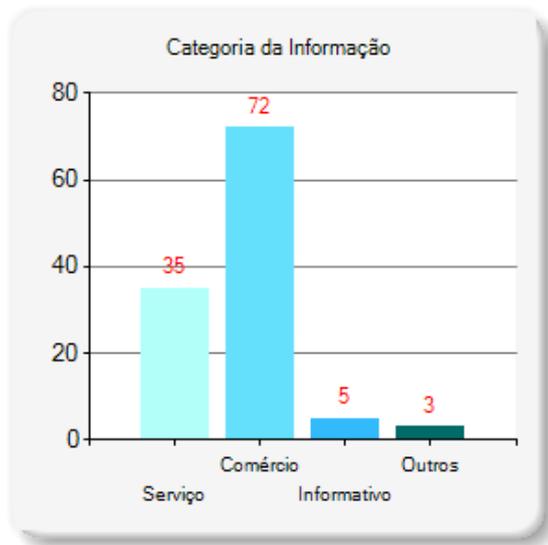


Gráfico 03: Número de ocorrências na categoria da informação.



Figuras 65 e 66: Letreiros “Proibido entrar montado na bicicleta” e “Deus é fiel”, exemplos das categorias “informativo” e “outros”, respectivamente. Fotos de Mariana Hennes.

Um caso interessante dessa categoria foi o do letreiro *Artesanato Irmão Oliveira* (fig. 81, p. 110), que ao contrário do que o título indica, trata-se de um estabelecimento que presta serviços de restaurações e consertos de eletrodomésticos e, portanto, foi classificado como *serviço*.

No que diz respeito ao NÍVEL TÉCNICO (gráf. 04) dos letristas que confeccionaram os artefatos catalogados, os resultados indicam que 73% (n=85) do *corpus* da nossa pesquisa foi de autoria de *letristas especialistas* (fig. 67) e, portanto, bem elaborados graficamente; 13% (n=15) feito por *não especialistas* (fig. 68), em que claramente podia-se observar traços gráficos e composição de texto irregulares; e 13% (n=15) dos letreiros não foi identificado (fig. 69), por apresentarem características gráficas ambíguas.



Gráfico 04: Número de ocorrências no nível técnico.



Figuras 67, 68 e 69: Letreiros “Frutas Tropicais”, “Pronto-Socorro dos Calçados” e “Carlos Bar”, exemplos e letreiros confeccionados por um especialista, um não especialista e por alguém com nível técnico não identificado, respectivamente. Fotos de Mariana Hennes.

Quanto ao SUPORTE em que os artefatos estão dispostos (gráf. 05), os dados indicam que 38% (n=44) dos letreiros foi confeccionado em suportes *anexos* aos estabelecimentos, ou seja, em placas, *banners*, faixas, etc; 41% (n=47) foi confeccionado na própria *fachada* dos estabelecimentos; 9% (n=11) foram compostos em *artefatos móveis*, tais como em carrocerias de comércio ambulante; 10% (n=12) foi pintado em *muros* e 2% (n=02) não se encaixa em nenhuma dessas opções, como o é o caso do letreiro *Self-serv sem balança* (fig. 70), pintado no suporte de madeira em que está a televisão do restaurante, e o letreiro *Mano* (fig. 71), pintado no portão da oficina mecânica, podendo ser visto apenas se este estiver fechado.

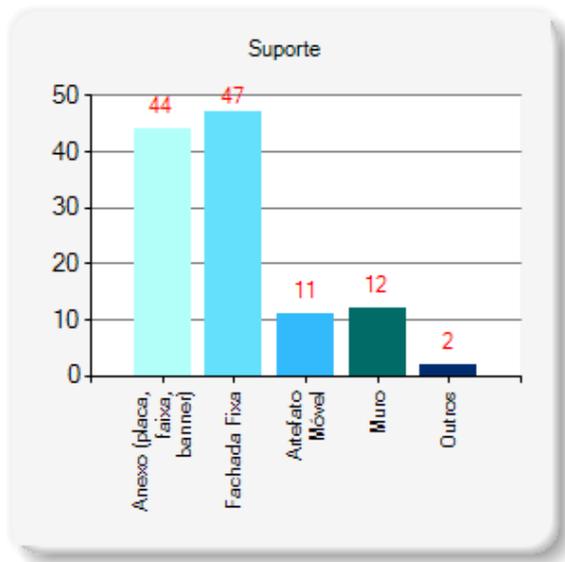


Gráfico 05: Número de ocorrências no suporte.



Figuras 70 e 71: Letreiros “Self-Serv sem Balança” e “Mano”, exemplos e letreiros catalogados nas categorias “outros” de suporte. Fotos de Mariana Hennes e Túlio Couceiro/Amanda Godoy.

Com relação ao meio de CONFECÇÃO E COMPOSIÇÃO DO LETREIRO, o gráfico 06 demonstra que alguns artefatos apresentam composição mista, onde mais de uma técnica é usada. De acordo com os dados obtidos, quase todos os letreiros – 93% (n=112) da amostra –, têm traços de *pintura manual livre*; em 3% (n=04) dos letreiros identificamos o uso da técnica do *stencil*; e em 4% (n=05) dos letreiros observou-se a composição com *colagens* de materiais diversos, que vão desde papéis à objetos, como Cds (figs. 72, 73 e 74).

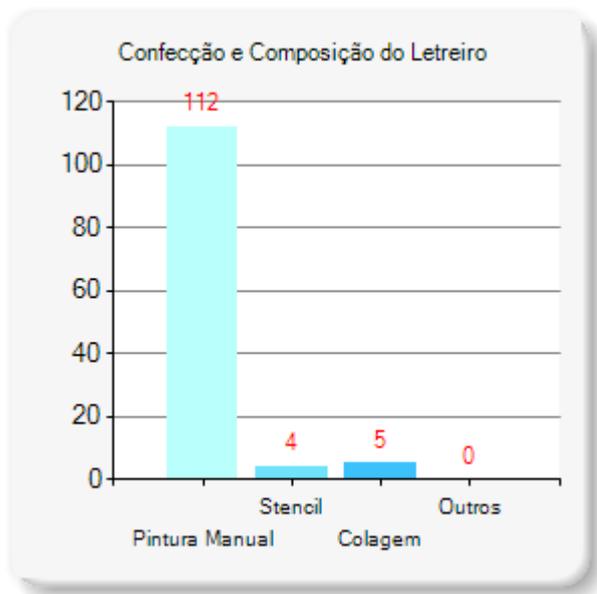


Gráfico 06: Número de ocorrências na confecção e na composição do letreiro.



Figura 72: Letreiro “Aqua Peixe”, exemplo de composição mista, na qual identificamos o uso de stencil para pintura do elemento verbal e o uso de colagem (peixes de papel). Foto de Mariana Hennes.



Figura 73: Letreiro “Bar do meu querido”, exemplo de composição mista, em que identificamos pintura manual do elemento verbal e uso de colagem (olhos e estrelas de papel). Foto de Mariana Hennes.



Fig. 74: Letreiro “Temos caipirinha”, exemplo de composição mista, em que identificamos pintura manual da palavra “temos”, e uso de colagem para composição da palavra “caipirinha” e do copo com gelo e canudo, feitos com caixas de pasta de dentes. Foto de Mariana Hennes.

## 4.2 Resultados da ficha de *Análise Semântica*

Na **análise semântica** os resultados obtidos revelaram um panorama geral das referências semânticas e de sentido expressas nos letreiros populares, além de aspectos relacionados à ortografia e à gramática dos componentes verbais desses artefatos.

A primeira categoria dessa ficha contemplou a identificação do uso de **METÁFORAS** nos letreiros. Os resultados sugerem que esse tipo de figura de linguagem foi aplicado em cerca de 10% (n=11) dos letreiros catalogados (gráf. 07), sempre com a intenção de agregar algum valor ao estabelecimento ou produto comercializado.



Gráfico 07: Número de ocorrências na presença de referências metafóricas.

Três casos interessantes foram os dos letreiros *Coco Alto Astral*, *Barraca da Mídia* e *Lanchonete Parada Certa* (fig. 75). O primeiro exemplo atribui o adjetivo “alto astral” ao produto comercializado, dando a entender que quem consome o coco lá vendido eleva seu astral ou que se trata de um estabelecimento onde trabalham pessoas alegres, de alto astral. O segundo exemplo utiliza a expressão “da mídia”, para indicar que sua barraca está na moda, ou em evidência. O terceiro exemplo, através da expressão “parada certa”, faz alusão à parada de ônibus, localizada próxima à barraca, indicando que a lanchonete é o lugar certo para quem quer parar na rua para lanchar.



Figura 75: Letreiros “Coco Alto Astral”, “Barraca da Mídia” e “Lanchonete Parada Certa”, exemplos de uso de metáforas no nome do estabelecimento. Fotos de Mariana Hennes.

Além das referências metafóricas, foram catalogadas outras manifestações que, associadas aos letreiros, empregavam VALORES que podiam ser de referência *religiosa*, *moralista*, *humorística*, *estética*, *política*, *artística* e *outras*. Como resultado da catalogação, verificamos que 17% (n=20) dos letreiros trazia algum tipo de mensagem valorativa – sem uso de metáforas – (gráf. 08), sendo que dessa amostra, 35% (n=08) era de cunho religioso, 17% (n=04) abordava aspectos da estética e da beleza, 4% (n=01) empregou referências políticas, 4% (n=01) empregou referências artísticas, e 39% (n=09) trazia outros tipos de referências, como *românticas* e de *exaltação da qualidade do produto/serviço*. Outro dado importante é que nenhum dos letreiros fez referência à *moral* ou ao *humor* (gráf. 09).

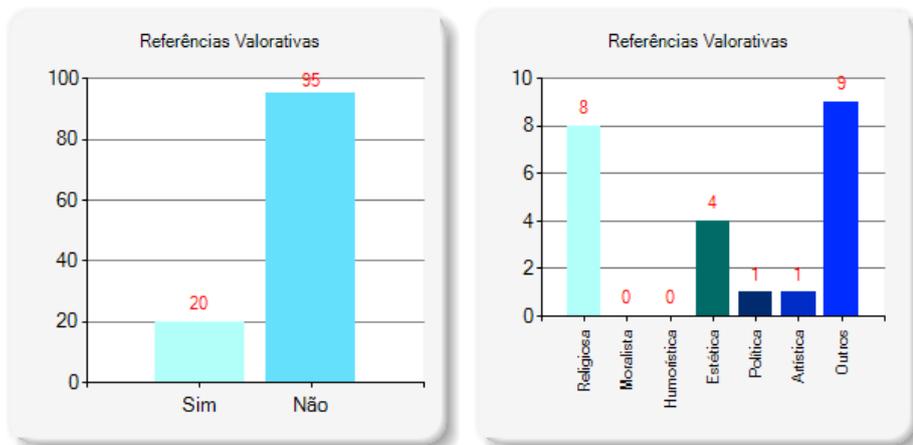


Gráfico 08 e 09: Número de ocorrências quanto a presença de referências valorativas e especificações das referências valorativas cadastradas

Como exemplos dessa categoria podemos citar o letreiro “Caldo de Cana do Shrek” (figs. 76 e 77), que contempla três *referências valorativas* diferentes: a primeira é religiosa, com a inscrição “Presente de Deus”; a segunda é artística, com a referência ao personagem do cinema americano “Shrek”; e a terceira é política, com a colagem do adesivo da campanha da presidente Dilma Rouseff.



Figuras 76 e 77: Imagens do letreiro “Caldo de Cana do Shrek”. Fotos de Mariana Hennes.

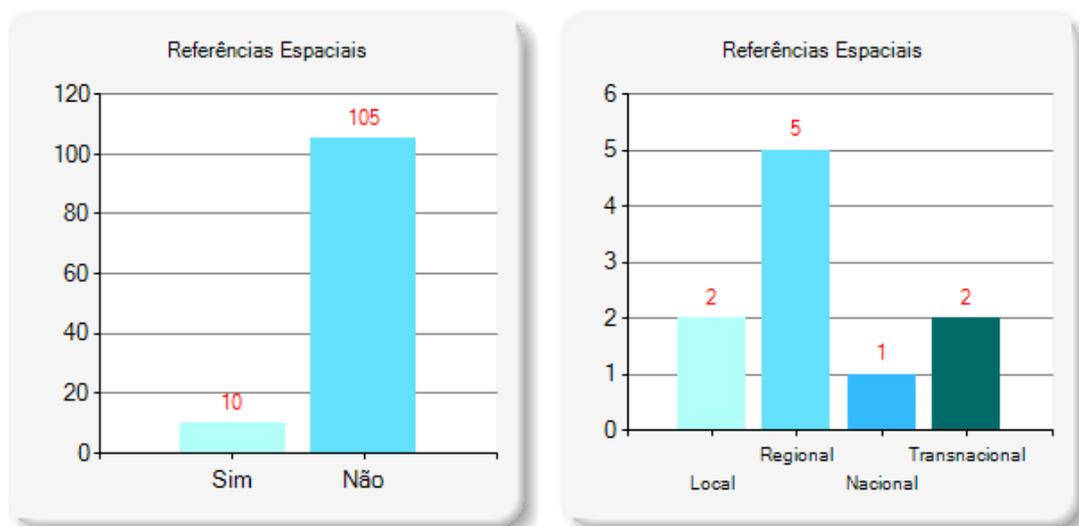
Como exemplo de REFERÊNCIA ESTÉTICA, na qual há menção à *beleza*, temos o letreiro do salão de beleza “Cris Bellus” (fig. 78), que além do próprio título conter a palavra “bellus”, traz a inscrição “para nós sua beleza é fundamental”.



Figura 78: Imagens do letreiro “Cris Bellus”. Fotos de Mariana Hennes.

Com relação às REFERÊNCIAS ESPACIAIS, verificamos que 9% (n=10) dos letreiros catalogados fazem menção a *locais, estados, regiões ou países* (gráfs. 10 e 11). De acordo com nossos dados, desse percentual, 20% (n=02) faz referência a locais específicos, como o caso do letreiro “Federal Livros” (fig. 79), cujo estabelecimento está próximo à Universidade Fe-

deral de Pernambuco; 50% (n=05) da amostra cita estados ou regiões brasileiras, como o caso do letreiro “Caldinho Nordestino” (fig. 80), 10% (n=01) faz referência ao nosso país Brasil, como o caso do letreiro “Movegil”, que usa o *slogan* “o melhor preço do Brasil”, e 20% (n=02) faz alusão a países ou regiões transnacionais, como o caso do letreiro “Frutas Tropicais”, no qual o adjetivo “tropicais” faz referência às regiões dos trópicos, que engloba tanto países do hemisfério norte quanto do sul.



Gráficos 10 e 11: Presença de referências espaciais e especificações das referências espaciais cadastradas.



Figuras 79 e 80: Letreiros “Federal Livros” e “Caldinho Nordestino”. Fotos de Mariana Hennes.

Um dos aspectos mais interessantes da catalogação de análise semântica foi em relação aos letreiros que apresentaram REFERÊNCIAS DE IDENTIFICAÇÃO DO PROPRIETÁRIO DOS ESTABELECIMENTOS OU ANUNCIANTES DOS SERVIÇOS PRESTADOS. Ao contrário das outras categorias expostas até agora, as incidências desse tipo de manifestação mostraram-se bastante recorrentes (gráf. 12): cerca de 30% (n=34) dos letreiros cadastrados apresentaram o nome ou apelido do proprietário no título. Nesse sentido, podemos citar alguns casos peculiares como “Oficina do Pirraia”, “Recanto da Morena”, “Gilmar Sapateiro”, “Cris Bellus”, “Depósito do Cloves”, “Bar do Edinho”, “Cantina do Pipoca” e “Bar do Meu

Querido” – este último refere-se ao dono do estabelecimento, que ficou conhecido como “meu querido” após abusar dessa expressão ao tratar com seus clientes. Outro caso peculiar foi o do “Caldo de Cana do Shrek”, em que o dono, além de ser fã do personagem “Shrek”, ganhou esse apelido por ter características físicas semelhantes às dele.

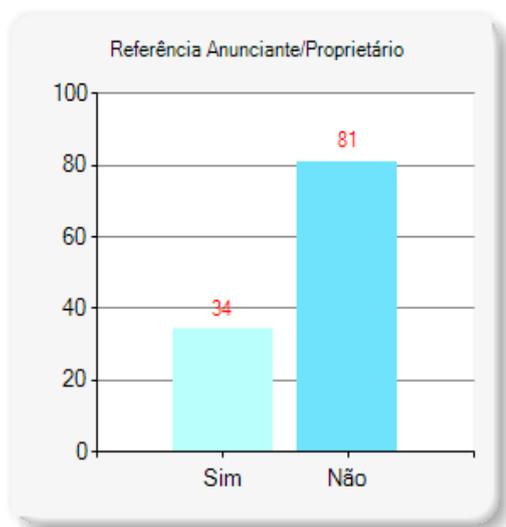


Gráfico 12: Número de ocorrências quanto a presença de referências aos anunciantes dos serviços ou proprietários dos estabelecimentos.

Com relação à incidência de REFERÊNCIAS LINGÜÍSTICAS ESPECÍFICAS, nossos dados apontam resultados positivos para 16% (n=18) dos letreiros catalogados (gráf. 13). Dessa amostra, identificamos casos de *regionalismos* em 16% (n=04) dos letreiros, *variedades linguísticas* em 08% (n=02), uso de *gírias* em 16% (n=04), *linguagens especializadas* em 12% (n=03) e expressões com base em *estrangeirismos* em 48% (n=12) dos registros, sendo este último o caso mais recorrente (gráf. 14).



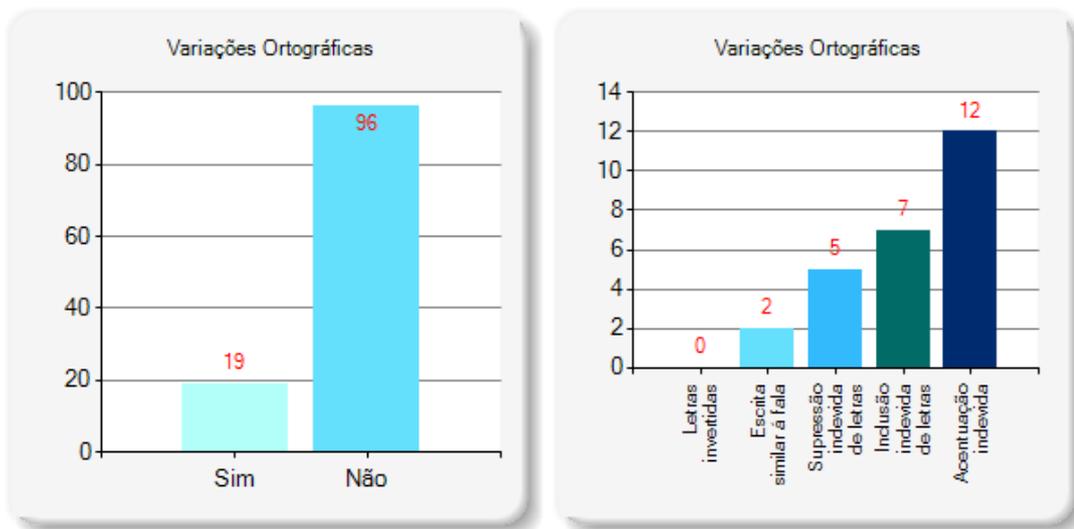
Gráficos 13 e 14: Número de ocorrências quanto à presença de referências linguísticas específicas e especificações dessas referências.

Ao analisarmos os gráficos observamos que algumas referências linguísticas específicas cadastradas foram compatíveis com mais de uma categoria. É o caso da expressão “pirraia” (do letreiro “Oficina do Pirraia”), que foi registrada tanto como uma *gíria local*, já que no linguajar popular recifense assume o significado de “cara que é amigos de todos”, “homem gente fina”; quanto como uma *variedade linguística*, por ser uma variação da palavra “pirralho”. Outro caso semelhante foi o da expressão “ureia” (registrada no letreiro “Caldo de Cana do Shrek”): trata-se de uma variedade linguística que tem origem na expressão regional “zureia” (orelha), conforme registrado no Dicionário de Pernambuquês de Bertrando Bernardeino, Editora Bagaço, 2002.

Como exemplo de *linguagens especializadas*, registramos ocorrências com as inscrições “prato comercial” para opções de almoço pré-definidos e a baixo custo, e vendas “em grosso” para indicar a comercialização do produto em grandes quantidades.

Quanto à ocorrência de *estrangeirismos*, estes apresentaram formas gráficas peculiares. É o caso da expressão *skina*, registrada nos letreiros “Dogão da Skina” e “Skina do Sabor”, que tem origem na palavra “esquina”, mas foi grafada de forma similar às palavras da língua inglesa como *skate*, *skin*, e *sky*. Ainda no letreiro “Dogão da Skina”, a palavra *dogão* também é uma *adaptação linguística* com base em um *estrangeirismo*, já que tem origem na palavra inglesa *hot-dog*.

Com relação à ANÁLISE ORTOGRÁFICA, verificamos a ocorrência de variações em 16% (n=19) dos letreiros catalogados (gráf. 15). Desse percentual, um resultado que nos surpreendeu foi a inexistência de *letras invertidas*, demonstrando que esse tipo de variação tem se tornado raro entre as manifestações vernaculares. Dos dados obtidos, tivemos 10% (n=02) de *palavras escritas de maneira similar à fala*, 26% (n=05) de palavras com *supressão indevida de letras*, 37% (n=07) de palavras com *inclusão indevida de letras*, e 63% (n=12) de palavras com *acentuação indevida* (gráf. 16).



Gráficos 15 e 16: Número de ocorrências quanto à presença de variações ortográficas e especificações dessas variações.

Dentre os letreiros que apresentaram algum tipo de VARIAÇÃO ORTOGRÁFICA, podemos apontar o letreiro *Artesanato Irmão Oliveira* (fig. 81) como um exemplo que reúne quase todas as variações indicadas, com exceção de letras invertidas e acentuação indevida. Como exemplos de *escrita similar à fala* identificamos as palavras *ventiladoris* e *ferre de passar*. No segundo exemplo também identificamos supressão indevida de letras, com a falta da letra “s” na palavra “passar”. Casos de inclusão indevida de letras foram identificados nas palavras *secardor de cabelo* e *bartedeira*, com inclusão da letra “r” nos dois exemplos. Tivemos ainda alguns casos em que a classificação deu-se em mais de uma categoria, como a ocorrência da palavra *comseta-se*, classificada como inclusão indevida de letras, por causa da letra “m”, e supressão indevida de letras, pela falta das letras “n” e “r”.



Figura 81: Letreiro “Artesanato Irmão Oliveira”. Foto de Mariana Hennes.

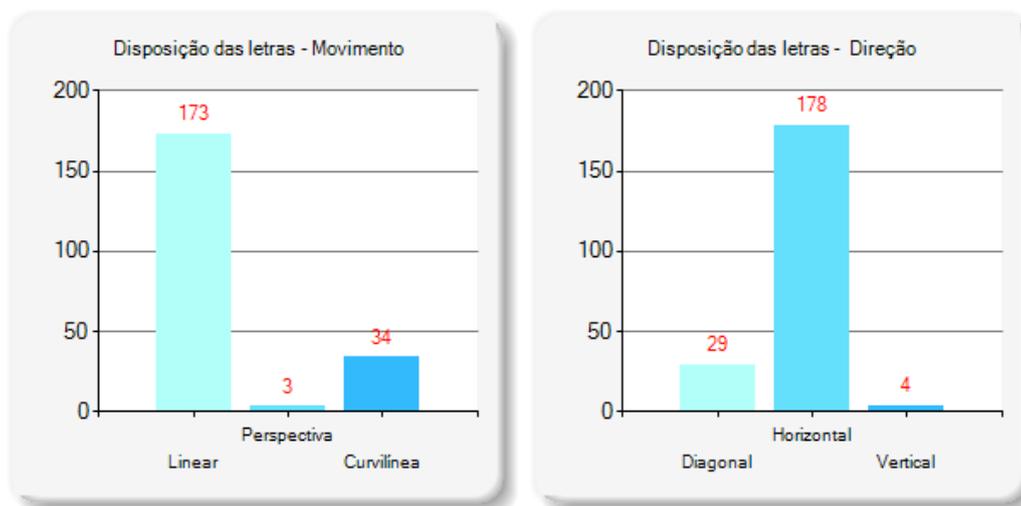
### 4.3 Resultados da ficha de *Análise Verbal*

A análise morfológica dos elementos verbais catalogados gerou os resultados mais detalhados e extensos da nossa pesquisa. Dos 115 artefatos cadastrados foram extraídas 200 imagens de elementos verbais, analisadas individualmente de acordo com vinte e três categorias que contemplaram aspectos de *posicionamento* no letreiro, *construção* estrutural, *forma*, componentes de *decoração* presentes, entre outros.

Na primeira parte da análise observamos o **POSICIONAMENTO** dos elementos no letreiro. Com relação à **DISPOSIÇÃO DAS LETRAS**, dois aspectos foram levados em consideração: o **movimento** (gráf. 17) e a **direção** (gráf. 18) dos caracteres.

Sobre o primeiro aspecto, verificamos que 82% (n=173) das ocorrências catalogadas possuem movimento *linear*, 17% (n=34) tem movimento *curvilíneo* e apenas 1% (n=03) apresenta movimento de *perspectiva*, no qual os caracteres vão mudando de tamanho gradativamente na palavra.

Com relação ao segundo aspecto, verificamos que 84% (n=178) do corpus catalogado apresenta direção *horizontal* das letras, 14% (n=29) apresenta direção *diagonal*, e apenas 2% (n=04) do corpus analisado tem direcionamento *vertical* das letras.



Gráficos 17 e 18: Número de ocorrências quanto à disposição das letras - movimento e direção dos caracteres.

Apesar das categorias apresentadas parecerem ter dados numericamente correspondentes, fazendo-nos crer que os movimentos de *perspectiva* são geralmente *verticais*, isso não ocorre. O que se pode observar é que os movimentos de *perspectiva* e os *curvilíneos* apare-

cem tanto na *horizontal* quanto na *diagonal*; e as letras dispostas na *vertical* apenas apresentaram disposição *linear* (figs. 82, 83, 84 e 85).



Figuras 82 a 85: Exemplos de disposição das letras. Da esquerda para direita temos as combinações “linear e horizontal”, “perspectiva e diagonal”, “curvilínea e horizontal” e “linear e vertical”. Fotos de Mariana Hennes.

Um aspecto interessante, de cunho qualitativo, observado com relação às incidências de palavras com *movimento curvilíneo*, é que estas geralmente aparecem em composição com palavras *lineares* e *horizontais* e têm a função de destacar o título do letreiro, indicando o tipo de estabelecimento ou o tipo de serviço prestado (figs. 86 a 89).



Figuras 86 a 89: Exemplos de palavras com movimento curvilíneo. Fotos de Mariana Hennes.

Ainda quanto ao **POSICIONAMENTO** dos elementos verbais, nossos dados demonstraram que o tipo de **ALINHAMENTO** mais comum nos letreiros populares é o *centralizado*, registrado em um pouco mais da metade das imagens catalogadas (52%, n=104). Em seguida, vem o tipo de alinhamento *livre* – que não segue nenhuma estrutura específica – registrado em 20% (n=41) da amostra; e o alinhamento à *esquerda*, registrado em 17% (n=34). Os tipos de alinhamento menos comuns são o *justificado*, observado em 8% (n=16) dos elementos catalogados e por último o alinhamento à *direita* registrado em apenas 2% (n=05) da amostra (gráf. 19 e figs. 90 a 94).

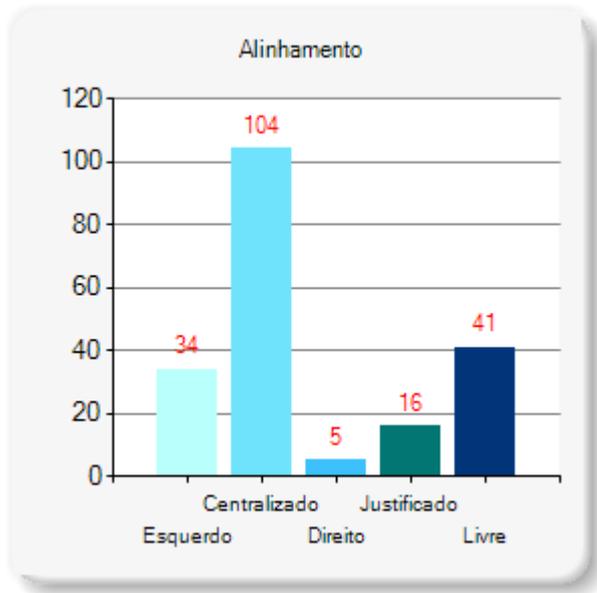


Gráfico 19: Número de ocorrências quanto ao alinhamento.



Figuras 90 a 94: Exemplos de alinhamento. Das figuras menores temos alinhamento à esquerda, centralizado, à direita e justificado. A figura maior é um exemplo de alinhamento livre. Fotos de Mariana Hennes.

Na segunda parte da análise, contemplamos o aspecto **CONSTRUTIVO** dos elementos. Quanto ao **NÍVEL TÉCNICO**, a maior parte da amostra catalogada, cerca de 76% (n=152), apresentou nível técnico *profissional*, com forma gráfica mais sofisticada e desenho bem elaborado; os 24% (n=48) restantes apresentaram nível técnico *amador*, com configuração gráfica pouco elaborada ou muito irregular (gráf. 20).



Gráfico 20: Número de ocorrências quanto ao nível técnico.

Quanto à classificação dos elementos de acordo com seus atributos tipográficos foi observado um total de 236 ocorrências – 36 a mais do que as imagens de elementos verbais catalogadas. Esse excedente indica que alguns elementos verbais (dispostos numa única imagem) apresentam mais de um tipo de classificação em uma mesma palavra (palavras de classificação mista) ou a imagem catalogada apresenta vários elementos verbais com estilos tipográficos diversos. Em ambos os casos mais de uma opção de classificação foi selecionada simultaneamente para uma só imagem.

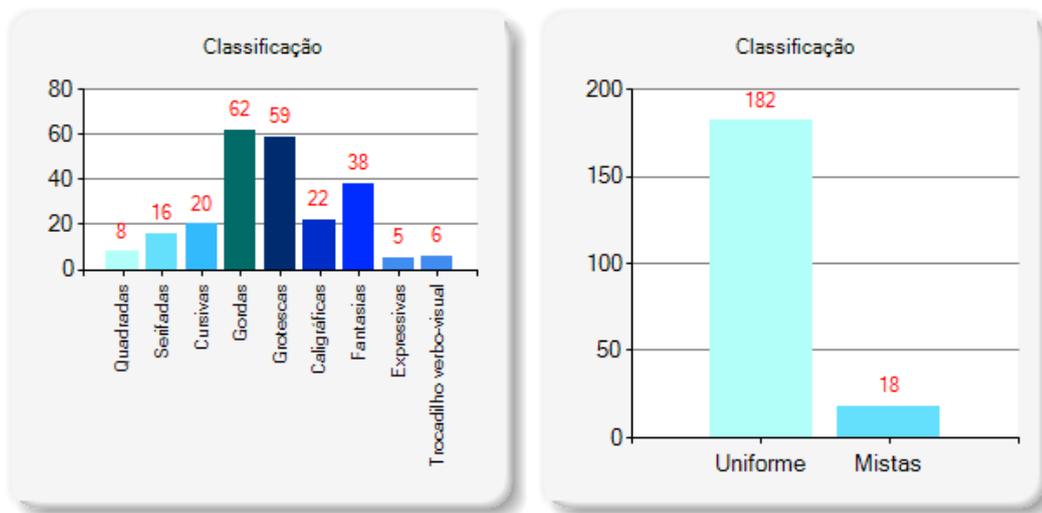
Portanto, OS TIPOS DE LETRAS (gráf. 21) que apareceram com maior frequência nos elementos verbais catalogados foram os tipos de letras *gordas* e *grotescas*, que abarcaram 26% (n=62) e 25% (n=59) da amostra, respectivamente. Em seguida, temos o tipo de letra *fantasia*, registrado em 16% (n=38) do total de ocorrências registradas. Os tipos de letras *caligráficas*, *cursivas* e *serifadas* mantêm o número de ocorrências similar, abrangendo, respectivamente, 10% (n=22), 8% (n=20) e 7% (n=16) da amostra. Estilos menos comuns são os das letras *quadradas* e com *trocadilho verbo-visual*, que apresentaram o mesmo percentual de ocorrência, de 3% (n=08 e n=06). Já o tipo mais raro, é o das letras *expressivas*, observado em apenas 2% (n=05) da amostra. Acreditamos que o motivo dessa carência seja o fato de que esse tipo de letra é mais comum em inscrições de vitrines de lojas e estas não foram contempladas nessa pesquisa (fig. 95).

No que diz respeito às mesclas tipográficas em uma mesma palavra, observamos que 91% (n=182) dos elementos verbais classificados mantinham um tipo de letra uniforme e 9% (n=18) apresentaram casos de palavras mistas (gráf. 22). Nesse sentido, ocorrências in-

interessantes se davam quando as palavras eram classificadas como *trocadilho verbo-visual*, já que nesse tipo de ocorrência apenas alguns caracteres são substituídos por elementos pictóricos e os outros seguem outro tipo de letra.



Figura 95: Exemplos de classificações tipográficas. Da esquerda para direita temos letras classificadas como quadradas, serifadas, gordas, cursivas, grotescas, caligráficas, fantasia, expressivas e com trocadilho verbo-visual. Fotos de Mariana Hennes e Danilo Catão.



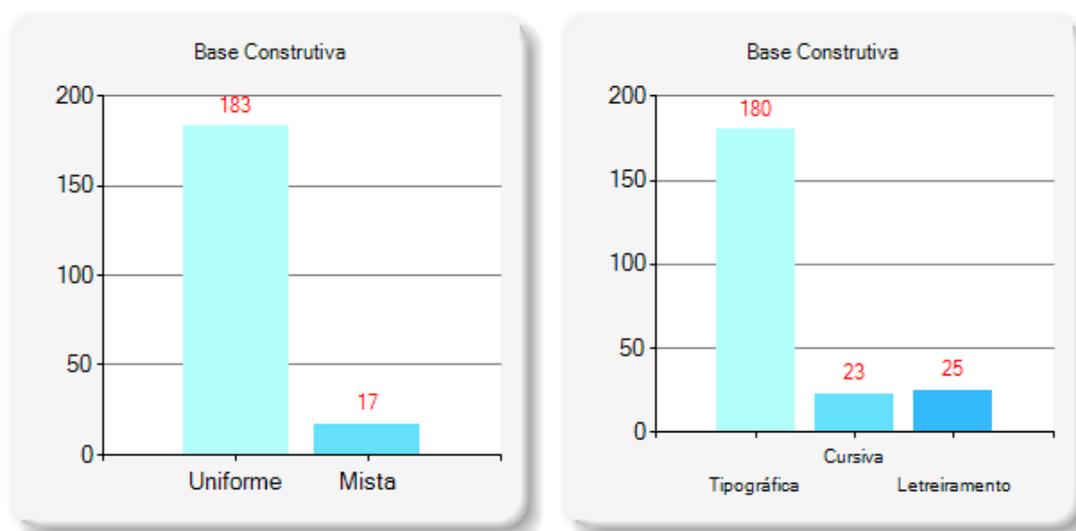
Gráficos 21 e 22: Número de ocorrências quanto às categorias de classificação (tipo das letras); e quanto à ocorrência de palavras de tipos mistos.

A catalogação de acordo com a BASE CONSTRUTIVA dos caracteres resultou em dados peculiares: assim como a classificação dos TIPOS DE LETRAS como *uniformes* ou *mistos*, a BASE CONSTRUTIVA dos caracteres apresentou 91% (n=183) das ocorrências com configuração *uniforme* e 9% (n=17) com base *mista* (gráf. 23). Essa correspondência numérica levanta a hipótese de que quando um elemento verbal é grafado com mais de um *tipo de letra*, geralmente apresenta *bases construtivas mistas*. Como exemplos desse tipo de ocorrência temos um elemento verbal do letreiro “Bar do Edinho” (fig. 96) e um elemento verbal do letreiro “Stylo do Amazonas” (fig. 97). No primeiro caso, o elemento tem mesclas de tipos de letras *fantasia* e *cursivas*, com base mista *cursiva* e de *letreiramento*. No segundo, o elemento foi classificado como *caligráfico* e *fantasia*, com base mista *tipográfica* e de *letreiramento*.



Figuras 96 e 97 Exemplos de tipos de letras e bases construtivas mistas. Fotos de Mariana Hennes.

Portanto, de acordo com as especificações das BASES CONSTRUTIVAS expostas no gráfico 24, e considerando que uma palavra pode apresentar mais de uma base, observamos que 79% (n=180) da nossa amostra apresenta traços de base construtiva *tipográfica*, 10% (n=23) apresenta traços de base *cursiva* e 11% (n=25) apresenta traços baseados em *letreiramento*.



Gráficos 23 e 24: Número de ocorrências quanto à base construtiva das letras e suas especificações.

Com relação à classificação das palavras quanto ao ESTILO de inclinação das letras, verificamos que 77% (n=154) dos elementos são grafados em *estilo romano* (sem inclinação dos caracteres), 14% (n=28) em *estilo itálico* (com caracteres inclinados) e 9% (n=18) grafados em estilo misto, em que há mistura de caracteres romanos e itálicos numa mesma palavra (gráf. 25 e figs. 98 a 100).

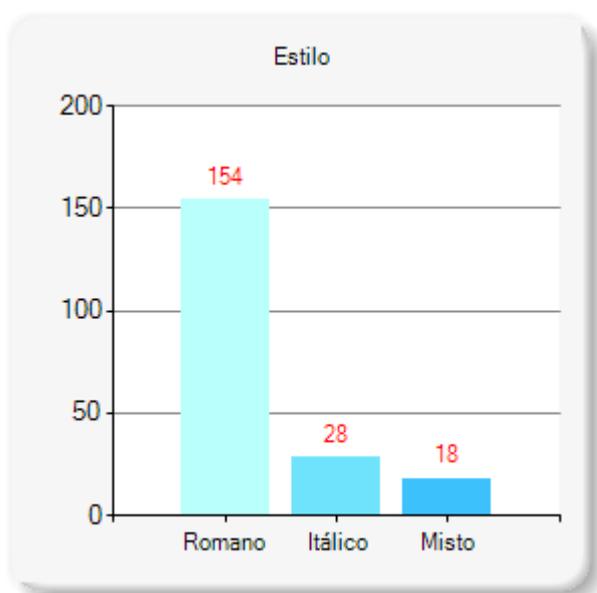


Gráfico 25: Número de ocorrências quanto ao estilo de inclinação dos caracteres.



Figuras 98 a 100: Exemplos estilo de inclinação regular, itálica e mista dos caracteres. Fotos de Mariana Hennes.

Em análise das LINHAS dos caracteres (gráf.26), observamos que 98% (n=196) da nossa amostra – quase a totalidade dos elementos verbais catalogados –, têm as linhas dos caracteres sem partições, ou seja, desenhadas de maneira *contínua*. Assim, apenas uma pequena parcela de 2% (n=04) foi registrada com linhas *descontínuas* (fig. 101).

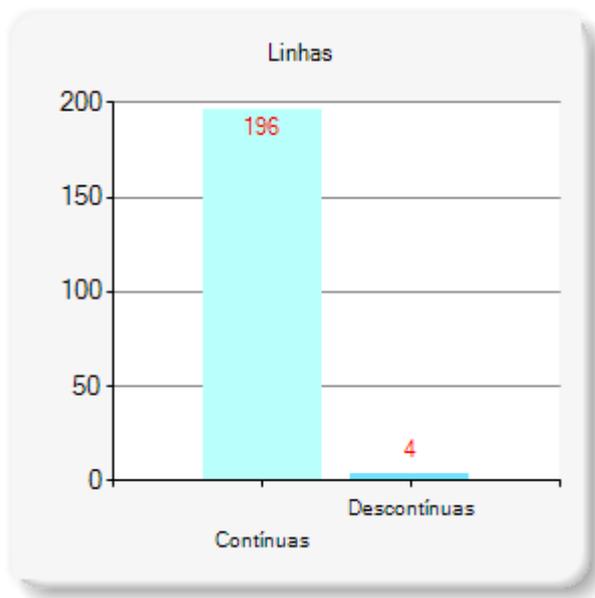
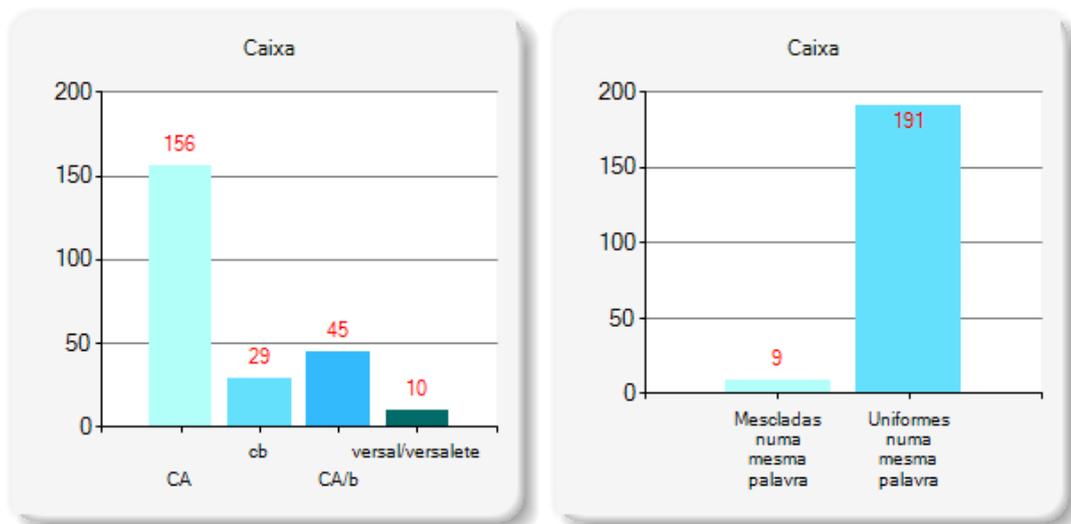


Gráfico 26: Número de ocorrências quanto à linhas.



Figura 101: Exemplo de elemento verbal com linha descontínua. Foto de Mariana Hennes.

Quanto ao uso das CAIXAS (*CA*, *cb*, *CA/b* e *versal e versalete*), os elementos puderam ser marcados em múltiplas opções, quando apresentaram palavras com mescla de caixas ou quando a imagem visualizada apresentava palavras uniformes, mas com caixas em diferentes configurações. Observamos que, em geral, as palavras não apresentaram caixas mescladas numa mesma palavra, mantendo uma configuração *uniforme* em 95% (n=191) dos casos, e *mesclas* em apenas 5% (n=09). Nesse sentido, as ocorrências de palavras escritas com letras em *caixa alta* abarcaram 65% (n=156) dos elementos catalogados. Em seguida estão as ocorrências de palavras escritas com letras em *caixa alta e baixa* – com a inicial da palavra em letra maiúscula e o restante da palavra em letras minúsculas –, registradas em 19% (n=45) dos casos. Por fim, observamos as ocorrências de palavras escritas com letras em *caixa baixa*, registradas em 12% (n=29) dos casos e as ocorrências menos comuns, que são as de palavras escritas com letras em *versal e versalete*, registradas em apenas 4% (n=10) da amostra catalogada (gráfs. 27 e 28 e figs. 102 a 105).



Gráficos 27 e 28: Número de ocorrências quanto à configuração de caixa dos caracteres.



Figuras 102 a 105: Exemplos de palavras escritas em caixa alta (*PIZZA*), caixa baixa (*c/ suco*), caixa alta e baixa (*Gravações*), versal e versaleta (*SHREK*), e mista (*UREIA*). Fotos de Mariana Hennes.

No que diz respeito aos TAMANHOS DAS LETRAS, verificamos que cerca de 68% (n=137) dos elementos verbais catalogados apresentam o corpo dos caracteres de *tamanhos iguais*, e 32% (n=63) apresentam *tamanhos diferentes* (gráf. 29). Essas ocorrências geralmente são comuns em letreiros que possuem conjunções como “de”, “da”, “em”, “com”, “sem”. Nesses casos, as informações principais aparecem maiores e as conjunções menores (figs. 106 a 108).

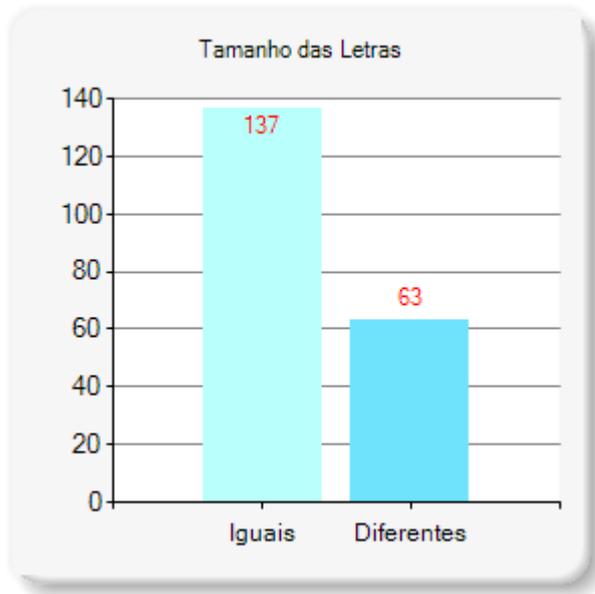


Gráfico 29: Número de ocorrências quanto ao tamanho das letras.



Figuras 106 a 108: Exemplos de diferentes tamanhos de letras. Fotos de Mariana Hennes.

Na terceira parte da análise, foram observados aspectos relativos à **FORMA** dos elementos verbais catalogados. Quanto ao **PESO**, verificamos a predominância de caracteres *bold*, já que esses representam 51% (n=112) da amostra total catalogada. Esse resultado entra em concordância com os tipos de letras mais comuns, já que essa é uma das principais características das letras *gordas* e *grotescas*, que juntas também representam 51% (n=121) da amostra.

Já os elementos de peso *regular* representam 33% (n=71) corpus catalogado, seguidos dos elementos de peso *extra bold* que abarcaram 11% (n=23). Os casos mais raros foram os dos elementos de peso *light*, que constituíram apenas 5% (n=11) da nossa amostra.

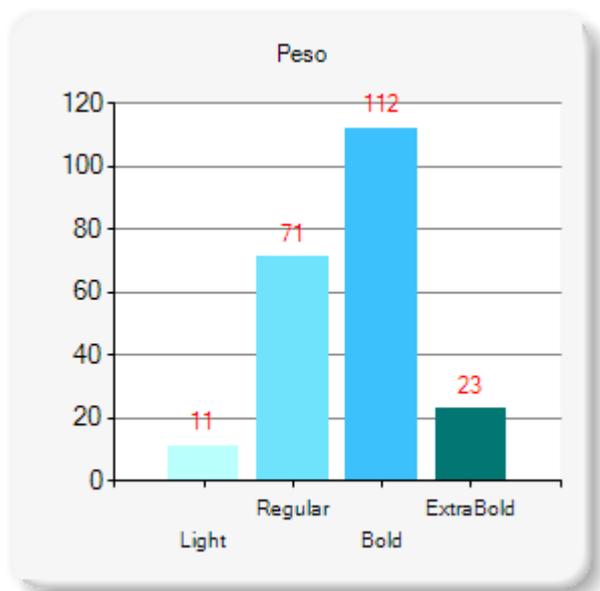


Gráfico 30: Número de ocorrências quanto ao peso das letras.

Com relação à PROPORÇÃO das letras, há predominância dos caracteres *normais*, observados em mais da metade da amostra (cerca de 61%, n=130). A segunda proporção mais comum é a *condensada*, observada em 36% (n=76) das incidências catalogadas. A proporção mais rara é a *expandida*, percebida em apenas 3% (n=07) das ocorrências.

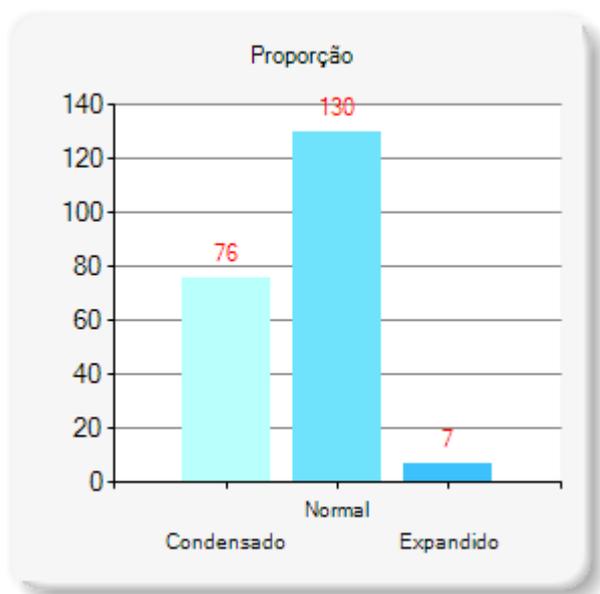


Gráfico 31: Número de ocorrências quanto à proporção.

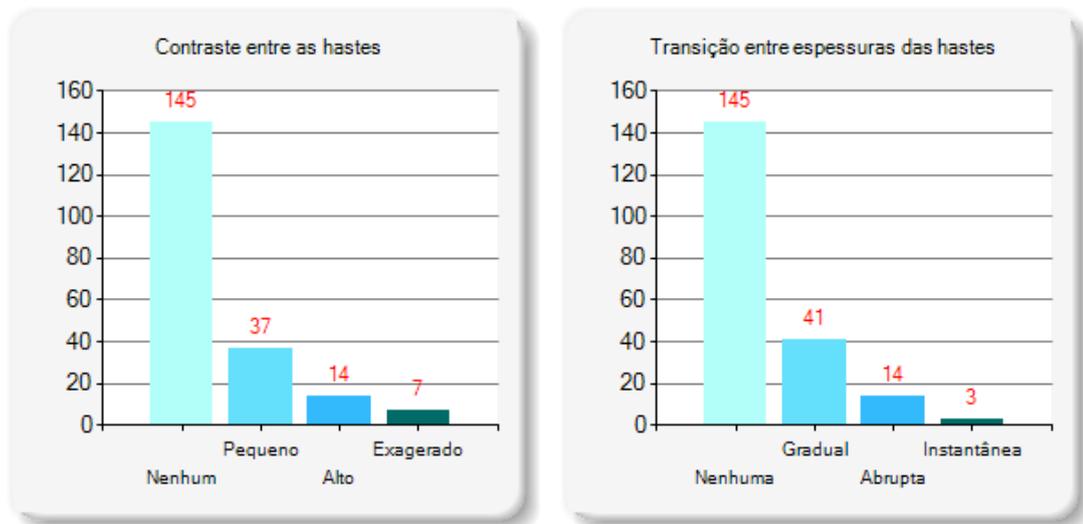
Abaixo, dispomos inscrições extraídas de letreiros catalogados nessa pesquisa, como exemplos de combinações entre PESO e PROPORÇÃO das letras. O primeiro exemplo (“vem de Deus”) mostra uma inscrição de peso *light* com proporção *normal*; no segundo exemplo (“Antônio”), o peso é *regular*, com proporção *condensada*; no terceiro exemplo (“consertos”) o peso é *bold* com proporção *condensada*; e o último exemplo (“almoço”) tem peso *extrabold*, com proporção *expandida* (figs. 109 a 112).



Figuras 109 a 112: Combinações entre peso e proporção das letras. Fotos de Mariana Hennes.

Ao analisarmos as hastes das letras, verificamos dois aspectos relevantes: o CONTRASTE ENTRE AS HASTES e a TRANSIÇÃO ENTRE SUAS ESPESSURAS. Os nossos dados demonstram que 71% (n=145) da nossa amostra não possui *nenhum* contraste entre hastes e, portanto, a transição entre suas espessuras também é *nula*. Dentre os elementos que apresentam diferentes espessuras das hastes, verificamos que o contraste *pequeno* é o mais comum, observado em 17% (n=37) dos elementos, seguido de contraste *alto*, observado em 7% (n=14) da amostra e o contraste *exagerado*, observado em apenas 5% (n=07) dos registros catalogados (gráf. 32).

Ao analisarmos a TRANSIÇÃO ENTRE AS ESPESSURAS DAS HASTES dos elementos verbais (gráf. 33), verificamos que há certa correspondência numérica entre os dados obtidos na análise dos contrastes entre as hastes. A *transição gradual* abarcou 20% (n=41) dos elementos, a *transição abrupta* foi observada em 7% (n=14) dos elementos e a *transição instantânea* em apenas 2% (n=03) dos elementos catalogados.



Gráficos 32 e 33: Número de ocorrências quanto ao contraste entre as hastes e transição entre suas espessuras.

Apesar dos dados obtidos nas duas categorias parecerem estar diretamente interligados, foi possível identificar casos de *contraste exagerado*, com *transição gradual* entre as hastes, como vemos no letreiro “Bené Lanches” (fig. 113).



Figura 113: Exemplo de contraste exagerado com transição gradual entre as hastes. Fotos de Mariana Hennes.

Outro aspecto observado foi em relação à existência de CONEXÃO ENTRE AS LETRAS das palavras (gráf. 34). Nesse sentido, verificamos que da amostra catalogada, a grande maioria dos elementos não apresenta caracteres conectados (93%, n=186), sendo as ocorrências positivas (7%, n=14) geralmente observadas entre palavras escritas em estilo *cursivo*.



Gráficos 34: Número de ocorrências quanto à conexão entre as letras.

Com relação aos **TIPOS DE TERMINAIS** presentes nos elementos verbais cadastrados foram registradas 247 ocorrências de tipos de **TERMINAIS SEM SERIFA** e apenas 19 ocorrências de tipos de **TERMINAIS COM SERIFA**, revelando que a predominância dos letreiros populares se dá, majoritariamente, em relação ao primeiro grupo. Ressaltamos que, assim como em outros casos já apresentados, essa categoria permitiu a seleção de múltiplas alternativas simultaneamente – seja em palavras com mais de um tipo de terminal, ou imagens que apresentam várias palavras com algumas diversidades morfológicas.

Dessa forma, observamos que, das incidências de **TERMINAIS SEM SERIFA** registradas (gráf. 35, fig. 114), a predominância foi dos *terminais arredondados*, comuns ao grupo das *letras gordas*, que corresponde a 40% (n=99) dos casos. Em seguida, temos as incidências de *terminais retos*, comuns em *letras góticas*, presentes em 26% (n=64) da amostra. Os *terminais caligráficos* abarcaram 17% (n=40) dos registros, ocupando terceiro lugar entre as incidências mais comuns. Os *terminais irregulares*, frequentemente observados em elementos de nível técnico *amador*, resultaram em 10% (n=25) das ocorrências. Os tipos de terminais sem serifa mais raros são os *inclinados*, e os *toscanos*, sendo o primeiro registrado em 5% (n=13) da amostra catalogada, e o segundo, observado em apenas um registro e, portanto, sem ocorrência relevante (menos de 0,5%, n=02). Outros tipos de terminais sem serifa, que não se encaixaram em nenhuma das opções anteriores, representaram 1,5% (n=04) da amostra.

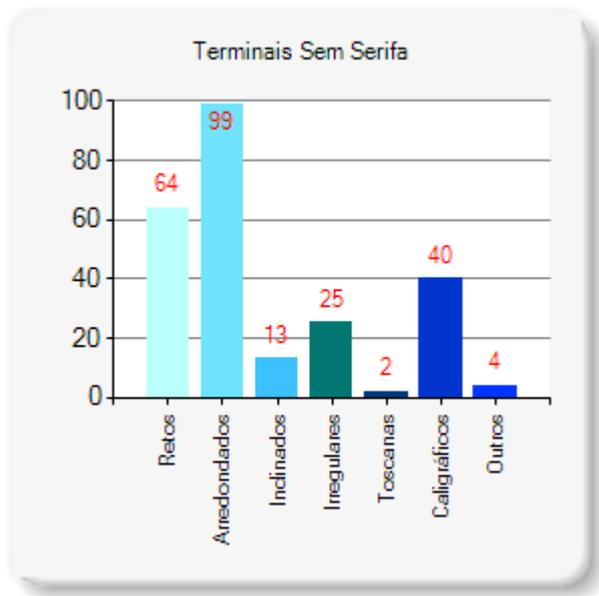


Gráfico 35: Número de ocorrências quanto aos terminais sem serifa.



Figura 114: Exemplos de terminais sem serifa. Na primeira coluna temos terminais retos, arredondados e inclinaados; e na segunda coluna temos exemplos de terminais irregulares, toscanas, caligráficos e outros. Fotos de Mariana Hennes.

Entre as incidências de letras com TERMINAIS SERIFADOS (gráf. 36), destacamos a predominância de terminais com *serifa arredondada* e terminais com *serifa quadrada*, presentes em 32% (n=06) da amostra, cada um. Já a incidências de terminais com *proto-serifas*, *serifas toscanas*, e *serifas triangulares* foram registradas com menor frequência, sendo a primeira observada em 16% (n=03) da amostra, e as outras duas observadas em 10% (n=02), cada uma. Terminais com *serifas curvas* e outros tipos de serifas não especificados, não foram observados em nenhuma ocorrência (fig. 115).

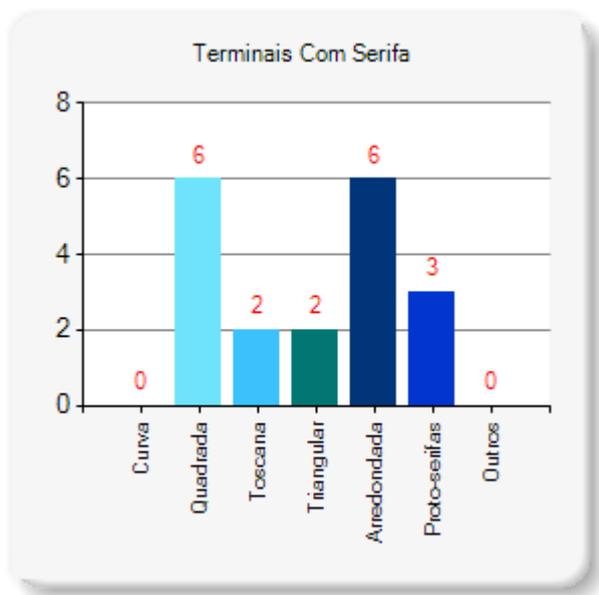
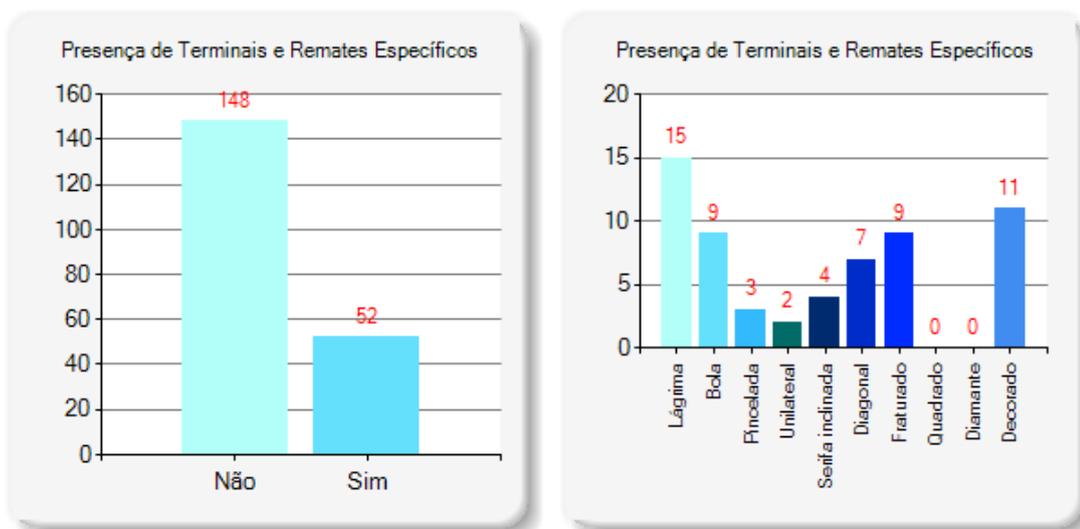


Gráfico 36: Número de ocorrências quanto aos terminais com serifa.



Figura 115: Exemplos de terminais com serifa. Na primeira coluna temos serifas quadrados, toscanas e triangulares; e na segunda coluna temos exemplos de serifas arredondadas e proto-serifas. Fotos de Mariana Hennes.

Além dos tipos de TERMINAIS COMUNS (COM E SEM SERIFA), tipos de TERMINAIS E REMATES ESPECÍFICOS também foram observados. Das 200 imagens analisadas, 74% (n=148), quase 2/3 da amostra, não apresentou registros de elementos verbais com terminais e remates específicos (gráf 37). Dos 26% (n=52) restantes, identificamos que as incidências mais comuns são de terminais tipo *lágrima* e *decorado*, que abarcaram 25% (n=15) e 18% (n=11) da amostra, respectivamente. Também observamos incidências de terminais e remates tipo *bola* e *fraturados* em 15% (n=09) da amostra cada um, e *diagonal* em 11,5% (n=07). Os tipos de TERMINAIS E REMATES ESPECÍFICOS menos comuns são os de *serifa inclinada* (6,5%, n=04), *pincelada* (5%, n=03) e *unilateral* (3%, n=02), além dos tipos *quadrado* e *diamante*, os quais não obtiveram nenhum registro (gráf 38 e fig. 116).



Gráficos 37 e 38: Número de ocorrências quanto à presença de terminais e remates específicos.



Figura 116: Exemplos de terminais e remates específicos. Da esquerda para direita temos: terminais tipo lágrima, bola, pincelada, diagonal, unilateral, serifa inclinada, fraturada e decorada. Fotos de Mariana Hennes.

As categorias de **DECORAÇÃO** dos elementos verbais apresentaram os resultados de maior riqueza gráfica da análise, nos quais observamos ocorrências de DECORAÇÕES BASE (preenchimento e linhas), uso de SOMBRA e ORNAMENTAÇÃO.

Na categoria dos tipos de DECORAÇÃO BASE (gráf. 39)– como preenchimento, contornos e linhas –, as alternativas permitiam a marcação de múltiplas escolhas. Assim, podemos dizer que o tipo de decoração básica mais frequente é o *preenchimento* das letras, que abarcou 89% (n=200) dos registros da categoria, e foi observado em 100% das imagens.

Dentre as outras opções de DECORAÇÃO BASE, observamos apenas 22 elementos verbais com *contornos* dos caracteres, dado que representa 10% (n=22) dos registros catalogados. Com relação às *linhas externas* (0,5%, n=01) e *internas* (0,5%, n=01), verificou-se uma única ocorrência que contemplou ambas as bases: no elemento verbal principal do letreiro “Espaço Lanche” (fig. 117).

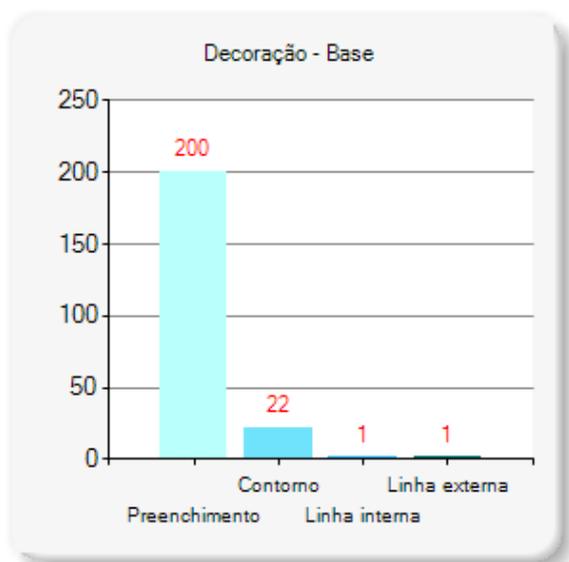


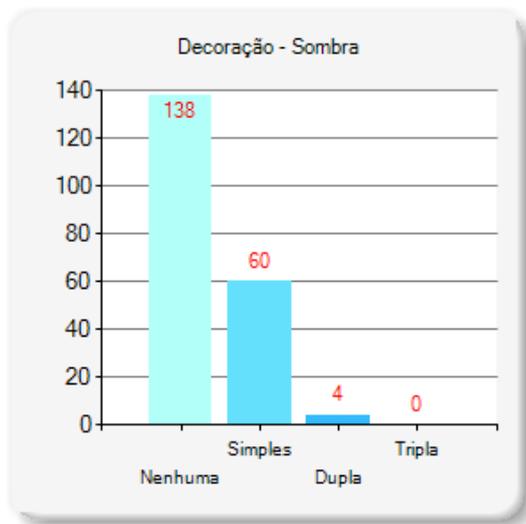
Gráfico 39: Número de ocorrências quanto à decoração - base.



Figura 117: Letreiro “Espaço Lanche”, exemplo de ocorrência de contorno, linha interna e linha externa. Foto de Pedro Coimbra.

Quanto ao uso de **SOMBRAS**, verificamos dois aspectos: a QUANTIDADE DE SOMBRAS num mesmo elemento e o ESTILO GRÁFICO DAS SOMBRAS registradas.

Com relação ao primeiro aspecto (QUANTIDADE DE SOMBRAS), observamos que 68% (n=138) dos elementos verbais analisados não apresentaram nenhum tipo de sombra, 30% (n=60) foram registradas com *sombras simples*, e 2% (n=04) com *sombras duplas*. *Sombras triplas* não foram contempladas por nenhum dos elementos analisados (gráf. 40). Quanto ao ESTILO DAS SOMBRAS (gráf. 41), verificamos que *as sombras deslocadas* (figs. 118 a 121) são as mais comuns, abarcando 55% (n=36) dos registros. As *sombras projetadas* (figs. 122 a 125) foram observadas em 26% (n=17) da amostra catalogada e as *sombras parciais* (figs. 126 a 128), em 19% (n=12).



Gráficos 40 e 41: Número de ocorrências quanto à quantidade e estilos gráficos das sombras.



Figuras 118 a 121: Exemplos de sombras deslocadas simples ("Guaraina" e "Sapateiro") e duplas ("Jantar" e "Amazonas"). Fotos de Mariana Hennes.



Figuras 122 a 125: Exemplos de sombras projetadas simples. Fotos de Mariana Hennes.



Figuras 126 a 128: Exemplos de sombras parciais simples. Fotos de Mariana Hennes.

Um caso peculiar de uso de sombra foi observado no letreiro “Caldo de Cana” (fig. 129), registrado no mercado público do bairro de Casa Amarela. No único elemento verbal do letreiro percebemos que a *sombra deslocada* aplicada não acompanha o formato dos caracteres das palavras, como acontece normalmente. As linhas retas dos tipos *grotescos* acabam por contrastar com a suavidade das curvas empregadas à sombra, dando ao elemento uma configuração delicada e inovadora.



Figura 129: Elemento verbal do letreiro “Caldo de Cana”. Fotos de Mariana Hennes.

Com relação à ORNAMENTAÇÃO (gráf 42), observamos que das 200 imagens de elementos verbais catalogadas, 85% (n=171) não apresentou nenhum elemento verbal com adorno decorativo. Entre os registros positivos para esse aspecto, que gira em torno de 15% (n=29) do total catalogado, verificamos que o tipo de ornamento predominante é o de *preenchimento sobreposto* (figs. 130 a 133), observado em 28% (n=08) da amostra. Elementos com *hachura* (figs. 134 e 135), *ornamento interno* (figs. 136 e 137) e *sublinhado* (figs. 138 e 139) apresentaram resultados similares, abarcando 10% (n=03), 10% (n=03) e 7% (n=02)

da amostra, respectivamente. Casos de *hastes duplas* não foram registrados, e, curiosamente, outros tipos de ocorrências diversas compuseram o resultado mais significativo dessa categoria, compondo 45% (n=13) da amostra (fig. 140). Esses dados nos levam a crer que, quando se trata da ornamentação dos caracteres, não há um padrão ou preferência gráfica expressiva. A variação dessas ocorrências depende principalmente da habilidade e da criatividade do letrista em incrementar o letreiro, durante ou após o processo de composição básico.

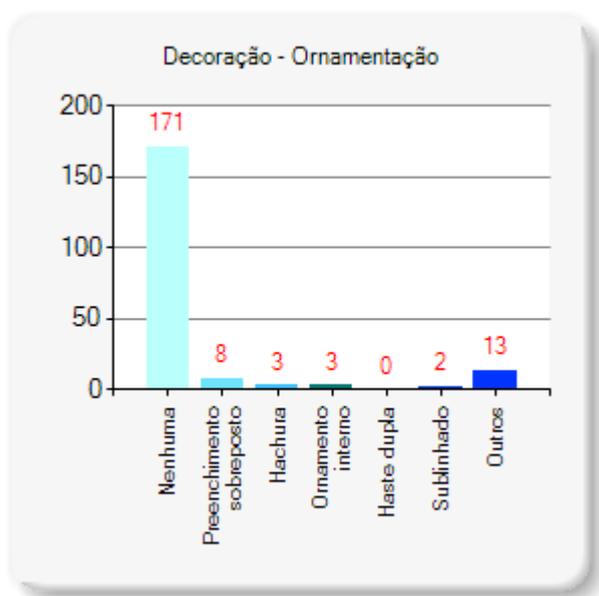
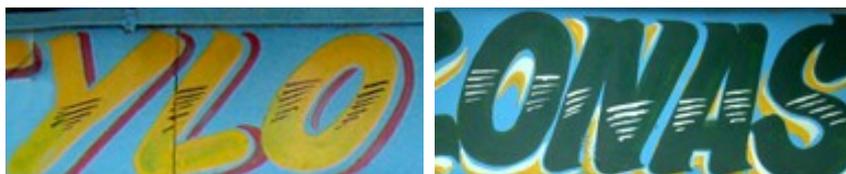


Gráfico 42: Número de ocorrências quanto à decoração - ornamentação.



Figuras 130 a 133: Exemplos de preenchimentos sobrepostos. Fotos de Mariana Hennes.



Figuras 134 e 135: Exemplos de hachura. Fotos de Mariana Hennes.



Figuras 136 e 137: Exemplos de ornamentos internos às letras. Fotos de Túlio Couceiro & Amanda Godoy, e Mariana Hennes.



Figuras 138 e 139: Exemplos de palavras sublinhadas. Fotos de Mariana Hennes.



Figura 140: Outros tipos de ornamentos registrados. Fotos de Mariana Hennes.

As configurações e especificações das **CORES** foram os últimos atributos catalogados na análise de elementos verbais. Para isso, foram criadas duas categorias que buscaram observar as ocorrências de **CORES NOS ELEMENTOS** e as ocorrências de **CORES DOS PLANOS DE FUNDO** destes elementos.

Com relação às **CORES DOS ELEMENTOS** verbais – em que consideramos tanto as cores de preenchimento dos elementos quanto às cores dos atributos decorativos associados a eles, como ornamentos, sombras, linhas e outros –, ressaltamos a predominância de preenchimentos *chapados* observados em todos os elementos verbais da amostra, sem nenhuma ocorrência de letras ou palavras configuradas apenas em *outline*.

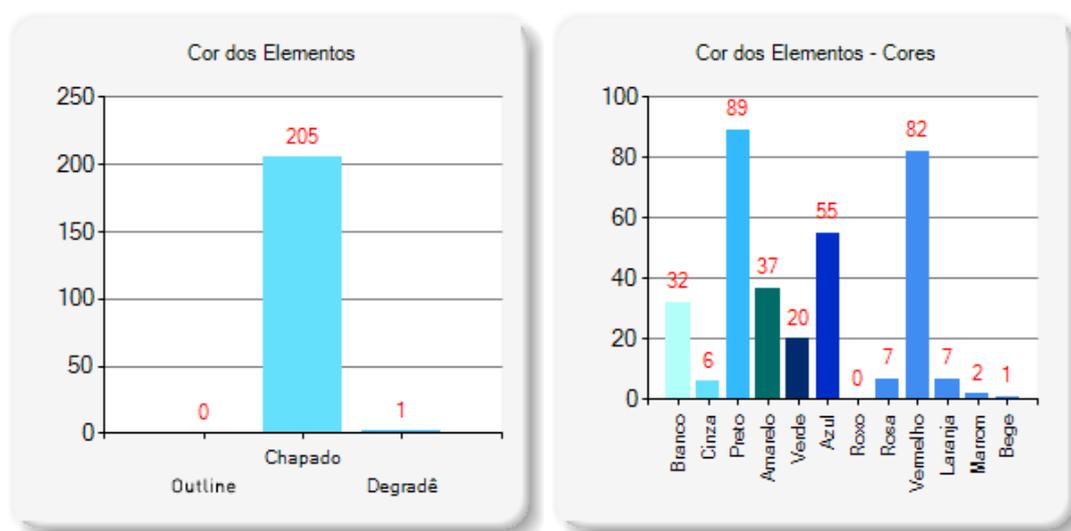
Em apenas um elemento foram marcadas, simultaneamente, as alternativas de preenchimento *degradê* e *chapado*: o do letreiro “Encontro Verde” (fig. 141), classificado como estilo tipográfico misto, com trocadilho verbo-visual e letras gordas. A incidência de cores em

*degradê* (em tons de verde, amarelo e preto) se dá justamente nos caracteres iniciais das palavras, os quais foram configurados com forma e textura gráfica de folhagens.



Figura 141: Letreiro “Encontro Verde”. Foto de Mariana Hennes.

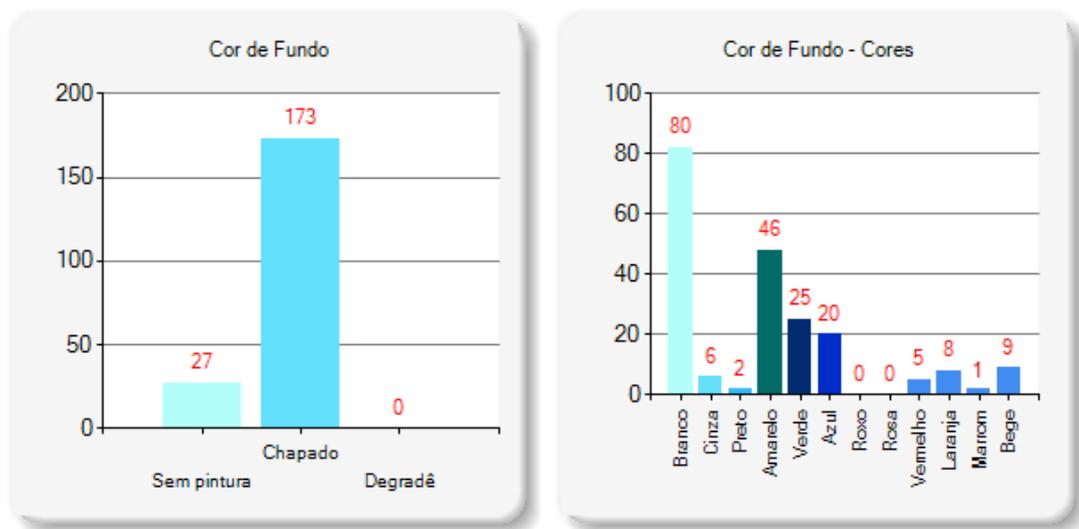
Entre as CORES OBSERVADAS NOS ELEMENTOS (fig. 142), vimos que o *preto* e o *vermelho* aparecem em quase metade dos elementos verbais catalogados e compreendem 26% (n=89) e 24% (n=82), respectivamente, dos 338 registros de cores catalogadas. Além destas, outras cores que aparecem com frequência são o *azul*, o *amarelo*, o *branco* e o *verde*, que abrangem 16% (n=55), 11% (n=37), 9% (n=32) e 6% (n=20) da amostra, respectivamente. Já as cores *rosa*, *laranja* e *cinza* foram registradas com a mesma porcentagem de 2% (n=07; n=07; n=06) de frequência, demonstrando serem cores pouco utilizadas nesse tipo de artefato. Outras cores como *bege* e *marrom* foram registradas em ocorrências mínimas e, portanto, não chegaram a apresentar porcentagem relevante (menos de 1%, cada uma). Além dos dados apresentados, verificamos que não foi registrado nenhum plano de fundo com a cor *roxa*.



Gráficos 43 e 44: Número de ocorrências quanto às cores dos elementos e suas especificações.

Quanto às CORES DOS PLANOS DE FUNDO dos elementos verbais (grafs. 45 e 46), nossos dados indicam que 86,5% (n=173) dos letreiros são previamente pintados com cores *chapadas* antes de receberem as inscrições vernaculares. Os 13,5% (n=27) restantes mantêm o suporte em sua configuração original, sem nenhum tipo de pintura ou cobertura sobreposta, preservando a pigmentação original do material o qual são feitos.

Assim, ao analisarmos as cores visualizadas nos planos de fundo dos letreiros (mesmo àquelas dos suportes que não foram pintados), verificamos que a cor *branca* aparece com maior frequência, chegando a compor 40% (n=80) da amostra. A segunda cor de fundo mais comum é a *amarela*, com incidência em 23% (n=46) dos elementos. As cores *verde* e *azul* aparecem com intensidade similar, sendo visualizadas em 12% (n=25) e 10% (n=20) da amostra, respectivamente. Outras cores catalogadas apresentaram incidências menos comuns, porém ainda relevantes, como o caso dos planos de fundo de cor *bege* (4,5%, n=09), *laranja* (4%, n=08) e cinza (3%, n=06). Este último, em todos os casos, foi associado aos suportes sem pintura, de cor metálica prata. As ocorrências mais raras para os planos de fundo foram as cores *vermelho* (2%, n=05), *preto* (1%, n=02) e *marrom* (0,5%, n=01). Não houve nenhuma incidência das cores *roxa* e *rosa* nos planos de fundo dos elementos verbais catalogados.



Gráficos 45 e 46: Número de ocorrências quanto às cores de fundo e suas especificações.



Figura 142: Combinações entre as cores dos elementos e dos planos de fundo. Fotos de Mariana Hennes e Danilo Catão.

Vale salientar que em duas ocorrências houve a marcação de duas cores para o mesmo plano de fundo chapado. Trata-se dos letreiros “Lanchonete 2 Amores” (fig. 143) e “Eletrubar” (fig. 144) cujos elementos verbais estavam, em parte, sobrepostos a um elemento pictórico e um elemento esquemático, respectivamente, imputando às palavras o contraste com duas cores diferentes.



Figuras 143 e 144: Elementos verbais dos letreiros Lanchonete 2 Amores e Eletro bar. Fotos de Camila Albuquerque e Mariana Hennes.

#### 4.4 Resultados da ficha de *Análise Pictórica*

Nesta nossa última análise, contemplamos os aspectos morfológicos dos elementos pictóricos catalogados. Do nosso corpus de 115 letreiros foram extraídas 72 imagens de elementos pictóricos, analisadas de acordo com treze categorias, nas quais verificamos o *enquadramento* do elemento, o *ângulo* em que foi concebido, o tipo de *representação* e *base gráfica*, as *cores* utilizadas, além dos sete *ingredientes da linguagem pictórica* propostos por Ashwin (1979).

Na primeira categoria de análise observamos o tipo de ENQUADRAMENTO (*gráf. 47 e figs. 145 a 148*) do elemento pictórico, de acordo com os planos de enquadramento utilizados no cinema. Os dados obtidos demonstram que o tipo de enquadramento *corpo* é o predominante, registrado em 75% (n=54) da amostra. Em seguida, temos os enquadramentos tipo *ambiente* que abarcou 13% (n=09) dos elementos catalogados e o tipo *americano*, utilizado em 7% (n=05). Os tipos de enquadramentos menos comuns são o *close*, visto em apenas 4% (n=03) dos elementos e o *paisagem*, registrado somente no letreiro “Peixaria O Jangadeiro” (fig. 149), representando 1% do total.

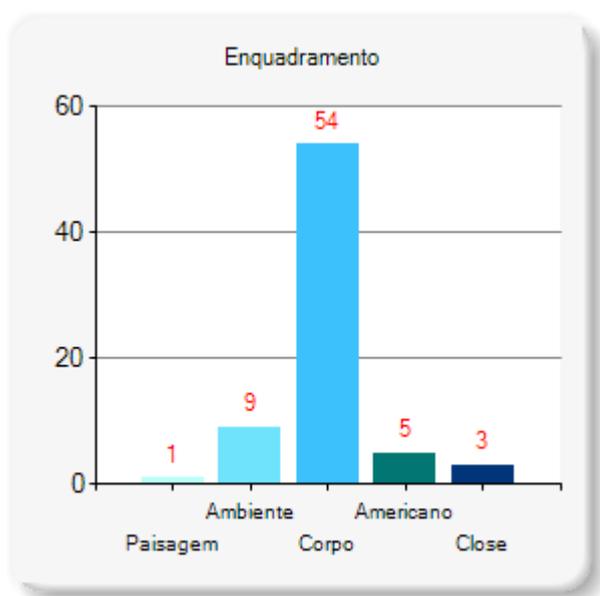


Gráfico 47: Número de ocorrências quanto ao enquadramento.



Figuras 145 a 148: Exemplos de enquadramentos. Da esquerda para direita temos enquadramento ambiente, corpo, americano e close. Fotos de Mariana Hennes e Camila Albuquerque.



Figura 149: Detalhe da única incidência de enquadramento tipo paisagem. Foto de Mariana Hennes.

Com relação ao ÂNGULO (gráf. 48 e figs. 150 a 153) verificamos que alguns elementos apresentavam angulações mistas e que, portanto, poderiam ser classificados, simultaneamente, em mais de uma categoria. Geralmente a mescla dava-se entre os ângulos *esquerdo* ou *direito* com o ângulos *superior*, sendo os elementos configurados em ângulo *frontal* rara-

mente vistos sob outra perspectiva. Nesse sentido, observamos uma preferência pelo tipo de representação com angulação *frontal*, registrado em 66% (n=50) dos casos analisados. Os ângulos *esquerdo*, *superior* e *direito* obtiveram índices de ocorrência similares, sendo o primeiro observado em 13% (n=10) da amostra, o segundo em 12% (n=09), e o terceiro em 9% (n=07). Elementos pictóricos representados sob a perspectiva do ângulo *inferior* não foram observados em nenhum elemento catalogado.

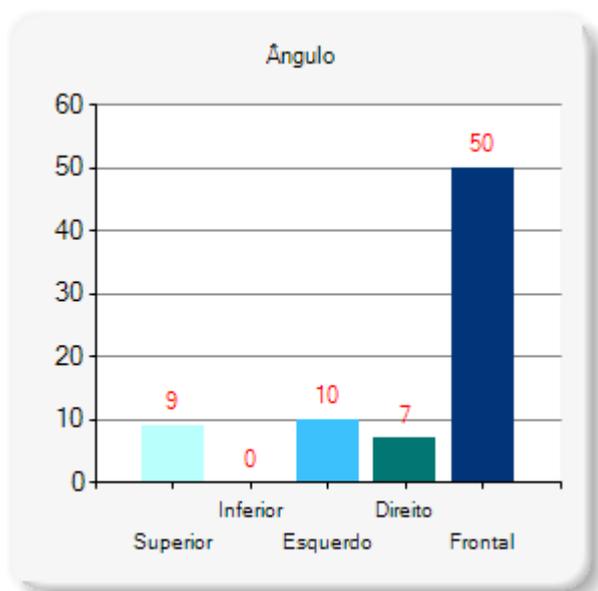


Gráfico 48: Número de ocorrências quanto ao ângulo.



Figuras 150 a 153: Exemplos de elementos pictóricos representados com angulação superior, esquerda, direita e frontal. Fotos de Mariana Hennes.

Os dados obtidos a partir das análises dos **INGREDIENTES DA LINGUAGEM PICTÓRICA** revelaram informações interessantes sobre o estilo pictográfico dos desenhos catalogados. Os diagnósticos dos elementos foram feitos de acordo com sete variáveis: GAMA, CONSISTÊNCIA, ENQUADRAMENTO, POSICIONAMENTO, PROXIMIDADE, CINÉTICA E NATURALISMO.

Com relação a GAMA (gráf. 49 e figs. 154 e 155) – em que foi observado o nível de detalhes dos elementos –, verificamos que 35% (n=25) da amostra apresenta gama *muito expandida*, geralmente por se tratar de representações gráficas bastante realistas, com uso de sombreados, texturas e outros detalhes de composição. A variável *muito restrita* veio em seguida, com o segundo maior número de incidências (20%, n=14) e abarcou os elementos com gama de detalhes minimalista. As outras variáveis mantiveram-se com quantidades similares de incidências, sendo os níveis de gama *restrita* registrada em 18% (n=13) da amostra e o nível de gama *expandida* registrada em 15% (n=11). O nível neutro – associado àqueles elementos que não pendeu para nenhum dos polos –, foi observado com menos frequência, em apenas 12% (n=9) dos elementos catalogados.

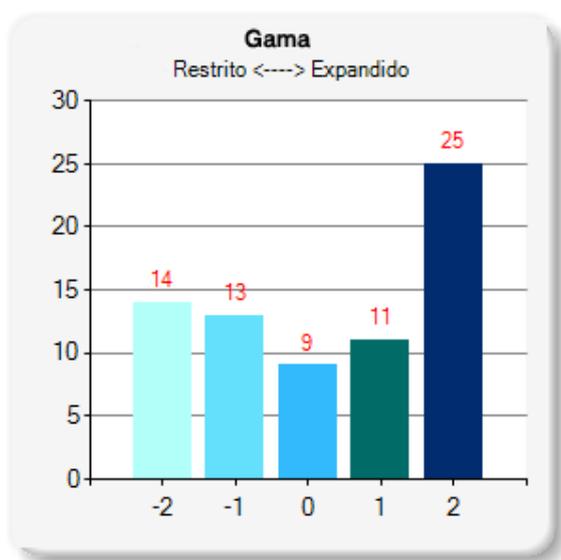


Gráfico 49: Número de ocorrências quanto ao ingrediente gama.



Figuras 154 e 155: Exemplos do elemento pictórico “coco”, representados com gama muito restrita e gama muito expandida. Fotos de Mariana Hennes.

Com relação à CONSISTÊNCIA dos elementos (gráf. 50) – em que observamos as técnicas utilizadas na elaboração dos desenhos –, nossos resultados apontam que quase 100% da amostra, cerca de 96% (n=69), é  *muito homogênea* (fig. 156), apresentando as mesmas técnicas dos outros elementos gráficos do letreiro na sua configuração (geralmente pintura manual). O nível  *muito heterogêneo* abarcou 3% (n=02) dos elementos, em que classificamos os casos que apresentaram materiais e técnicas de composição diversas, muito diferentes das utilizadas na composição dos outros elementos do letreiro, como recorte e colagem.

O nível de consistência  *heterogênio* foi assinalado apenas uma vez, num elemento elaborado com pintura com uso de  *stencil*. Os níveis  *homogêneo e neutro* e não foram assinalados nenhuma vez.

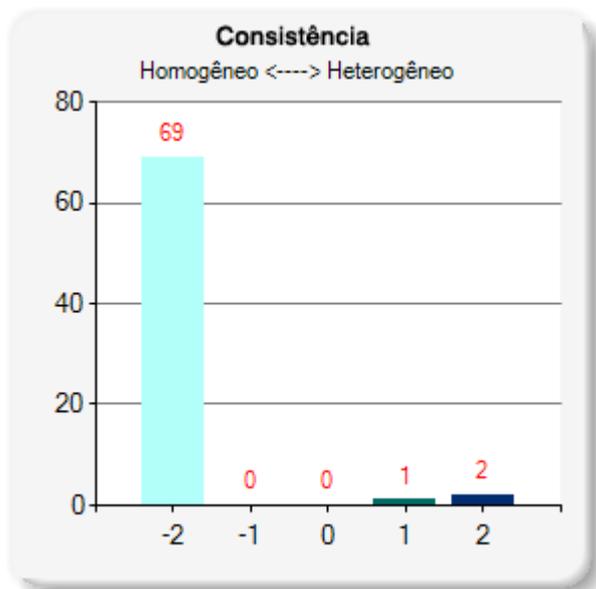


Gráfico 50: Número de ocorrências quanto ao ingrediente consistência.



Figura 156: Exemplos de elementos pictóricos com consistência muito heterogênea. Fotos de Mariana Hennes.

Na categoria do ingrediente ENQUADRAMENTO (gráf. 51) os elementos foram classificados de acordo com sua composição gráfica no letreiro. Dessa forma, observamos que 53% (n=38) dos elementos pictóricos apresentaram um enquadramento *muito conjuntivo* e, portanto, compostos em total harmonia com os outros elementos do letreiro. As outras categorias apresentaram percentuais de ocorrência semelhantes, nos quais o nível *disjuntivo* foi registrado em 14% (n=10) da amostra, o nível *neutro* e o nível *conjuntivo* em 12,5% (n=09) cada um, e o nível *muito disjuntivo* registrado em apenas 8% (n=06) da amostra.

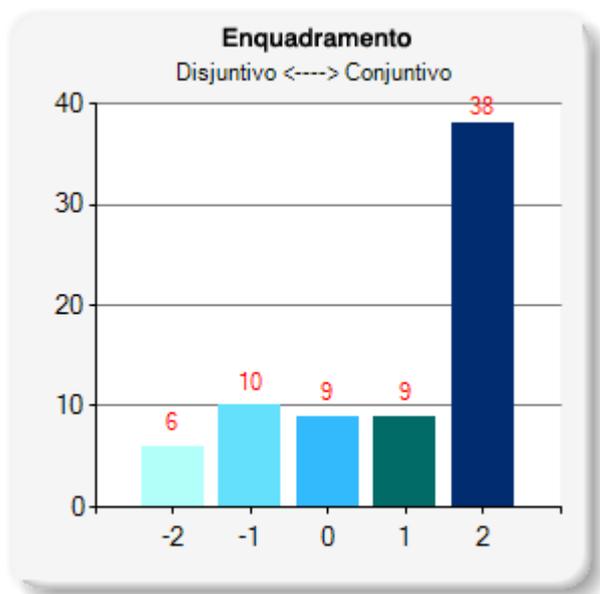


Gráfico 51: Número de ocorrências quanto ao ingrediente enquadramento.

No ingrediente POSICIONAMENTO (gráf. 52) observamos a relação espacial do elemento pictórico no letreiro, de acordo com seu nível de simetria ou casualidade na composição gráfica. Nossos resultados apontam que há predominância de composições *muito simétricas*, observadas em 39% (n=28) da amostra, seguidos pelo posicionamento *muito casual*, que abrangeu 20% (n=14) dos elementos analisados. O nível *simétrico* foi observado em 17% (n=12) da amostra e as variáveis *neutro* e *casual* obtiveram dados percentuais similares, abrangendo, 12,5% (n=09) dos elementos pictóricos catalogados, cada uma.

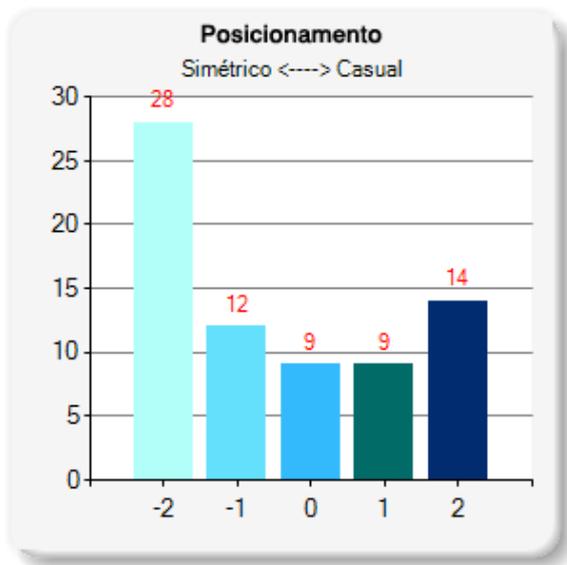


Gráfico 52: Número de ocorrências quanto ao ingrediente posicionamento.

Ao compararmos os resultados dos gráficos dos ingredientes ENQUADRAMENTO e POSICIONAMENTO, verificamos que há certa correspondência numérica, inversamente proporcional, entre os níveis de classificação, levando-nos a crer que, geralmente, quando um elemento é *muito conjuntivo*, também é *muito simétrico*; e, conseqüentemente, quando é *disjuntivo* apresenta posicionamento *casual* dos elementos. No entanto, encontramos casos em que o elemento pictórico tem enquadramento *muito disjuntivo*, mesmo tendo o posicionamento dos seus elementos *muito simétrico*. É o que acontece com os elementos pictóricos do letreiro “Barraca do coco bom” (fig. 157), no qual observamos que há pouca harmonia no enquadramento gráfico dos elementos pictóricos, mesmo sendo possível verificar que há simetria das formas e posicionamento.



Figura 157: Exemplo de enquadramento muito disjuntivo, com posicionamentos dos elementos muito simétrico. Foto de Mariana Hennes.

No ingrediente PROXIMIDADE observamos o grau de distanciamento entre o observador e a representação do elemento pictórico. Assim, quando um elemento era configurado com elementos muito pequenos ou apresentava cenários muito amplos, dando a sensação de estarem longe do observador, eram classificados no polo *distante*. No entanto, se a representação do elemento parecia estar perto do observador – com a representação de detalhes ou partes dos elementos em escala normal ou grande – o elemento pendia para o polo *próximo*. Os exemplos abaixo ilustram esse tipo de classificação: no letreiro “Caldo de Cana só Mel”, a plantação de cana-de-açúcar é representada em pequena escala, dando a sensação de estar num plano afastado do observador; já no letreiro “Caldo de Cana”, o pé de cana é representado em grande escala, simulando um grau de percepção muito próximo do observador (fig. 158).



Figura 158: Exemplos de proximidade “distante” e “próximo”. Fotos de Mariana Hennes.

Os resultados obtidos na análise demonstram que mais da metade dos elementos catalogados, cerca de 61% (n=44) apresentaram *nível máximo* de PROXIMIDADE em relação ao observador. O nível *distante* foi verificado em cerca de 14% (n=10) da amostra, e os níveis *próximo*, *neutro* e *muito distante* foram sinalizados na mesma quantidade de elementos pictóricos, abarcando, cada um, 8% (n=06) da amostra (gráf. 53).

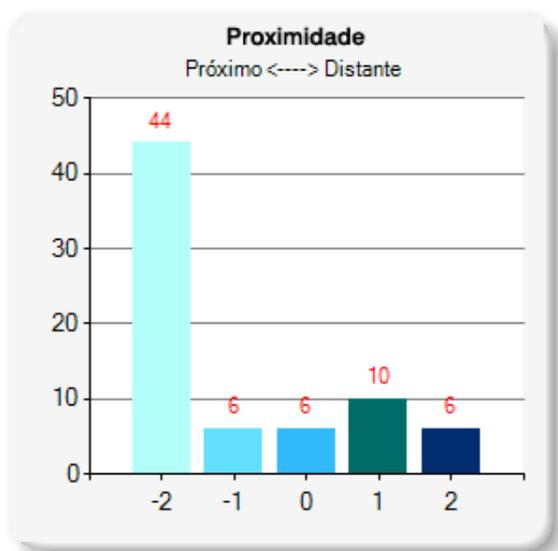


Gráfico 53: Número de ocorrências quanto ao ingrediente proximidade.

Com relação à CINÉTICA dos elementos (gráf. 54), observamos que 82% (n=59) da amostra catalogada foi configurada sem nenhuma sugestão de movimento e, portanto classificada como *totalmente estática*. Dos 18% (n=13) restantes observamos que 4% (n=03) dos elementos foram classificados como *estáticos*, já que mesmo sem apresentarem sinais de movimento passam sensações de movimento iminente (como de estarem caindo, por exemplo); 1% (n=01) dos elementos foi classificado como *neutro*, no único caso registrado, pois o elemento, mesmo estático, sugere uma ação (beber água de coco), 4% (n=03) foram classificados como *dinâmico*, por implicarem ação ou movimento leve, e 8% (n=06) da amostra foi classificada como *muito dinâmico* por apresentarem sugestões de movimentos contundentes ou muito enérgicos (fig. 159).

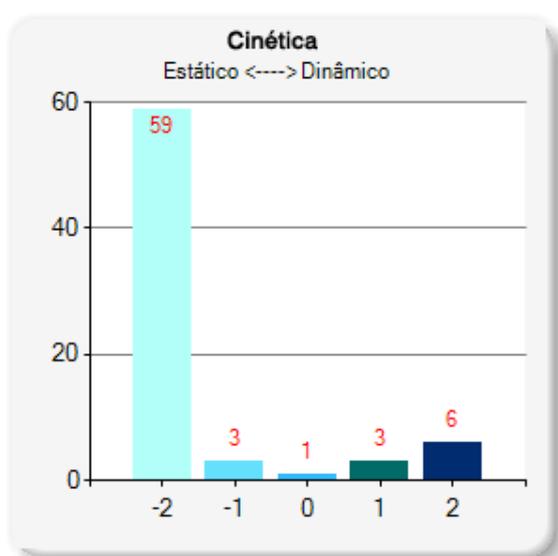


Gráfico 54: Número de ocorrências quanto ao ingrediente cinética.



Figura 159: Exemplo de cinética estática (lata de refrigerante), neutra (mulher parada possivelmente bebendo água de coco), dinâmica (despertador) e muito dinâmica (cozinha fazendo malabarismos com comida).  
Fotos de Mariana Hennes.

O último ingrediente da linguagem pictórica permitiu a análise dos elementos de acordo com o grau de *NATURALISMO* da representação gráfica (gráf 55). Os nossos dados demonstram que há preferência por representações *totalmente naturalistas* (fig. 160), com um percentual de 82% (n=59) da amostra catalogada. Tais elementos foram assim classificados por serem concebidos com traços realistas e correspondentes com as coisas do mundo real. Já os elementos *totalmente não naturalistas* (fig. 161) apresentaram o segundo percentual mais relevante, abarcando 12,5% (n=09) da amostra. Geralmente essas representações pictóricas apresentam configurações surrealistas e impossíveis de serem observadas no mundo real.

Os outros níveis de classificação apresentaram resultados similares e pouco expressivos: elementos *naturalistas* abarcaram 1% (n=01) da amostra, elementos *neutros* (geralmente relacionados a símbolos ou ícones, como os de telefone) compreenderam 3% (n=02) dos elementos analisados, e elementos *não-naturalistas*, foram observado em 1% (n=01) da amostra.

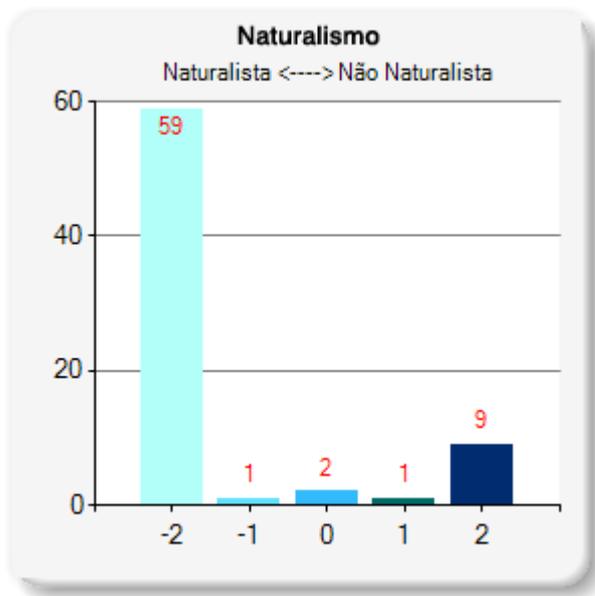


Gráfico 55: Número de ocorrências quanto ao ingrediente naturalismo.



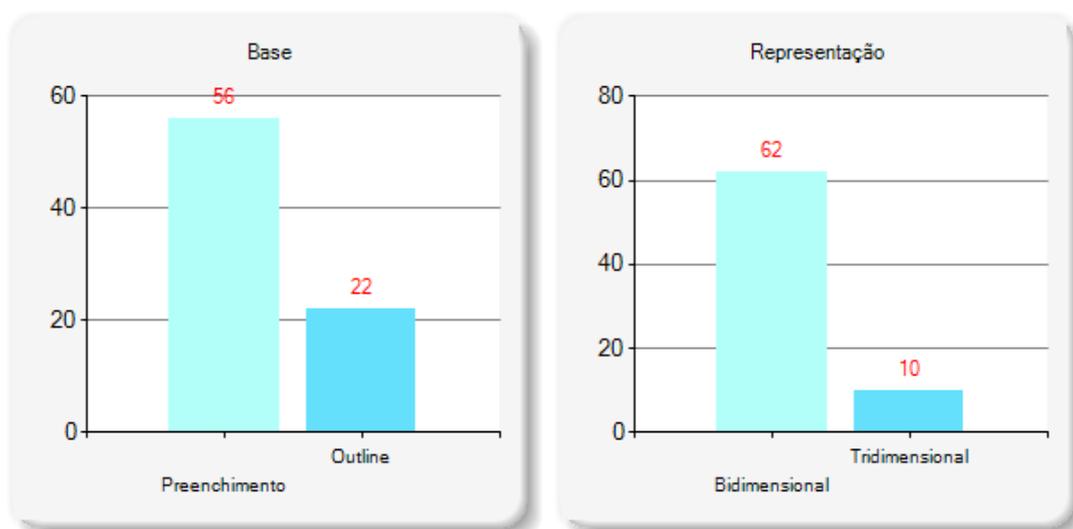
Figura 160: Exemplos de elementos pictóricos totalmente naturalistas. Fotos de Mariana Hennes.



Figura 161: Exemplos de elementos pictóricos totalmente não naturalistas: fruta de guaraná praticando exercícios com alteres; um pastel e uma tapioca com rosto humano, fazendo sinal de “positivo” com a mão; e um coco com pernas e braços, sorrindo com a língua para fora. Fotos de Mariana Hennes.

Aspectos mais específicos observados em relação ao estilo dos elementos pictóricos foram os relativos à BASE GRÁFICA e ao tipo de REPRESENTAÇÃO GRÁFICA. Na primeira (gráf. 56), observamos que há predominância de elementos com base no *preenchimento das formas*, observada em 78% (n=56) dos registros catalogados (fig. 162). As incidências de elementos com base no traçado em *outline* (com apenas o contorno da forma) foram registradas em apenas 22% (n=22) dos elementos catalogados (fig. 163).

O tipo de REPRESENTAÇÃO GRÁFICA (gráf. 57) mais comum é o *bidimensional* (fig. 164), observado em 86% (n=62) dos casos. Isso quer dizer que esses elementos pictóricos foram concebidos sem aplicação de artifícios gráficos que passassem a ideia de volume. Portanto, os 14% (n=10) restantes apresentaram estilo gráfico hiper-realista, com aplicação de texturas, sombreados e outros detalhes que davam ao observador a percepção da *tridimensionalidade* gráfica (fig. 165).



Gráficos 56 e 57: Base e tipos de representação gráfica.



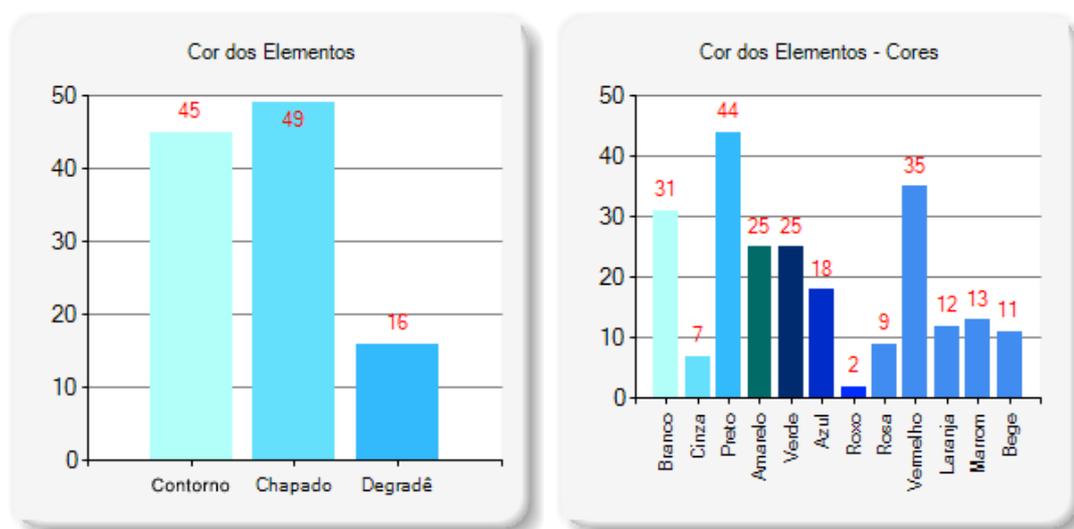
Figuras 162 e 163: Exemplos de elementos pictóricos com base em preenchimento e outline. Fotos de Mariana Hennes.



Figuras 164 e 165: Exemplos de elementos pictóricos com representação bidimensional e tridimensional. Fotos de Mariana Hennes.

Quanto às CORES DOS ELEMENTOS (gráf. 58), observamos incidências de *contorno* das formas em 41% (n=45) dos 110 registros catalogados, incidências de preenchimentos *chapados* em 44% (n=49) e presença de *degradê* em 15% (n=16), considerando a possibilidade de um elemento apresentar simultaneamente preenchimentos chapados e/ou em degradê com presença de contorno (fig. 166).

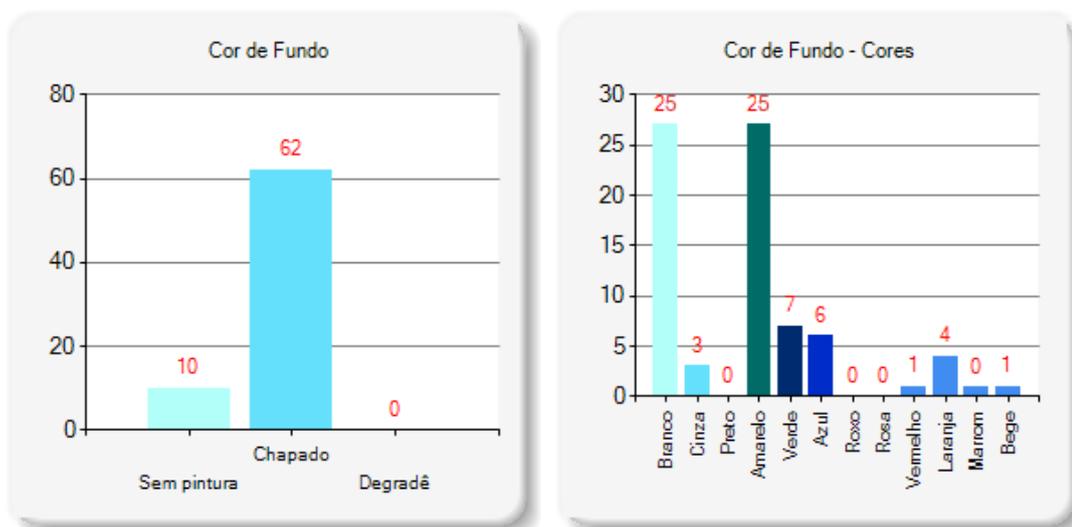
Entre a gama de cores utilizadas na pigmentação dos elementos, verificamos que o uso da cor *preta* era mais frequente, observada em 19% (n=44) dos registros de cores catalogados. Em seguida, verificamos que as cores *vermelho* e *branco* abarcaram 15% (n=35) e 13% (n=31) da amostra. As cores *amarelo*, *verde* e *azul* tiveram percentual de ocorrências similares, em que as duas primeiras abarcaram 11% (n=25), cada uma, do total de registros, e a terceira 8% (n=18). Outras cores tiveram incidências menores como o *marrom*, que só foi observado em 6% (n=13) dos registros, e as cores *laranja* e *bege*, observadas, cada uma, em 5% (n=12 e n=11) dos registros. Cores como *rosa*, *cinza* e *roxo* tiveram ocorrências muito pequenas, e compuseram apenas 4% (n=09), 3% (n=07) e 2% (n=02) da amostra, respectivamente (gráf. 59).



Gráficos 58 e 59: Número de ocorrências quanto às cores dos elementos e suas especificações.

Com relação às CORES DE FUNDO observamos que 86% (n=62) dos elementos foram configurados sobre planos de fundo coloridos com pigmentação *chapada* e 14% (n=10) mantiveram o suporte *sem pintura*, deixando à mostra a pigmentação própria do material o qual era feito. Não foram observados planos de fundo com misturas de cores em *degradê* (gráf. 60). As cores de fundo observadas com maior frequência foram o *branco* e o *amarelo*, registrados em 35% (n=25) da amostra, cada um. Outras cores foram observadas com incidências menores, como o *verde* (9%, n=07) e o *azul* (8%, n=06), seguidos do *laranja*

(5%, n=04) e do cinza (4%, n=03). As cores *vermelho* e *bege* foram observadas em apenas em 1% (n=01) da amostra dos elementos pictóricos, cada um, e cores como *preto*, *roxo*, *marrom* e *rosa* não tiveram nenhuma incidência (gráf. 61).



Gráficos 60 e 61: Número de ocorrências quanto às cores dos planos de fundo e suas especificações.



Figura 166: Combinações entre as cores dos elementos pictóricos e dos seus planos de fundo. Fotos de Mariana Hennes.

 CONCLUSÕES

## CAPÍTULO 5 | CONCLUSÕES

A cidade do Recife é marcada por uma paisagem feita de rios, mar, pontes e uma arquitetura colonial ainda preservada em muitos bairros. No entanto, suas referências culturais, simbólicas e materiais, vão muito além da geografia da cidade e do seu legado indígena e multinacional de origem portuguesa, africana, holandesa, francesa e judaica.

Como em todas as grandes metrópoles, vemos um cenário urbano recheado de inscrições, informações e sinalizações, materializadas em diversos suportes e formas gráficas. Mas a cidade, conhecida como Veneza Brasileira, imprimiu, ao longo do tempo, peculiaridades próprias e originais à sua cultura local, que hoje estão enraizadas e legitimadas na identidade dos seus habitantes.

Neste sentido, os letreiros populares do Recife mostraram-se parte importante da cultura material e imaterial local. Eles constituem artefatos populares de caráter vernacular, presentes no repertório gráfico das pessoas de todas as classes sociais, por refletirem a alma da cidade, com suas cores, seus grafismos e suas mensagens.

Os dados obtidos, a partir das análises realizadas, permitiram-nos olhar e perceber esses letreiros sob uma nova perspectiva, buscando não a percepção superficial dos artefatos, mas a expressão geral a que nos remetem os sentidos e as formas desses enunciados concretos.

Quanto à metodologia desenvolvida e aplicada à pesquisa, destacamos sua eficiência em tornar possível que nossos objetivos – gerais e específicos – fossem alcançados. As fases de pesquisa de campo, além dos registros fotográficos, nos permitiram o contato direto com o universo dos letreiros populares, nos dando a oportunidade de vivenciar a experiência com veemência. Assim, pudemos captar nuances dos ambientes e das pessoas que estão ligadas a esse meio, trazendo contribuições às nossas análises que não poderiam ser observadas à distância.

O desenvolvimento da ferramenta online de catalogação tornou a geração de dados mais eficaz e transparente, além de possibilitar o acesso de visitantes a partir de qualquer lugar do mundo. Também podemos apontá-la como uma das contribuições ao meio de pesquisa acadêmica, pela sua aplicabilidade em trabalhos similares, que envolvam os processos de catalogação e análise a partir da visualização de imagens.

Com relação aos nossos resultados, concluímos que além de levantar e validar algumas suposições, que já se mostravam inerentes aos letreiros populares, foi possível também descobrir peculiaridades semânticas, plásticas e visuais que, num primeiro momento, poderiam passar despercebidas do olhar de um observador menos atento. Ao abrir esse leque de particularidades e possibilidades de análise, observamos que existem muitas características inexploradas que fazem parte do universo desse tipo de manifestação popular.

Um primeiro aspecto interessante é que os letreiros confeccionados sem o auxílio de formas ou moldes ainda são predominantes nesse universo de manifestações vernaculares. Assim, o caráter original dos letreiros pintados e decorados à mão livre é preservado, já que dependem, basicamente, da criatividade, do senso estético e da habilidade do compositor.

Em nossa análise semântica, na qual avaliamos o conteúdo textual das mensagens, alguns resultados nos surpreenderam, considerando-se que, nos 115 letreiros catalogados, foi registrado um total de 103 ocorrências positivas (assinaladas com a resposta “*sim*”) para as categorias que contemplam o **sentido das mensagens**. Esse dado demonstra que, embora individualmente as categorias tenham revelado um número de ocorrências relativamente baixas, no cômputo geral boa parte dos letreiros (certamente mais de 50%) traz, em seus enunciados, algum tipo de peculiaridade semântica, seja através do uso de metáforas, de referências valorativas, linguísticas, espaciais, ou de menções ao anunciante e/ou proprietário do estabelecimento.

Este último, inclusive, gerou um dos resultados mais significativos da análise: cerca de 1/3 dos letreiros cadastrados trazem, no título, uma referência ao anunciante ou do dono do estabelecimento. Esse dado demonstra que os comerciantes ou prestadores de serviço que se utilizam de letreiros populares para anunciar seus negócios, fazem questão de serem reconhecidos pelos seus nomes ou apelidos no local em que estão instalados e valorizam o bom relacionamento interpessoal com seus fregueses. O fato de divulgarem tal informação, não deixa, inclusive, de ser mais uma referência valorativa, já que acaba

aproximando quem oferta e quem compra, num certo grau de intimidade e informalidade, mesmo quando não há conhecimento prévio entre as partes.

Outra conclusão importante obtida a partir da análise textual dos letreiros populares foi em relação às ocorrências de variações ortográficas. Tema recorrente no *meio não acadêmico* (geralmente abordado sob o ponto de vista debochatório), e evitado no *meio acadêmico do Design* (por ser considerado um aspecto que não deve ser ressaltado ou preservado), os erros de ortografia e gramática dos letreiros populares não foram ignorados nessa pesquisa. Sem considerarmos uma peculiaridade que deve ser preservada, muito menos imputando ares de deboche, direcionamos nosso olhar para os tipos de ocorrências mais frequentemente associados a esse tipo de manifestação popular. Como uma grata surpresa, nossos dados desmistificaram a premissa de que incidências de *letras invertidas* ainda constituem característica marcante no universo desses artefatos, considerando-se que nenhum caso foi registrado em nossa amostra. Além da baixa ocorrência das outras incidências listadas nessa categoria, ressaltamos a consciência de alguns anunciantes ou proprietários que, ao serem abordados pela pesquisadora, alertaram sobre a irregularidade ortográfica ali presente. Foi o que aconteceu com o dono da *Casa do Condimentos*, no bairro de São José.

Nesta ocasião foi esclarecido, pelo proprietário, que o esquecimento da letra “s”, da conjunção “do”, só fora percebida após a finalização de todo trabalho de confecção e composição do letreiro. Diferentemente da prática digital, no processo de pintura e decoração manual, a correção implicaria na refeitura de boa parte do trabalho, razão pela qual a mesma foi dispensada.

Com relação à análise verbal, percebemos que existe, em praticamente todas as categorias, um tipo de configuração que sempre se destaca em relação às outras. Essa conclusão reforça nossas suposições de que, apesar dos letreiros apresentarem uma variada e rica gama gráfica, é possível identificar padrões morfológicos nos elementos verbais dos letreiros populares. Outros achados relevantes foram os encontrados em relação às categorias de classificação (tipo das letras), nas quais as letras *grotescas* e *gordas* foram as que obtiveram as maiores ocorrências, provavelmente por serem os tipos que demandam menos habilidade e tempo para serem desenhadas. No entanto, em terceiro lugar ficaram os tipos de letras *fantasia* que, diferentemente das letras *gordas* e *grotescas*, têm sua forma e construção elaboradas de maneira mais autoral, com base na criatividade e habilidade do letrista. Nesse tipo de letra, articula-se o formato dos caracteres que compõem os títulos dos letreiros às possíveis referências valorativas que os artifícios gráficos podem imputar

ao produto comercializado ou serviço prestado. Um bom exemplo disso foi o letreiro *Cia do Guaraná*, no qual as letras parecem derreter com o calor tipicamente recifense, reforçando a relação entre o sentido da mensagem textual e a forma gráfica do enunciado.

Além dos padrões que se sobressaem nos tipos de alinhamento, posicionamento, construção e forma dos elementos verbais catalogados, as características que mais nos chamaram a atenção foram os *tipos de decoração* encontrados nos letreiros.

Assim, destacando a preferência pelas formas com preenchimento, já que não se observou nenhum elemento verbal apenas em *outline*, cabe ressaltar um tipo de decoração muito comum: o uso de sombras. Esse tipo de configuração observada em três variações diferentes imprime um destaque peculiar às palavras, aumentando o grau de importância dela de acordo com a quantidade das sombras aplicadas. É interessante observar também que os dois tipos de sombras mais comuns nos letreiros populares – sombra deslocada e sombra projetada –, aparecem também com as mesmas propriedades morfológicas, nos rótulos de aguardente de cana da Oficina Guaianases de Gravura, impressos em litografia no século XX – os quais já foram mencionamos ao longo desse trabalho. Esse tipo de semelhança gráfica sugere vários caminhos que podem ser desdobrados em estudos futuros, com o intuito de demonstrar que as configurações gráficas, encontradas em ambos os artefatos, permanecem interligadas, transcendendo o tempo, as renovações tecnológicas e o meio em que estão dispostos.

Ainda quanto à decoração, um dos aspectos que cria, quase que instantaneamente, um elo identitário entre os letreiros populares, é o uso predominante de cores primárias e bastante saturadas, em detrimento de cores secundárias ou terciárias, como o roxo, o cinza, o bege e o rosa. Por ser uma característica inconfundível e muito evidente nesse tipo de manifestação, a paleta de cores vivas e os altos contrastes entre os tons cromáticos, podem ser considerados os aspectos mais inerentes a esse tipo de manifestação popular, já que está presente na grande maioria dos letreiros catalogados. Este universo multicolorido é capaz, inclusive, de permitir associações com outros setores do contexto local, como o carnaval, o artesanato, o folclore e a arquitetura colonial. Todos estes têm papel cultural importante e trazem, nas cores, uma característica marcante e, portanto, contribuem para o reforço da identidade cultural da cidade do Recife e do repertório visual dos recifenses.

Analogamente ao que foi observado na análise verbal, os elementos pictóricos registrados também apresentam padrões morfológicos definidos que se sobressaem nas categorias analisadas. Este fato demonstra que, também nesse sentido, os letreiros populares têm

características próprias que podem ser identificadas como particularidades comuns às manifestações gráficas populares de caráter vernacular.

Nessa análise, os resultados obtidos permitiram-nos traçar um panorama bastante variado dos elementos pictóricos encontrados, principalmente nas categorias dos *ingredientes da linguagem pictórica*. Na maioria delas, verificamos que um dos polos extremos geralmente abarcou a maioria das ocorrências, sendo que as variáveis centrais (que pendiam para os pólos) e a variável neutra normalmente não eram assinaladas com frequência. Assim, concluímos que, no universo dos elementos pictóricos, o exagero faz-se presente como uma característica marcante.

Ressaltamos também que o senso estético dos letristas ao elaborar os desenhos, e o domínio das técnicas de ilustração e representação gráfica nos surpreendeu. Tomando como exemplo um mesmo objeto de análise, como o coco, registrado em diversos tipos de representações, observamos que a riqueza de detalhes das representações mais realistas faz-lhe dignas de serem expostas como obras de arte no sentido tradicional. Por outro lado, as diversas representações sintáticas da fruta, poderiam ser confundidas com um logotipo bem elaborado e criativo, instituído por um designer com formação acadêmica.

Sendo assim, apresentamos os esquemas abaixo como uma síntese das configurações semânticas (fig. 167) e morfológicas (figs. 168 e 169) mais frequentes, encontradas nos letreiros populares catalogados.

REFERÊNCIAS	
METAFÓRICAS	POSITIVO PARA 1/10 DA AMOSTRA > POUCO COMUM
VALORATIVAS	OUTRAS      RELIGIOSA
ESPACIAIS	REGIONAL
AO ANUNCIANTE OU PROPRIETÁRIO	POSITIVO PARA 1/3 DA AMOSTRA > COMUM
REF. LINGUÍSTICAS ESPECÍFICAS	ESTRANGEIRISMOS
VARIAÇÕES ORTOGRÁFICAS	ACENTUAÇÃO INDEVIDA

Figura 167: Características mais frequentes da análise semântica.

### POSICIONAMENTO

DISPOSIÇÃO DAS LETRAS	Movimento LINEAR	Direção HORIZONTAL
ALINHAMENTO	CENTRALIZADO	

### CONSTRUÇÃO

CLASSIFICAÇÃO <i>Atributos formais</i>	GORDAS	GROTESCAS
BASE CONSTRUTIVA	TIPOGRÁFICA	
ESTILO	ROMANO	
LINHAS	CONTÍNUAS	
CAIXA	CAIXA-ALTA	
TAMANHO DAS LETRAS	IGUAIS	

### FORMA

PESO	BOLD	
PROPORÇÃO	NORMAL	
CONTRASTE ENTRE HASTES	NENHUMA	
CONEXÃO ENTRE AS LETRAS	NÃO HÁ	
TERMINAIS SEM SERIFA	ARREDONDADOS	
TERMINAIS COM SERIFA	ARREDONDADOS	QUADRADOS
TERMINAIS E REMATES ESPECÍFICOS	LÁGRIMA	DECORADO

### DECORAÇÃO

BASE	PREENCHIMENTO		
SOMBRA	Quantidade SIMPLES	Estilo DESLOCADA	
ORNAMENTOS	DIVERSOS	PREENCHIMENTO SOBREPOSTO	
COR DE FUNDO	Pintura CHAPADA	Cor BRANCO	Cor AMARELO
COR DOS ELEMENTOS	Pintura CHAPADA	Cor PRETO	Cor VERMELHO

Figura 168: Características mais frequentes da análise verbal.

**POSICIONAMENTO**

ENQUADRAMENTO	CORPO
ÂNGULO	FRONTAL

**INGREDIENTES DA LINGUAGEM PICTÓRICA**

GAMA	MUITO EXPANDIDA
CONSISTÊNCIA	MUITO HOMOGÊNEA
ENQUADRAMENTO	MUITO CONJUNTIVO
POSICIONAMENTO	MUITO SIMÉTRICO
PROXIMIDADE	MUITO PRÓXIMO
CINÉTICA	MUITO ESTÁTICO
NATURALISMO	MUITO NATURALISTA

**ESTILO**

BASE	PREENCHIMENTO
REPRESENTAÇÃO	BIDIMENSIONAL

**COR**

COR DE FUNDO	Pintura CHAPADA	Cor BRANCO	Cor AMARELO
COR DOS ELEMENTOS	Pintura CHAPADA	Pintura CONTORNO	
	Cor PRETO	Cor VERMELHO	Cor BRANCO
	Cor AMARELO	Cor VERDE	

Figura 169: Características mais frequentes da análise pictórica.

Além dos resultados de ordem prática, os levantamentos feitos nessa pesquisa nos remetem ainda a outras questões que vem sendo constantemente debatidas no campo do Design: qual o valor dos artífices que não possuem titulação acadêmica? Esse tipo de manifestação gráfica pode ser considerado um artefato gráfico de Design? A quais aplicabilidades práticas do campo do Design podemos submeter os elementos estudados e suas análises?

Uma das grandes contribuições do Design no processo de formação infantil dá-se a partir da criação de artefatos que incentivem o aprendizado por meio de estímulos às experiências sensoriais da criança. Os resultados gerados pela nossa análise, bem como as conclusões obtidas a partir dela, sugerem algumas aplicações que podem ampliar o repertório visual das crianças, trazendo para o universo lúdico os elementos vernaculares que compõem o cenário urbano da cidade do Recife. Com o intuito de fazer o público perceber as peculiaridades gráficas presentes nesses artefatos populares, propomos uma versão adaptada do clássico jogo Cara a Cara.

Mesmo configurando apenas um exemplo – ainda passível a testes de usabilidade – de como podemos integrar os estudos de Memória Gráfica ao campo da Educação num artefato de Design, escolhemos esse artefato infantil por incentivar, a partir de uma dinâmica investigativa, a análise gráfica dos elementos que o compõem.

Na versão original do jogo, dois participantes deveriam observar atentamente as características físicas de várias ilustrações, contendo rostos humanos, dispostos em cartelas, enfileiradas em suportes individuais para cada um, contendo a mesma amostra imagética. Assim, numa dinâmica de perguntas direcionadas que resultam em repostas afirmativas ou negativas, cada participante deve tentar identificar o rosto cuja cartela o seu adversário havia sorteado como “carta de adivinhação”. Ao alternar as perguntas e respostas, os jogadores eliminam as alternativas que não apresentam as características levantadas, até se chegar numa alternativa final (figs. 170 e 171).

Na nossa versão, o *Cara a Cara* ganhou, no título, o complemento da palavra “Vernacular” e teve as ilustrações dos rostos humanos substituídas por imagens fotográficas dos elementos pictóricos utilizados no *corpus* dessa pesquisa, cujas texturas, falhas e outras propriedades originais foram preservadas. Além disso, para se aproximar ainda mais da estética vernacular, o mesmo teve o suporte de plástico substituído por uma base de madeira, pintada com cores primárias e saturadas, numa referência ao tipo de suporte, à textura e às cores observadas no universo dos letreiros populares do Recife (fig. 172).



Figura 170: Jogo Cara a Cara original, produzido pela empresa Estrela.



Figura 171: Jogo Cara a Cara versão reduzida, produzido pela empresa Estrela.

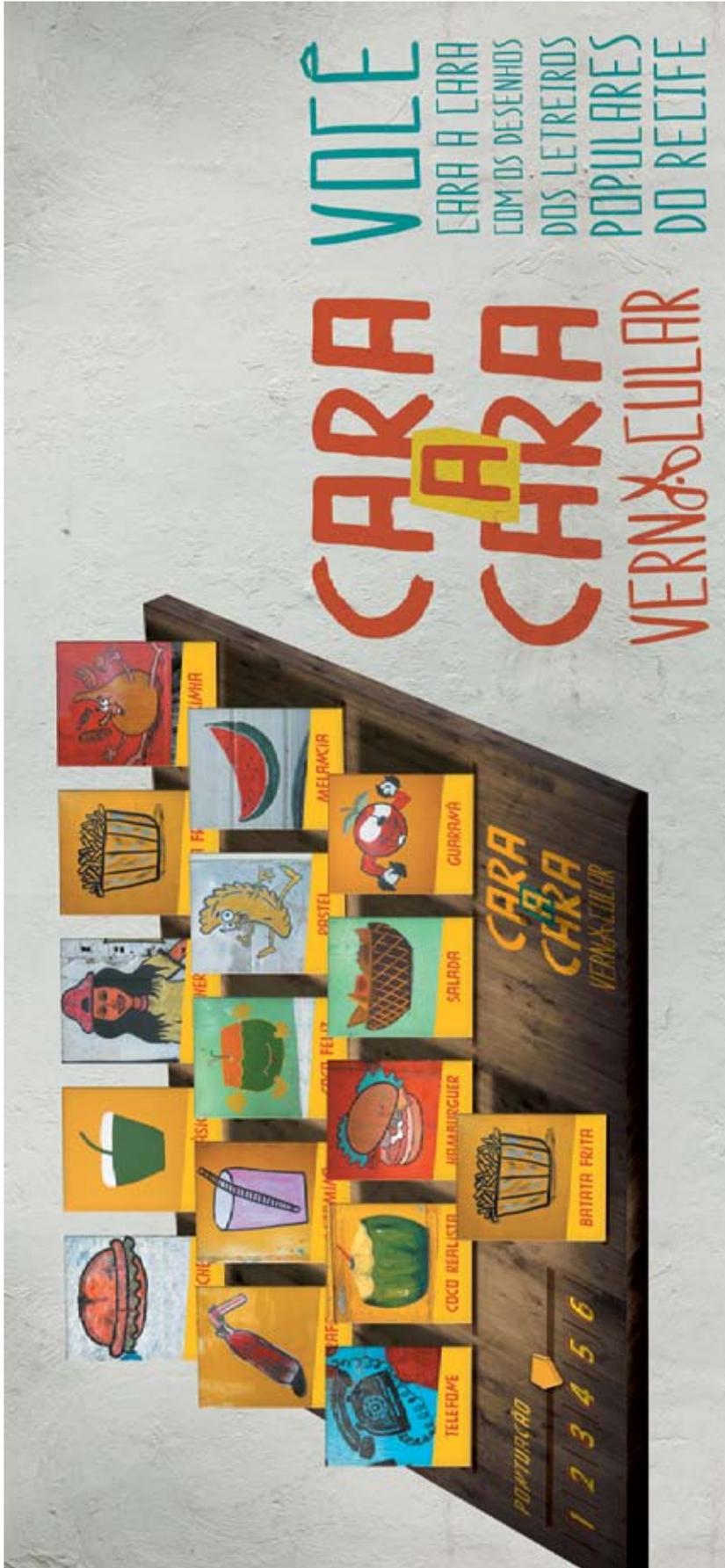


Figura 172: Jogo Cara a Cara Vernacular.

Cabe ressaltar que, por trazer essa proposta artesanal e ser de fácil produção, o *Cara a Cara Vernacular* também nos remete aos brinquedos populares, como o rói rói, o mané-gostoso e a traca-traca (figs. 173, 174 e 175). Normalmente multicoloridos e confeccionados em madeira, esses brinquedos são encontrados em feiras livres, nos mercados públicos, em mercearias e museus. Segundo Machado (2012), no contexto folclórico, esses brinquedos constituem peças fundamentais para o desenvolvimento intelectual e motor infantil, além de aproximar as crianças das várias realidades sociais do local em que vivem.



Figuras 173, 174 e 175: Brinquedos populares rói rói, mané gostoso e traca traca.

Assim, por buscarem a preservação da sua identidade cultural, acreditamos que artefatos como esses são capazes de proporcionar, aos usuários, experiências internas e externas ao seu mundo e seu cotidiano. O incentivo às pesquisas na área e a concretização de projetos que tenham esse objetivo ampliam e aceleram o processo de hibridização cultural que já vem ocorrendo. Além disso, trazer essas referências ao público infantil permite-nos direcionar seus olhares para essas manifestações de maneira mais atenta, fazendo com que reconheçam o seu valor e seu papel na cultura local.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ANJOS, M. *Local/global: arte em trânsito*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2005.

ARANHA, M. L. A.; MARTINS, M. H. P. *Filosofando: introdução à filosofia*. 2ª ed. São Paulo: Moderna, 2002.

ARAGÃO, I.; BARRETO CAMPELLO, S. ; RAMOS, H. ; HENNES, M. Catalogação e análise dos rótulos de aguardente do Laboratório Oficina Guaianases de Gravura. In: 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2008, São Paulo. Anais do 8º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, v. 1. 2008, pp. 318-333.

ARIMATÉIA, J. Caranguejos com antenas parabólicas. *Jornal do Brasil*, Caderno B, 30 jul. 1993, pp.64.

BACELAR, L. Relatório Parcial de Pesquisa de Iniciação Científica (não publicado). Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2012.

BAKHTIN, M. *Questões de literatura e estética*. 5ª. ed. Trad. Aurora Fornoni Bernardini, José Pereira Júnior, Augusto Góes Júnior, Helena Spryndis Nazário, Homero Freitas de Andrade. São Paulo: Hucitec, 2002.

BAJTIN, M. *Hacia una filosofia del acto ético. De los boradores y otros escritos. Traduzido por Tatiana Bubnova*. Rubi (Barcelona): Anthropos, 1997.

BARRETO CAMPELLO, S. Em busca da prática perdida. In: BARRETO CAMPELLO, Silvio & ARAGÃO, Isabella (Org.). *Imagens Comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases*. Recife: Néctar, 2011, pp. 120p.: il.

BISSOLI, L. S. Leitura de imagens: as concepções dos professores de educação infantil. Dissertação de Mestrado. Universidade Estadual Paulista. Programa de Pós-Graduação em Educação (Área Alfabetização): Rio Claro, 2006.

BOMFIM, G. A. *Idéias e formas na história do design*. Ed. UFPb. João Pessoa: 1998.

BRAIT, B. A Palavra mandioca do verbal ao verbo-visual. *Bakhtiniana*, São Paulo, v. 1, n. 1, 2009, pp.142-160.

- BRINGHURST, R. *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- BRIZUEÑA, D. B. O eu e o outro: pensando a alteridade. Carta ao leitor. São Matheus do Sul (PR): 2011. Disponível em: <[www.jornalaconteceu.com.br/index.php/carta-do-leitor/431-o-eu-e-o-outro-pensando-a-alteridade](http://www.jornalaconteceu.com.br/index.php/carta-do-leitor/431-o-eu-e-o-outro-pensando-a-alteridade)>. Acesso em: 18 de março de 2012.
- BURKE, P. *O que é história cultural?* Rio de Janeiro:Zahar, 2008.
- CANCLINI, N. G. *Culturas híbridas: estratégias para entrar e sair da modernidade*. 4ª. ed . Trad. Heloísa P. Cintrão e Ana Regina Lessa. São Paulo: Edusp, 2008.
- CARDOSO, F. As dimensões do design gráfico vernacular: uma introdução dos letreiros pintados à mão. *Textos escolhidos de Cultura e Artes Populares*, vol. 2, n. 2, Rio de Janeiro, 2005, pp.7-26.
- CARDOSO, R. (Org.). *O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica , 1870-1960*. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARDOSO, R. *Uma introdução à história do design*. São Paulo: Edgard Blücher, 2004.
- CARVALHO, F. Engenho São Jorge dos Erasmos. Santos (SP): novembro de 2005. Disponível em: <[www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=49](http://www.unisantos.br/pos/revistapatrimonio/artigos.php?cod=49)>. Acesso em: 25 de abril de 2012.
- CERBINO, A. L. *O Espaço Urbano: Reflexos no Design*. Estudos em Design, Rio de Janeiro, vol.09, n. 1/2, p. 09-15, out. de 2001.
- CHOAY, F. *O urbanismo*. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- COELHO, J. T. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Ed. Iluminuras, 1997.
- COSTA, A. A Teoria Piagetiana das Trocas Sociais e sua aplicação aos ambientes de Ensino-aprendizagem. *Informática na Educação: teoria & prática*. Processos múltiplos de interação em ambientes virtuais de aprendizagem. Vol. 06, nº2, jul-dez de 2003, pp. 77-87.
- COUTINHO, S. O sistema informacional nos rótulos comerciais de cachaça em Pernambuco (1940-1970). In: BARRETO CAMPHELLO, Silvio & ARAGÃO, Isabella (Org.). *Imagens Comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases*. Recife: Néctar, 2011, pp. 120p.: il.
- COUTINHO, S. Modelos de Análise de Ashwin. Notas de aula. (Mimeo). Recife, UFPE, 2008.
- COUTINHO, S. Design da Informação para Educação. *InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação*, 3 – 1/2, 2006, pp. 49-60.
- CUNHA, S. R. *Cor, som e movimento: a expressão plástica, musical e dramática no cotidiano da criança*. Porto Alegre: Mediação, 1999.
- DIXON, C.. Describing typeforms: a designer's response. *InfoDesign*, 5 – 2, 2006, pp. 21 – 35.
- DONES, V. Lucia. As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica. In: VII Conferência Brasileira de Folkcomunicação. Centro Universitário Univates. Lajeado, 2004.

FINIZOLA, F. Panorama tipográfico dos letreiramentos populares: um estudo de caso na cidade do Recife. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco. Recife, 2010.

FINIZOLA, F.; COUTINHO, S. Em busca de uma classificação para os letreiramentos populares. Anais do 4º Congresso Internacional de Design da Informação, 3º InfoDesign Brasil, 4º Congic. São Paulo: SBDI, 2009.

FONSECA, J. *Tipografia e design gráfico: design e produção gráfica de impressos e livros*. Porto Alegre: Bookman, 2008.

FREYRE, G. Açúcar: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do nordeste do Brasil. 5ª ed. São Paulo: Cia. das Letras, 2007, pp.21-50.

GADAMER, H.G. *Hermenêutica em Retrospectiva*. Tradução de Marco Antônio Casanova. Petrópolis: Vozes, 2009.

GADAMER, H.G. *Verdade e Método II*. Complementos e índice. Petrópolis: Vozes. Bragança Paulista: Edi. Universitária São Francisco, 2004,

GARCÉS, A. L. *Ojo al aviso: una panorámica de la gráfica, el diseño, el arte y la comunicación visual popular*. Quito: La Cajonera, 2009.

GENOVESE, A. J. *Manual del Filete Porteño*. 1 ed. Buenos Aires: Grupo Ediciones Porteñas, 2008.

GOMES, E. T. Um passeio temático pela cidade do Recife: o processo de revitalização, êxitos e fracassos. *Memórias: Revista digital de história y arqueología desde El Caribe, Barranquilla*, vol.03, nº 06, novembro de 2006.

GOUVEIA, A. P.; FARIAS, P.; GATTO, P. Letters and cities: reading the urban environment with the help of perception theories. *Visual Communication*, v. 8, 2009, pp. 339-348.

GRANDE ENCICLOPÉDIA LAROUSSE CULTURAL. São Paulo: Nova Cultural, 1998.

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

HALL, S. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. Rio de Janeiro : DP&A Editora, 2006.

HEIDEGGER, M. *El ser y el tiempo*. Trad. José Gaos. El Salvador/Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica, 2010.

HENNES, M.; BARRETO CAMPELLO, S. Imagens comerciais de Pernambuco: o acervo de matrizes litográficas do Laboratório Oficina Guaianases de Gravura. In: XVI Congresso de Iniciação Científica da UFPE, 2008, Recife. Anais do XVI Congresso de Iniciação Científica da UFPE, 2008, Recife.

HUERTA, R. I like cities; Do you like letters? Introducing urban typography in art education. *International Journal of Art & Design Education*, vol. 29, n. 1, p. 72-81, fev. 2010.

ISQUERDO, A. N. A propósito de dicionários de regionalismos do português do Brasil, 2007. In: Aparecida Negri Isquerdo; Ieda Maria Alves. (Org.). *As Ciências do Léxico*. Lexicologia, Lexicogra-

fia, Terminologia. 1ª ed. v. III. Campo Grande: Editora da UFMS. São Paulo: Associação Editorial Humanitas, 2007, pp. 193-208.

JC ONLINE [EDUCAÇÃO]. Números da Educação em Pernambuco. Disponível em: <[www.jc.uol.com.br/canal/educacao/noticia/2009/03/06/numeros-da-educacao-em-pernambuco-181089.php](http://www.jc.uol.com.br/canal/educacao/noticia/2009/03/06/numeros-da-educacao-em-pernambuco-181089.php)>. Acesso em: 17 de fevereiro de 2010.

JOLY, M. *Introdução à análise da imagem*. Trad. Marina Appenzeller. 2. ed. São Paulo: Papirus, 1996.

LIMA, S. A. N.; SILVA, A. C. J.; CORREIA, B. C. V.; CARVALHO, M. L. Do oriente ao Brasil: a trajetória do açúcar. In: Anais da IX Jornada de Ensino, Pesquisa e Extensão. JEPEX, 2009. Recife: UFRPE.

LIMA, S. F. O trânsito dos ornatos: modelos ornamentais da Europa para o Brasil, seus usos [e abusos?]. Anais do Museu Paulista, vol. 16, nº 01, Jan/Jun de 2008, pp. 151-199.

LUYTEN, S. Mangá produzido no Brasil: pioneirismo, experimentação e produção. In: XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Belo Horizonte, 2003.

MACHADO, R. V. Brinquedos populares. **Pesquisa Escolar Online**, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em <[www.basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar](http://www.basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar)>. Acesso em: 21.07.2012.

MARTINS, B. Tipografia popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano. Dissertação de mestrado. Universidade Federal de Minas Gerais. Belo Horizonte, 2005.

MEGGS, P.B.; PURVIS, A. W. *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac Naify, 2009.

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

MOLAR, J. O. Alteridade: uma noção em construção. 2008. Trabalho apresentado no VIII Congresso Nacional de Educação (EDUCERE), Edição internacional, Ponta Grossa, 2008.

MOREIRA, A.; PEDROSA, J.; PONTELO, I. O conceito de atividade e suas possibilidades na interpretação de práticas educativas. Ensaio Pesquisa em Educação em Ciências, América do Norte, 2011.

MUNARI, B. *Na noite escura. Ilustrações do autor*. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

NOGUEIRA, N. A função da imagem na construção de material didático utilizado em EAD: uma contribuição para a área de design instrucional. 2005. Encontro Internacional de Educacion Superior (Unam), 2005.

- PADULA, W.; SPUNGIN, S. A criança visualmente incapacitada, do nascimento até a idade pré-escolar: a importância da estimulação visual. Trad. André Oliveira. Revista Benjamin Constan, ed. 03, maio de 1996. Disponível em: <www.ibc.gov.br/?itemid=109>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2012.
- PEREIRA, G. *Rua dos Inventos: ensaio sobre desenho vernacular*. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 2002.
- RAMOS, H.; BARRETO CAMPELLO, S. Elementos pictóricos do acervo de matrizes litográficas do Laboratório Oficina Guaianases de Gravura. In: XVI Congresso de Iniciação Científica da UFPE, 2008, Recife. Anais do XVI Congresso de Iniciação Científica da UFPE, 2008, Recife.
- ROCHA, D.; MELO, A.; SOUTO, E.; NEVES, A.. Avaliação Estética de Games. Recife: Universidade Federal de Pernambuco, 2006. Disponível em: [www.lbd.dcc.ufmg.br/bdbcomp/servlet/Trabalho?id=8690](http://www.lbd.dcc.ufmg.br/bdbcomp/servlet/Trabalho?id=8690). Acesso em: 15 de julho de 2012.
- SAVIANI, D. A Universidade e a Problemática da Educação e Cultura. *Educação Brasileira*, Brasília, v. 1, n. 3, 1979, pp. 35-58.
- SILVA, E. M. Shrek, do conto ao filme: um “reino” não tão distante. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal da Paraíba. CCHLA, Letras: João Pessoa, 2007.
- SOUZA, S. E. O uso de recursos didáticos no ensino escolar. In: I Encontro de Pesquisa em Educação; IV Jornada de Prática de Ensino; XIII Semana de Pedagogia da UEM: “Infância e Práticas Educativas”. Arq Mudi., 2007.
- SUASSUNA, A. *Iniciação à Estética*. . 4ª ed. Recife: Editora Universitária da UFPE, 1996.
- TWYMAN, M. Further thoughts on a schema for describing graphic language. Proceedings da 1<sup>st</sup> International Conference on Typography & Visual Communication History, Theory, Education. June 2002, Thessaloniki, Greece, 2002.
- TWYMAN, M. The graphic presentation of language. *Information Design Journal*, vol. 3, nº2, 1982, pp. 102-109.
- TWYMAN, M. A schema for the study of graphic language. In: KOLERS, Paul A.; WROLSTAD, Merald E.; BOUMA, Herman (Eds.). *Processing of visible language*. v.1. Trad. Edna Lucia Cunha Lima. New York: Plenum Press, 1979, pp. 117-150.
- VALADARES, P. O frevo nos discos da Rozenblit: um olhar de designer sobre a representação da indústria cultural. Dissertação de mestrado não publicada. Departamento de Design. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2007.
- VILLAS-BOAS, A. *O que é [e o que nunca foi] design gráfico*. 5ª ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2003.
- VILLAS-BOAS, A. O design gráfico como objeto dos estudos culturais. *Estudos em Design*, Rio de Janeiro, vol.07, n. 1/21, 999, pp. 55-66.
- WAECHTER, H. Olhares retóricos sobre a litografia comercial pernambucana. In: BARRETO CAMPELLO, Silvio & ARAGÃO, Isabella (Org.). *Imagens Comerciais de Pernambuco: ensaios sobre os efêmeros da Guaianases*. Recife: Néctar, 2011, pp. 120p.: il.

WALKER, S. The songs the letters sing: typography and children's reading. Reading National Centre for Language and Literacy, 2005.

WEBER, D. MEC divulga resultados do Programa de Avaliação de Alunos por estados brasileiros. O Globo Online. Publicado em: abril de 2007. Disponível em: <[www.oglobo.globo.com/educacao/mat/2007/12/04/327445029.asp](http://www.oglobo.globo.com/educacao/mat/2007/12/04/327445029.asp)>. Acesso em: 20 de fevereiro de 2010.