

Criação de um tipo *display*
baseado no azulejo publicitário
Ana Rita da Silva Leite

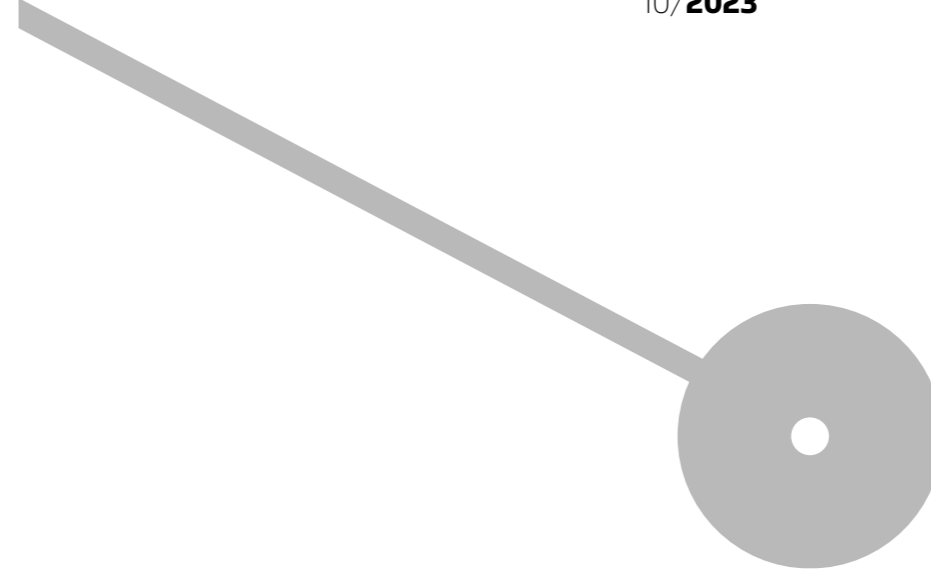
10/2023

Ana Rita da Silva Leite Criação de um tipo *display* baseado no azulejo publicitário

Criação de um tipo *display*
baseado no azulejo publicitário

Ana Rita da Silva Leite

10/2023



Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Ana Rita da Silva Leite

Criação de um tipo *display* baseado no azulejo publicitário

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Orientação: Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Vila do Conde, outubro de 2023
Politécnico do Porto
Escola Superior de Media Artes e Design

Ana Rita da Silva Leite

Criação de um tipo *display* baseado no azulejo publicitário

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Orientação: Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas

Ana Rita da Silva Leite

Criação de um tipo *display* baseado no azulejo publicitário

Trabalho de Projeto

Mestrado em Design

Membros do Júri

Presidente

Prof.^a Doutora Maria João Dias Cortesão Paour Gordo Caldeira
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor Vítor Manuel Quelhas Alves de Freitas
Escola Superior de Media Artes e Design – Instituto Politécnico do Porto

Prof. Doutor Pedro Manuel Reis Amado
Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

Vila do Conde, outubro de 2023

AGRADECIMENTOS

Gostaria de expressar o meu agradecimento a todos aqueles que, de alguma maneira, viabilizaram a concretização deste projeto.

À Escola Superior de Media Artes e Design, que me acompanha, desde 2018, no meu percurso académico. Foram cinco anos trabalhosos, mas de grande aprendizagem e crescimento.

Ao Professor Doutor Vítor Quelhas, o meu orientador, agradeço todo o apoio e disponibilidade. Pelas reuniões de trabalho, pelo aconselhamento assertivo e pelo encorajamento constante, sem nunca ter permitido que o desânimo falasse mais alto, mesmo diante das dificuldades. Agradeço também pelo tema do trabalho, pelo incentivo da continuidade do estudo da tipografia, pela oportunidade de explorar uma vertente diferente do Design, contribuindo para ampliar o meu conhecimento nessa área.

Aos professores que participaram das sessões coletivas, Abel Tavares, Ana Rita Coelho, Cristina Lousada, Marta Fernandes e Pedro Serapicos, agradeço pelas opiniões e sugestões durante todo o processo de desenvolvimento do trabalho.

Aos meus amigos, mesmo que não estejam mencionados aqui, que, de uma forma direta ou indireta, contribuíram ou auxiliaram na elaboração do projeto, agradeço pela paciência, atenção e apoio prestados nos momentos difíceis.

Por fim, agradeço a estas pessoas fantásticas, à minha família, à minha mãe, ao meu pai e aos meus irmãos, por sempre acreditarem nas minhas capacidades, pelo apoio incondicional, força e carinho que sempre me prestaram ao longo de toda a minha vida académica. Agradeço pela paciência, por me ampararem nas quedas e por me ajudarem a levantar. Obrigada por me estimularem a dar sempre o meu melhor, por me fazerem ver que existe sempre um caminho.

RESUMO ANALÍTICO

Com o passar do tempo, as letras passaram a estar presentes em todos os lugares. A tipografia manifesta-se em restaurantes, cafés, lojas comerciais, jardins, salas de cinema, praças, museus, sinais de trânsito, estações de comboios, paragens de autocarros ou azulejos publicitários.

Assim, este estudo tem como objetivo a união do design com o azulejo na construção de um sistema tipográfico constituído por quatro fontes: serifada, grottesca, stencil e monoespaçada.

Numa primeira fase, recorreu-se à revisão da literatura para fundamentar o desenvolvimento dos conceitos base para a presente investigação: tipografia e azulejo. Adicionalmente, para aprofundar a compreensão do objeto de estudo, recorreu-se à recolha e análise de estudos de caso.

Posteriormente, numa segunda fase foram investigadas as possíveis formas do desenho de letras recorrendo-se a um estudo da tabela de derivação de caracteres. Numa terceira fase através de metodologias informadas pelo design, colocaram-se em prática todos os conhecimentos investigados resultando na criação de um sistema tipográfico.

Os resultados exibem múltiplas formas de aplicação, em variados suportes, através do uso de letras ou de padrões. Desta forma, através deste sistema tipográfico, o utilizador consegue usufruir da criação de títulos, através de uma fonte ou da junção de várias, mesmo que todas não partilhem das mesmas proporções. Além disso, a versão stencil foi desenvolvida como elo de ligação ao padrão de azulejo, permitindo a criação de padrões através da junção de letras. Em similaridade, o projeto também permite a criação de bordas e padrões que podem aplicar-se em diversos suportes através da rotação e inversão de um módulo, ampliando o seu potencial de contributo para o design.

PALAVRAS-CHAVE: Tipografia vernacular, Azulejo publicitário, Padrão, Design de tipos, Sistema tipográfico

ABSTRACT

Over time, letters have appeared everywhere. Typography is expressed in restaurants, cafés, stores, gardens, cinemas, squares, museums, traffic signs, train stations, bus stops and advertising tiles.

The aim of this study is to combine design and tiles in the construction of a typographic system made up of four fonts: serif, grotesque, stencil and monospaced.

In the first phase, a literature review was used to support the development of concepts based on work already carried out by researchers with a common interest. Then, in a second phase, the possible forms of letter design were investigated using a study of the character derivation table. In a third phase, the research was implemented, resulting in the creation of a typographic system.

The results show multiple forms of application on various media through the use of letters or patterns. Thus, through this typographic system, the user can enjoy the creation of titles, through one font or the combination of several, all of which share the same proportions. In addition, the stencil version was developed as a connector to the tile pattern, allowing patterns to be created by joining letters together.

Similarly, the project also allows for the creation of borders and patterns that can be applied to various supports by rotating and inverting a module, expanding its potential contribution to design.

Keywords: Vernacular Typography, Publicity Tile, Pattern, Type design, Typographic system

SUMÁRIO

	LISTA DE FIGURAS	XI
	INTRODUÇÃO	1
	Enquadramento e motivação	1
	Objetivos	2
	Metodologia	3
I	ENQUADRAMENTO TEÓRICO	
1.	TIPOGRAFIA	5
1.1	Contextualização	5
1.2	Origem da escrita	6
1.3	Evolução formal dos números	9
1.4	Design como expressão cultural	10
1.5	Tipografia Vernacular	13
1.6	Tipografia, caligrafia e <i>lettering</i>	16
1.7	Tipografia decorativa	17
2.	AZULEJO	20
2.1	Azulejo em Portugal	20
2.2	Azulejo padrão	22
2.3	Stencil como forma de criação de azulejos padronizados	25
2.4	Azulejo publicitário	26

3.	ESTUDOS DE CASO	29
3.1	Contextualização	29
3.2	Porto.	30
3.3	<i>Porto Type</i>	31
3.4	<i>Minho</i>	32
3.5	Azulejo padrão de fachada	33
3.6	Letras em retalhos	34
3.7	Letras do cotidiano	35
3.8	<i>Combined letters</i>	35
3.9	<i>Hipnopedia</i>	36
II	DESENVOLVIMENTO DO PROJETO	
1.	CONTEXTUALIZAÇÃO	37
1.1	Por onde começar?	39
1.2	Classificação de letras	40
1.3	Escolha da tipografia	50
1.4	Desenho de tipos digitais	50
1.5	Anatomia do tipo	51
1.6	Proporções clássicas e modernas em letras maiúsculas	52
1.7	Derivação de caracteres	53
2.	DESENVOLVIMENTO PRÁTICO	
2.1	Estudos	58
2.2	Caracteres alternativos	69
2.3	Números	70
2.4	Sinais de pontuação	72
2.5	Stencil	73
2.6	Tipografia decorativa	74
2.7	Resultados	77
2.8	Aplicações	87

3.	CONCLUSÃO	92
3.1	Considerações finais	92
3.2	Limitações de estudo	93
3.3	Sugestões para estudos futuros	93
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	95

Lista de figuras

Figura 1: Arte Rupestre Gruta do Pitoco, Alcinópolis, Fonte: Marco António dos Reis (Adaptado de: Marques (s.d))	7
Figura 2: Arte Rupestre Serra do Barro Branco -Alcinópolis, Fonte: Marco António dos Reis (Adaptado de: Marques (s.d))	7
Figura 3: Primeiros sistemas de escrita, Clair & Busic-Snyder (2009, (Adaptado de: Laiginhas, 2017))	8
Figura 4: Adaptado de “Sistemas de signos” de Aicher Krampen. (Adaptado de Pepe 2021)	9
Figura 5: Autoria própria. Aveiro, 2023	10
Figura 6: Autoria própria. Porto, 2023	10
Figura 7: Autoria própria. Vila Nova de Gaia, 2023	10
Figura 8: Jonhston Sans, Metro de Londres. Costa (2016)	11
Figura 9: Gill Sans, Sistema de caminho-de-ferro britânico. Costa (2016)	11
Figura 10: Características de design popular, vernacular e regional. Finizola (2010)	13
Figura 11: Loja Porto. Autoria própria	14
Figura 12: Fachada de uma tabacaria. A loja está localizada na região central de Belo horizonte. Produzido por um profissional. Eller (2013).	14
Figura 13: Diferentes cartazes de estabelecimentos comerciais registados no centro de Belo horizonte. Ambos produzidos por cartazistas profissionais. Eller (2013)	15
Figura 14: Porta lateral de um estabelecimento na rua Guaicurus, no centro da capital mineira. Eller (2013)	15
Figura 15: Letreiros (Adaptados de: https://www.instagram.com/umportografico/)	15
Figura 16: Representação da haste mais espessa quando desce. Hernández e Vergara (s.d)	17
Figura 17: Representação da haste mais fina quando sobe. Hernández e Vergara (s.d)	17
Figura 18: Esquerda: Publicidade teatral no século XIX. (East London Theatre Archive). Direita: Cartaz de feira vitoriana (British Library). (Pepe, 2021)	18
Figura 19: Exemplos de tipografias. Pepe (2021)	19
Figura 20: Maria Keil: aspeto do revestimento da estação Parque, 1959. Santos (2009)	23
Figura 21: Maria Keil: Viúva de lamego, 1955. Santos (2009)	23
Figura 22: Azulejo de Eduardo Nery. Resende (s.d)	23
Figura 23: Tipologias de azulejo por Eduardo Nery (2007). Retirado de Nunes (2014)	24
Figura 24: Exemplo de azulejo. (Heitlinger, 2011)	25
Figura 25: Exemplo de padrões aplicados em loiça. (Heitlinger, 2011)	25
Figura 26: FÁBRICA DE LOIÇA DE ANTONIO DA COSTA LAMEGO. https://jfarroios.pt/a-freguesia/patrimonio/fabrica-viuva-lamego/	27
Figura 27: CASA DE COMERCIO DE FAZENDAS DE LÃ, LINHO, ALGODÃO, E SEDA, NACIONAIS E ESTRANGEIRAS, POR ATACADO E A RETALHO E UM VARIADO SORTIMENTE DE BIJOTERIAS E FATO FEITO. https://www.sulinformacao.pt/2017/10/amigos-do-museu-de-portimao-visitaram-museu-irmao-em-	27
Figura 28: Letreiro da antiga mercearia "Casa Firmino". Praça da República, Vila do Conde. Amorim (2003)	27
Figura 29: Frontão da "Padaria Auxiliadora". Rua de S. Dinis, Porto. Amorim (2003)	27
Figura 30: Exemplos da aplicação do azulejo. (Adaptado de: https://www.behance.net/gallery/20315389/New-identity-for-the-city-of-Porto)	30

Figura 31: Exemplos do projeto. Costa (2016) _____	31
Figura 32: Exemplos do projeto. Correia (2014) _____	32
Figura 33: Exemplos do projeto. Laiginhas (2017) _____	33
Figura 34: Exemplos do projeto. Paiva (2010) _____	34
Figura 35: Exemplos do projeto. Eller (2014) _____	35
Figura 36: Exemplos do projeto. (Adaptado de: https://www.behance.net/gallery/2163383/Combined-letters-Experimental-Typography) __	36
Figura 37: Exemplos do projeto. Licko (1997) (Adaptado de: https://www.emigre.com/PDF/Hypnopaedia.pdf) _____	36
Figura 38: Azulejo publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019. (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/) _____	37
Figura 39: Figura 37: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	42
Figura 40: Classificação de letras. Eller (2014) _____	42
Figura 41: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	42
Figura 42: Classificação de letras. Eller (2014) _____	43
Figura 43: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	43
Figura 44: Classificação de letras. Eller (2014) _____	43
Figura 45: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	43
Figura 46: Classificação de letras. Eller (2014) _____	44
Figura 47: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	44
Figura 48: Classificação de letras. Eller (2014) _____	44
Figura 49: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	44
Figura 50: Classificação de letras. Eller (2014) _____	45
Figura 51: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	45
Figura 52: Classificação de letras. Eller (2014) _____	45
Figura 53: Classificação de letras. Eller (2014) _____	46
Figura 54: Classificação de letras. Finizola (2010) _____	46
Figura 55: Classificação de letras. Eller (2014) _____	46
Figura 56: Azulejo Publicitário “Irmandade de S. Crispim e S. Crispiano”. Porto, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/68fa03/) _____	47
Figura 57: Azulejo Publicitário “Prazeres & Irmão, Sucessores”. Castro Verde, 2018 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/6c47b2/) _____	47
Figura 58: Azulejo Publicitário “A Primorosa”. Sines, 2019. (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/52470d/) _____	47
Figura 59: Azulejo Publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/) _____	47
Figura 60: Azulejo Publicitário “Companhia União de Crédito Popular”. Porto, 2015 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/34c9b2/) _____	47
Figura 61: Azulejo Publicitário “Albergues Noturnos do Porto”. Porto, 2019. (Adaptado de: https://www.publico.pt/2019/03/27/p3/video/video-recuperacao-albergues-porto-20190325-151702) _____	47
Figura 62: Azulejo Publicitário “Bazar dos Três Vintens”. Porto, 2019. (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/32ea14/) _____	47
Figura 63: Azulejo Publicitário “Casa da Água da Foz da Sertã”. Sertã, 2019. (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/6e63e2/) _____	47

Figura 64: : Azulejo Publicitário “Fábrica de Pão de Francisco Lourenço”. Lisboa, 2019. (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/62463f/)	48
Figura 65: Azulejo Publicitário “Padaria Aveirense”. Torres Novas, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/501dae/streetview/)	48
Figura 66: Azulejo Publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/)	48
Figura 67: Azulejo Publicitário “Padaria Independente”. Porto, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/32bf48/)	48
Figura 68:Azulejo Publicitário “Padaria Flor do Paraíso”. Porto, 2015 (Adaptado de https://azulejopublicitario.pt/p/33fafb/)	48
Figura 69: Azulejo Publicitário “Pérola do Bolhão”. Porto, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/3392c4/)	48
Figura 70: Azulejo Publicitário “Adriano Vieira da Silva Lima”, Porto (Adaptado de: https://redeazulejo.lettras.ulisboa.pt/pesquisa-az/ficha.aspx?id=7075&ns=211000&Lang=PO&IPR=8096)	48
Figura 71: Azulejo Publicitário “Luís Soares”. Porto. (Adaptado de: https://amojogos.wordpress.com/2014/12/27/bazar-dos-tres-vintens-luiz-soares_porto/)	48
Figura 72: Azulejo Publicitário “Padaria Popular”. Coimbra, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/3cc9a1/)	48
Figura 73: Azulejo Publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019 (Adaptado de: https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/)	49
Figura 74: Anatomia da letra. Pepe (2021)	51
Figura 75: Proporção da letra maiúscula clássica vs. proporção da letra maiúscula moderna. Em cima, tipo Trajan, em baixo, Bauer Bodoni. (Adaptada de Cheng, 2006)	52
Figura 76: Exemplo de derivação por caracteres. Rausch e Campe (2020)	54
Figura 77: Tabela de derivação de caracteres caixa-baixa em “abcdefg”. Farias (2004)	55
Figura 78: Tabela de derivação de caracteres caixa alta em “abcdefg”. Farias (2004)	55
Figura 79: Estudos da tipografia caligráfica. Autoria própria	57
Figura 80: Estudos da tipografia serifada. Autoria própria	57
Figura 81: Estudos da tipografia Grottesca. Autoria própria	57
Figura 82: Estudos. Autoria própria	58
Figura 83: Estudos. Autoria própria	59
Figura 84: Estudos. Autoria própria	60
Figura 85: Estudos da tabela de derivação. Autoria própria	60
Figura 86: Estudos da tabela de derivação. Autoria própria	61
Figura 87: Estudos da tabela de derivação. Autoria própria	61
Figura 88: Recolha tipográfica.	62
Figura 89: Estudos	63
Figura 90: Estudos	64
Figura 91: Estudos	64
Figura 92: Estudos	65
Figura 93: Análise das serifas de diferentes tipografias. Glook, Newsreader, Diversa	65
Figura 94: Estudos	67
Figura 95: Estudos	68
Figura 96: Estudos	69
Figura 97: Recolha de números. Autoria própria	70

Figura 98: Estudos	71
Figura 99: Tipografia <i>Diversa</i>	72
Figura 100: Estudos	72
Figura 101: Estudos	73
Figura 102: Tipografia <i>Braga</i>	74
Figura 103: Tipografia <i>Diversa</i>	74
Figura 104: Tipografia <i>SapphireC Regular</i>	74
Figura 105: Tipografia <i>Coney Island</i>	74
Figura 106: Tipografia <i>Zebrawood</i>	75
Figura 107: Estudos	75
Figura 108: Estudos	76
Figura 109: Tipografia serifada	77
Figura 110: Tipografia Grottesca	77
Figura 111: Tipografia Stencil	78
Figura 112: Carateres alternativos	78
Figura 113: Tipografia Monoespaçada	78
Figura 114: Tipografia Monoespaçada, Outline	79
Figura 115: Tipografia Monoespaçada, decorativa preenchida	79
Figura 116: Tipografia Monoespaçada, decorativa colorida	79
Figura 117: Números	79
Figura 118: Sinais de pontuação	79
Figura 119: Demonstração das tipografias	80
Figura 120: Exemplos de possíveis criações de palavras	81
Figura 121: Padrões de azulejo (Adaptado de: https://reflexosdoporto.wixsite.com/guia-azulejo/padr-es)	82
Figura 122: Versão colorida: exemplos de possíveis criações de padrões	84
Figura 123: Versão colorida: exemplos de possíveis criações de padrões	86
Figura 124: Tipologia 9	86

1 INTRODUÇÃO

1.1 Enquadramento e motivação

Desde cedo que o ser humano tenta alertar, vender, comunicar e informar através da representação das suas ideias por meio de imagens e símbolos. De acordo com Meggs e Purvis (2016), tudo começou entre o Alto Paleolítico e o período Neolítico (35.000 a.C. - 4.000 a.C.), em que o ser humano sentia a necessidade de se comunicar por meio de rabiscos com sangue e pigmentos nas paredes das cavernas. Essas manifestações transmitiam os seus sucessos e fracassos nas caçadas, rituais de dança, religião e estilo de vida. Para facilitar a comunicação, o ser humano precisou desenvolver sistemas de linguagem por gestos. Com o tempo, as necessidades e hábitos humanos abriram caminho para a evolução do alfabeto, que posteriormente levou à invenção da tipografia. Atualmente, a mesma acompanha-nos em tudo o que fazemos, manifestando-se inúmeras mensagens que vemos em restaurantes, cartazes, cafés, entre outros.

A vontade de querer trabalhar com a tipografia surgiu com a participação no décimo segundo Encontro de Tipografia, que decorreu em dezembro de 2022 na Faculdade de Letras da Universidade da Beira Interior, localizada na Covilhã. Através da partilha de informação sobre o desenho das letras e sobre a tipografia vernacular, considerou-se adequado desenvolver um projeto tipográfico como projeto final, explorando uma vertente que ainda não tinha sido explorada.

Este projeto teve como propósito principal a união entre o design e o azulejo na criação de um tipo de letra que explora o potencial dos elementos formais presentes nos azulejos aplicados pelas lojas comerciais de Portugal. Diariamente somos surpreendidos, por todo o país, com uma enorme quantidade de azulejos, desde as mais antigas estações de comboios, às igrejas, às suas publicidades comerciais, às fachadas de edifícios e às lembranças próprias do país que na maior parte do tempo fazem alusões a costumes e tradições. De acordo com Fonseca (2016), o azulejo é uma das expressões mais significativas da cultura portuguesa passando por linguagens e estilos de várias gerações que enche de cor qualquer passeio ou vista através das cores presentes nos seus padrões, remetendo para figuras geométricas, temáticas figurativas e vegetalistas. Ciente deste acontecimento, somado aos interesses pela investigação

focada na tipografia vernacular e no azulejo publicitário, surgiu a motivação para o desenvolvimento deste estudo.

1.2 Objetivos

Este estudo tem como objetivo geral a união do design com o azulejo na construção de um sistema tipográfico vocacionado para títulos com quatro variantes, serifada, grotesca, stencil e monoespaçada, que explora o potencial dos elementos formais presentes nos azulejos aplicados pelas lojas comerciais em Portugal.

Objetivos específicos

- Registrar fotograficamente azulejos publicitários portugueses;
- Analisar as características formais das letras fotografadas e classificá-las nos diversos estilos;
- Investigar sobre a história da tipografia vernacular e a sua relação com o espaço/território;
- Relacionar o azulejo português com a tipografia vernacular;
- Compreender a estética, características próprias e o valor da linguagem gráfica vernacular;
- Promover a valorização da cultura regional através do olhar do design para a cidade e para o território;
- Compreender o desenho da letra e a consequente produção de tipos digitais;
- Aplicar o tipo desenvolvido em diversos suportes.

1.3 Metodologia

Considerando os objetivos citados a metodologia apresentada nesta investigação é, maioritariamente, de carácter qualitativo. Quanto aos procedimentos metodológicos adotados, recorreu-se à revisão bibliográfica desde o momento inicial do estudo, de forma a fundamentar o desenvolvimento de conceitos com base em outros trabalhos já desenvolvidos por investigadores com interesse em comum. Os casos de estudo foram obtidos através de leituras exploratórias com base em dois critérios: tipografia e azulejo. Dessa forma, foram analisados casos de estudo como o Porto Type de Sara Ferreira, Minho de Eduardo Correia, Azulejo padrão de fachada em Portugal de Sofia Langinhas, Letras em Retalhos de Diego Paiva e Letras do Cotidiano de Emerson Eller. Em paralelo à investigação bibliográfica foi dado início ao processo de recolha de informações iconográficas através de uma pesquisa de campo. Nesta etapa, delimitou-se a área de estudo da investigação, com base em dados obtidos durante a pesquisa bibliográfica.

Através do estudo da derivação de caracteres de Debra Anne Adams, o projeto desenvolve-se a partir da criação de um tipo de letra com base em letras encontradas nos azulejos publicitários de Portugal. Desse modo, torna-se necessário completar o resto do alfabeto. Neste caso específico, não seria possível começar o desenvolvimento da derivação de caracteres sem antes fazer-se uma recolha de letras. Só assim, foi possível classificar as letras de forma a ser percebido quais os estilos que a tipografia irá apresentar. Posteriormente à classificação, passou-se a uma vectorização das letras (consideradas caracteres-chave), com o intuito das mesmas serem analisadas para começar os estudos relativos à derivação de caracteres. Nestes estudos, segundo Cheng (2006), grande parte dos designers começa por desenhar alguns caracteres-chave que ajudam a definir as proporções e a personalidade da fonte. Optou-se por desenvolver os estudos de uma forma manual. “When drawing letters by hand, students can focus on creating the best possible shapes; they are not also navigating the digital tools and interface”¹ (Cheng, 2006, p. 238). No entanto, o uso do computador e respetivo *software* não só será necessário para o processo de desenho digital, como permitiu a realização

¹ Tradução livre (TL): “Quando desenham letras à mão, os alunos podem concentrar-se em criar as melhores formas possíveis; não estão também a navegar nas ferramentas e na interface digital”

de três cursos *online* na plataforma Domestika de forma a obter novos conhecimentos e desenvolver novas técnicas.

Numa outra fase, o desenvolvimento prático foi concebido à medida que as pesquisas aos casos de estudo eram analisadas. Primeiramente iniciaram-se os estudos de uma forma manual, onde foram fotocopiados exemplares e redesenhados por cima de forma a obter um melhor resultado. Posteriormente, passou-se à digitalização dos resultados e aos estudos em formato digital. Assim, foi possível continuar a melhoria dos estudos de uma forma mais rápida e num curto espaço de tempo.

Estrutura do trabalho

O presente trabalho está dividido em duas partes, o desenvolvimento teórico e o desenvolvimento prático. O enquadramento teórico é composto, para além da introdução acompanhada da motivação, objetivos, metodologia e estrutura do trabalho, pela fundamentação concetual da tipografia, do azulejo e dos estudos de caso. A segunda parte é composta pelo desenvolvimento do projeto, ou seja, pelos seus estudos, desenvolvimento e resultados. O documento encerra com a conclusão e referências bibliográficas.

Desta maneira, a introdução apresenta o enquadramento do projeto, abordando o tema, o objeto de estudo e sua relevância, os objetivos, a metodologia e a estrutura do relatório. Numa segunda fase, São discutidos capítulos sobre a origem da tipografia, evolução formal dos números, o design como expressão cultural, a tipografia vernacular, uma comparação entre a tipografia, caligrafia e *letteringe*, por fim, é apresentada a tipografia decorativa. Quanto ao azulejo, apresenta-se uma introdução deste em Portugal, a introdução do azulejo padrão e do azulejo publicitário. Por fim, é realizada uma análise de estudos de casos relacionados à tipografia e ao azulejo.

A fase de desenvolvimento do projeto emerge numa terceira etapa. Neste capítulo, são descritos minuciosamente os processos de criação das letras. Esta secção subdivide-se em três etapas. Primeiramente, ocorre a fase de estudo e análise da tipografia. Em seguida, são apresentados estudos sobre as quatro variações da letra: serifada, não-serifada, stencil e monoespaçada. Adicionalmente, são apresentados os números, sinais de pontuação e caracteres alternativos relativos à tipografia Grottesca. Por fim, os resultados são apresentados. Em último, nas considerações finais deste estudo, são expostas as conclusões, as limitações encontradas e as sugestões para estudos futuros.

I ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1. Tipografia

1.1 Contextualização

Sendo o principal tema, o design de tipos, é essencial entender um pouco da sua história e também o que a antecede. Dessa forma, este capítulo procura fazer um breve resumo acerca da tipografia e de como a mesma acompanha o nosso dia através de tudo o que fazemos. Com ela acarreta inúmeras mensagens que vemos em restaurantes, cartazes, cafés, entre outros.

Assim sendo, este módulo subdivide-se em seis partes, sendo elas: a origem da escrita, a evolução formal dos números, o design como expressão cultural, a tipografia vernacular, a tipografia, caligrafia e *letteringe*, por último, a tipografia decorativa.

Primeiramente, é abordada a origem da escrita, que possibilita compreender como o ser humano procurava comunicar e expressar as suas ideias na pré-história através das pinturas rupestres, que posteriormente deu origem á escrita. De acordo com Pancetti (2009), acredita-se que a criação da escrita não parte de uma razão específica, mas sim de um conjunto de fatores que levaram as sociedades pré-históricas a desenvolverem essa forma de comunicação. Dessa forma, a escrita torna-se o complemento visual da fala, onde, Meggs e Purvis (2016), marcas, símbolos, imagens ou letras transformam-se na palavra falada ou o pensamento não dito. Desta forma, o capítulo seguinte aborda o design como expressão cultural como continuação do assunto anterior. Anteriormente, a escrita apenas era empregue em livros. No entanto, aos poucos espalhou-se por ruas, placas de sinalização, estabelecimentos comerciais, azulejos publicitários, publicidades nas paragens de autocarros ou qualquer outro tipo de meio. Em conformidade com Blauvelt (1995), o design reside em todos os espaços não pertencendo a nenhum lugar fixo. Posteriormente, inspirada em elementos gráficos da arte popular, surge a tipografia vernacular. Considerada por Eller (2014), como sendo artefactos que de alguma maneira, retratam traços culturais e locais de um povo. Tal como na tipografia, de acordo como Lupton (1996), o vernacular é composto por uma multiplicidade de linguagens visuais não existindo uma única forma de vernacular.

Por último, ao mencionar a tipografia vernacular, naturalmente surgem os assuntos de tipografia, caligrafia e *lettering*. Assim, iniciou-se a investigação de ambas, com o propósito de entender as divergências e semelhanças.

1.2 Origem da escrita

De forma a compreender-se o surgimento, desenvolvimento e as mudanças da linguagem e da escrita, é necessário perceber-se a sua história. Segundo Meggs e Purvis (2016), tudo começou entre o Alto Paleolítico e o período Neolítico (35000 aC- 4000 aC).

A principal maneira do ser humano comunicar é através da linguagem. Ou seja, “Todo o sistema que serve de meio de comunicação de ideias ou sentimentos através de símbolos convencionais, sonoros, gráficos, gestuais ou outros que possam ser percebidos pelos diversos órgãos dos sentidos”. (Vesco, 2009, p. 9). No entanto, sabe-se que, ao longo do tempo, a humanidade foi encontrando formas diferentes para comunicar e expressar as suas ideias. Segundo Blauth e Possa (2012), uma das primeiras maneiras de trocar mensagens foi através das pinturas rupestres. Encontradas em cavernas africanas, as primeiras pinturas rupestres possuem mais de duzentos mil anos exibindo rabiscos, com sangue e pigmentos, de forma a comunicarem os seus sucessos e fracassos nas caçadas, os rituais de dança, a sua religião e a sua forma de viver. Consoante Marques (s.d), os desenhos rupestres eram esculpidos em paredes e tetos das cavernas, representando, linhas, círculos, espirais, seres humanos e animais selvagens. Com o passar do tempo, a necessidade de comunicar tornou-se mais complexa. Dessa forma, o ser humano foi encontrando distintas formas de comunicar e expressar com os seus semelhantes através de símbolos denominados de pictogramas, isto é, imagens que tentavam representar pessoas, lugares e coisas. Desta forma, os pictogramas, com os seus desenhos simples, permitiam uma melhor comunicação. Assim, uma cabeça de um javali, por exemplo, representava esse animal e três cabeças de um javali representavam três javalis, e assim por diante.

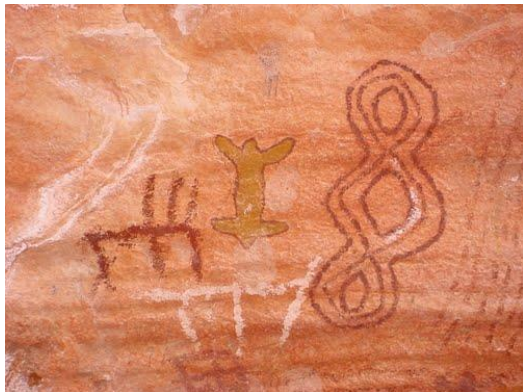


Figura 1: Arte Rupestre Gruta do Pitoco, Alcinópolis, Fonte: Marco Antônio dos Reis (Adaptado de: Marques (s.d))



Figura 2: Arte Rupestre Serra do Barro Branco - Alcinópolis, Fonte: Marco Antônio dos Reis (Adaptado de: Marques (s.d))

No entanto, não existia um conjunto de pictogramas que todos tinham de seguir e cada pessoa tinha a sua forma de transmitir o que pretendia expressar. Dessa forma, a comunicação com os seus semelhantes muitas das vezes não era compreensível por todos. Como era essencial que a comunicação fosse percebida, surge o primeiro sistema de escrita. “Writing is the visual counterpart of speech. Marks, symbols, pictures, or letters drawn or written upon the spoken word or unspoken thought.”²(Meggs & Purvis, 2016, p. 5).

Conforme Pancetti (2009), Marcelo Rede, professor da Universidade de São Paulo (USP) especializado em história da Mesopotâmia, acredita que a criação da escrita não parte apenas de uma razão específica, mas sim de um conjunto de fatores que levaram as sociedades pré-históricas a desenvolverem essa forma de comunicação.

Desta forma, surge, por volta de 3,000 a.C, o sistema mais antigo da escrita. A escrita cuneiforme. Em consonância com Queiroz (2005), o cuneiforme (do latim cuneus “cunha”, e forma, “forma”), foi utilizado para ser gravado em paredes de rochedos, corpos de estátuas e grandes monumentos. “In the very beginning, the cuneiform script was a form of pictographic writinh where each symbol designated a word or definition. It later developed into a syllabary script, in which each element

² TL: “A escrita é a contrapartida visual da fala. Marcas, símbolos, imagens ou letras desenhadas ou escritas sobre a palavra falada ou o pensamento não dito.”

represented a pronunciation.”³ (Ganz, 2015, p. 10). O sistema é composto por três dimensões (altura, largura e profundidade) e impressa em argila mole. A sua leitura é da esquerda para a direita e de cima para baixo.

Hieróglifo Egípcio	Sinalítico 1800 A.C.	Pseudo-Hier Canalítico 2000 A.C.	Representa	Sul da Arábia 300 A.C.	Fenício 1000 A.C.	Hebreu Antigo 700 A.C.	Hebreu Antigo 500 A.C.
			BOI				
			CASA				
			PAU DE LANCE				
			PORTA				
			HOMEN COM BRAÇOS LEVANTADOS				
			ESCORA				
			ARMA				
			NOVELO TORCIDO				
			PALMA DA MÃO				
			CAJADO				
			AGUA				
			SERPENTE				
			PEIXE				
			OLHO				
			BOCA				
			GAFANHOTO				
			MACACO				
			CABECA				
			MOITA (DE PAPIRO)				
			CRUZ				

Figura 3: Primeiros sistemas de escrita, Clair & Busic-Snyder (2009, (Adaptado de: Laiginhas, 2017)

A comunicação foi progredindo das figuras rupestres para a escrita cuneiforme. De acordo com Meggs e Purvis (2012), o desenvolvimento da comunicação escrita levou a uma propagação da mesma por todo o mundo. Assim, era possível obter diferentes formas de representação da palavra em cada local. No entanto, segundo Bringham (2004), o aumento da produção de manuscritos levou a uma maximização quanto ao uso de suportes de escrita de forma a reduzir o seu tempo de execução. Dessa forma, destacaram-se formas mais simples e mais rápidas de desenhar a palavra escrita, tal como a sua utilização mais versátil em meios de suporte de comunicação diminuindo assim o seu tempo de propagação.

Em conformidade com Meggs e Purvis (2012), até ao século XV, não existia qualquer tecnologia na Europa que permitisse uma redução dos tempos de execução, ou uma automatização da mesma. Assim, a tipografia caracterizava-se como um

³ TL: “No início, a escrita cuneiforme era uma forma de escrita pictográfica em que cada símbolo designava uma palavra ou definição. Mais tarde, evoluiu para uma escrita silabária, em que cada elemento representava uma pronúncia”

trabalho manual. No entanto, em consonância com Meggs e Purvis (2012) e Bringhurst (2004), progressivamente, Joannes Gutenberg veio revolucionar os processos de fabrico. Não só providenciou aprimoramentos na velocidade de produção, como também uma qualidade e rigor superiores na impressão. Consequentemente, a tipografia ganhou uma dimensão espacial provocada pela sua massificação nos centros culturais da Europa.

1.3 Evolução formal dos números

Conforme Pepe (2021), os números que utilizamos atualmente têm sua origem nas formas caligráficas primitivas da Índia e da Arábia, que foram introduzidas na Europa. As representações dos números de 1 a 9, como os conhecemos hoje, eram originalmente símbolos de letras indianas. No entanto, a representação do zero só surgiu quando o sistema decimal estava bem estabelecido.

Na direção dos números, nas fontes tipográficas, é possível distinguir dois grupos com proporções e alinhamentos particulares. Os números antigos ou desalinhados à linha de base possuem caracteres que respeitam a altura-x, com ascendentes e descendentes. Por outro lado, os números da caixa moderna têm um tamanho uniforme, dispostos na linha de base.

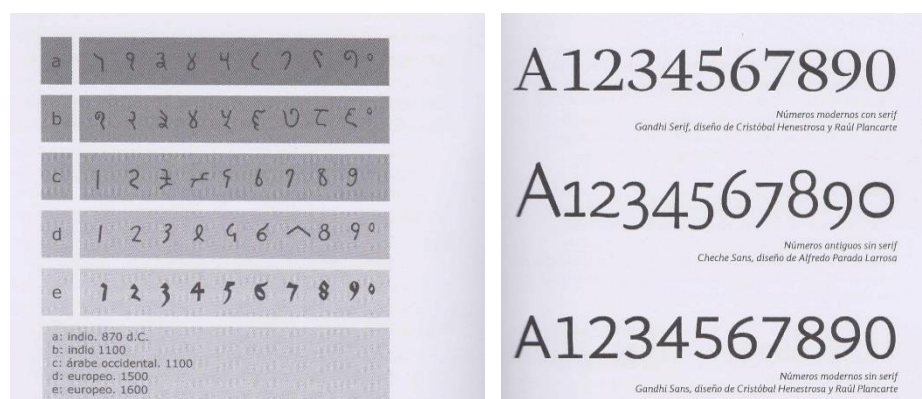


Figura 4: Adaptado de “Sistemas de signos” de Aicher Krampen. (Adaptado de Pepe 2021)

1.4 Design como expressão cultural

Desde sempre, procuramos comunicar os nossos pensamentos, ideias e emoções através da linguagem tipográfica e, hoje, cada vez mais, vivemos numa era onde a informação detêm tremenda importância. “A história da humanidade está intimamente conectada ao registo do pensamento por meio de sinais sonoros, verbais, pictóricos e gráficos, e em particular, a escrita.” (Cardinali, 2015, p. 14)

Antes, a escrita era restrita a livros ou outros tipos de documentos. Aos poucos, com o passar dos tempos, começamos a encontrar a escrita também em paredes de ruas, placas que sinalizavam estabelecimentos ou qualquer outro tipo de ambiente. “[...] o design não tem um lugar fixo, ele reside em todos os espaços. O tráfego de signos que o design produz circula entre esses espaços, negociando as diferenças e as múltiplas posições de identidades sociais e culturais” (Blauvelt, 1995, p. 23). Desta forma, a tipografia começou a evidenciar-se em todo o lado, fazendo parte do nosso dia a dia. São inúmeras as mensagens que a mesma pode transmitir, desde as ruas, restaurantes, cafés, lojas comerciais, jardins, salas de cinema, praças, museus, sinais de trânsito, estações de comboios, entre muitos outros. Além disso, é possível observar a presença da tipografia em meios publicitários, como postes de eletricidade, canos de água, sinais de trânsito ou então paragens de autocarros e caixotes do lixo.



Figura 5: Autoria própria.
Aveiro, 2023



Figura 6: Autoria própria. Porto, 2023



Figura 7: Autoria própria.
Vila Nova de Gaia, 2023

O ser humano associa e reconhece uma tipografia devido à sua utilização persistente e às características de um determinado local. Segundo Costa (2016), uma tipografia pode ser associada a determinadas regiões de diferentes formas: de um modo mais estereotipado que já está intrínseco na sociedade, ou então, cingida no revivalismo e na contemporaneidade. No entanto, devemos de ter em consideração que desenvolver um único tipo de letra para uma cidade ou país, pode tornar-se um trabalho exigente devido a uma quantidade distinta de personalidades e culturas. Porém, conforme Garfield (2011), em grandes cidades a tipografia está automaticamente ligada com o conceito de identidade devido à sua persistente utilização, levando a população ao reconhecimento e relacionamento da mesma com o espaço. Em 2016, Costa expõe dois exemplos. O tipo de letra *Johnston Sans* e o tipo de letra *Gill Sans*. A *Johnston Sans* é facilmente associada as estações de metro da cidade de Londres, enquanto, segundo Garfield (2011), a *Gill Sans* é utilizada no sistema de caminho de ferro e nas primeiras capas de livro da *Penguin* e na *BBC*.



Figura 8: Jonhston Sans, Metro de Londres.
Costa (2016)



Figura 9:aGill Sans, Sistema de caminho-de-ferro britânico. Costa (2016)

Ainda assim, existe a possibilidade de transmitir a personalidade que gostaríamos que determinado local espelhasse baseando-nos apenas num conjunto de fatores, porque apesar de uma enorme quantidade de mensagens que simultaneamente presenciamos, os nossos mecanismos automaticamente selecionam aquelas que nos cativam mais ou que de alguma forma se tornam mais familiares. Nørgaard (2009), corroborando com Farias e Maus (2015), entende a tipografia como um código que serve como elemento visual, trazendo consigo os seus próprios significados, influenciando direta ou indiretamente a comunicação visual através de mensagens exageradas ou discretas.

Desta forma, o designer desempenha um papel “como mediador do processo de interação entre produtos e consumidores, bem como de seus efeitos na sociedade. Para que esse processo possa fluir de forma harmônica e equilibrada, é fundamental que cada designer compreenda o contexto cultural onde está inserido cada usuário a fim de desenvolver artefactos mais integrados com as reais necessidades de cada povo e de seu ambiente.” (Finizola, 2010, p. 22). Assim, esse entendimento permite que estes desenvolvam artefactos mais integrados às reais necessidades das pessoas e do meio que as rodeia. Segundo Finizola (2010), existem duas formas de o designer interagir com a sociedade por meio dos artefactos. Por um lado, através de uma linguagem visual mais global, como a criação de um sistema de sinalização para um aeroporto onde o alcance multicultural é maior. Em outros casos, o processo de comunicação de uma determinada comunidade pode ser melhorado com o uso de uma linguagem visual com influências locais. “Nessa busca por um design que represente a identidade de cada povo, cabe ao designer encontrar esse ponto de equilíbrio entre essas duas tendências, sabendo usufruir o que há de melhor em cada uma delas, sem ferir as tradições, os hábitos e os costumes de cada região” (Finizola 2010, p. 23).

O designer ao estabelecer uma ligação com as influências locais de um determinado local, é influenciado por inspirações vernaculares, populares e regionais que “pode resultar em um design com maior identidade nacional que reflete a pluralidade de raízes culturais do nosso povo” (Finizola, 2010, p. 23). Consoante Finizola (2010), estas manifestações podem ser entendidas de três formas: popular, o vernacular e o regional. O regional, como o próprio nome indica, está diretamente ligado a uma localização geográfica, a um território específico trazendo com ele tudo o que é próprio e que faz parte daquela região. O vernacular é derivado de vernáculo, que significa algo que é próprio de um país, nação ou região, trazendo com ele as tradições culturais de cada povo, que são passadas adiante, de geração em geração, de maneira informal. Sendo incentivado pelas tradições e costumes locais, muitas vezes, o regional pode ser confundido com o vernacular, pois ambos estão ligados a uma região específica. No entanto, o regional está ligado a um território, enquanto o vernacular, apesar de se restringir a uma área geográfica, também está relacionado à falta de formação acadêmica e à associação em determinada região, podendo derivar de outros contextos

e culturas. No termo popular, ele está associado à cultura popular sem se restringir a nenhum local específico.

A figura retirada do livro de Finizola (2010), esquematiza as diferenças dos três termos citados acima:

Características	DESIGN popular	DESIGN vernacular	DESIGN regional
Vinculado a um TERRITÓIO		✗ escala local	✗ escala regional
Vinculado à ausência de formação ACADÊMICA	✗ às vezes	✗	
Vinculado a uma CLASSE SOCIAL	✗	✗ geralmente	

Figura 10: Características de design popular, vernacular e regional. Finizola (2010)

1.5 Tipografia Vernacular

Estima-se que o vernacular, surgiu em meados dos anos oitenta. De acordo com Dones (2005) Katherine McCoy, uma designer norte-americana, desenvolveu um interesse pela diversidade de experiências que encontrava nas ruas. Dispunha de páginas repletas de símbolos incomuns e de fontes diversificadas. A partir disso, substituía mensagens verbais neutras por artefactos retirados do vernáculo comercial, como rótulos de alimentos e anúncios telefónicos.

Em conformidade com Eller (2014) o vernacular relaciona-se com a forma “de se encontrar soluções visuais não académicas; e ainda, que o design gráfico influenciado pelo vernacular é aquele, que de alguma maneira, retrata traços culturais e locais de um povo” (Eller, 2014, p. 29). De acordo com Dones (2005), o vernáculo sugere a existência de linguagens visuais e de idiomas locais, que remetem para diferentes culturas. Na comunicação gráfica, corresponde às soluções gráficas que acompanham o nosso quotidiano, desde o trajeto até à faculdade, ou do trabalho ao café, evidenciando-se por exemplo, em publicações e sinalizações ligadas a costumes locais.

Contudo, percebeu-se que, segundo Lupton (1996), o vernacular é constituído por uma infinidade de linguagens visuais, não existindo uma única forma vernacular. Assim, foram considerados dois caminhos distintos, mas que se interligam entre si. O desenho de letras, e as letras já existentes.

Relativamente ao desenho de letras, em congruência com Eller (2014) e Lupton (1996) constatou-se que a tipografia vernacular pode manter um lado mais manual, associado aos pintores de letras que criam os seus próprios anúncios, avisos e cartazes, que segue uma produção mais excêntrica fugindo às regras quando se quer um uso eficaz da tipografia. De acordo com Dones (2005), o vernacular remete para diferentes culturas através da existência de linguagens visuais e de idiomas locais.

Apesar de ambos os autores considerarem que o desenho de letras pode ser realizado por qualquer pessoa, para Eller (2014), um mesmo profissional consegue um rigor técnico mais rígido enquanto um amador pode desenvolver habilidades que lhe possibilitem obter uma regularidade semelhante à de um especialista. Por outro lado, Lupton (1996), defende a ideia que os desenhos podem realizar-se por qualquer cidadão, não importando o tipo de suporte a ser utilizado.



Figura 11: Loja Porto. Autoria própria



Figura 12: Fachada de uma tabacaria. A loja está localizada na região central de Belo Horizonte. Produzido por um profissional. Eller (2013).



Figura 13: Diferentes cartazes de estabelecimentos comerciais registados no centro de Belo horizonte. Ambos produzidos por cartazistas profissionais. Eller (2013)



Figura 14: Porta lateral de um estabelecimento na rua Guaicurus, no centro da capital mineira. Eller (2013)

No entanto, com a difusão das tecnologias, os mesmos tornam-se cada vez mais raros, em consonância com Finizola (2013), devido à redução de custos na produção, bem como à agilidade dos novos processos digitais, que representam uma ameaça ao ofício desses artistas. Como resultado, alguns já se afastaram ou mudaram de ramo, e outros tiveram de se adaptar às novas ferramentas, para garantir a sua permanência no mercado.

No que diz respeito ao segundo caminho, as letras já existentes são apresentadas pelo vernáculo, que incorpora letras oriundas da cultura popular. Letras, que de alguma forma, já fazem parte de um determinado local/região e que se revelam através de letreiros, sinalizações, bordados, entre outras.



Figura 15: Letreiros (Adaptados de: <https://www.instagram.com/umportografico/>)

1.6 Tipografia, caligrafia e *lettering*

A tipografia está presente em tudo o que é produzido, desde a embalagem do produto, aos cartões de visita, livros, revistas, redes sociais, sinalizações, publicidades, *banners*, e em inúmeras aplicações no qual as suas letras comunicam e transmitem ideias. Com o passar do tempo, a tipografia começou a ser manipulada, resultando na criação de novos tipos diferenciadores, com o intuito de chamar a atenção. Desta forma, ao falarmos da tipografia vernacular é quase incontornável não mencionar três temas: a tipografia, o *lettering* e a caligrafia.

Para Smeijers (2015), na escrita, as letras ou palavras inteiras podem ser desenvolvidas com base num único traço. Sendo caracterizada pela mecanização na sua produção, se a mesma for manipulada, arranjada ou corrigida transforma a escrita em *lettering*. Assim, quando existe uma arranjo manual das letras, estas tornam-se *lettering* ou caligrafia. Na Tipografia, as letras fazem parte de um sistema e são criadas de forma coerente, onde cada letra precisa combinar perfeitamente com a outra, como se vê em jornais, revistas, livros, folhetos, entre outros. Por outro lado, o *lettering*, ou letras desenhadas, é desenvolvido normalmente, para uma aplicação específica, onde a criação idêntica da mesma forma é considerada pouco possível. São “letras que se formam para uma composição específica, partindo de um processo construtivo baseado no desenho, independentemente de se utilizar uma técnica manual ou digital, que pode ser posteriormente reproduzido.” (Quelhas, 2015, p. 82). Torna-se assim uma criação única que é usada de uma maneira mais exclusiva.

Entre os séculos XVIII e XIX, a revolução industrial na Inglaterra trouxe consigo a necessidade da divulgação de produtos, anúncios e letreiros de lojas. A partir daí, assistiu-se a um aumento da influência da tipografia vernacular, desenhadas, a partir do *lettering*, em murais, arte popular e folclore.

Não só é mútua a relação da tipografia vernacular com o *lettering*, como também são nítidas as relações do vernacular quando o tema da caligrafia é abordado. Desde os primórdios da história da escrita, a caligrafia surge como um processo manual formal de desenho lento de letras, através do uso de penas de aves, aparos ou pincéis. “A etimologia da palavra caligrafia, deriva do termo Kalligraphia, Kallos significa beleza,

beldade em grego e Graphus no latim significa grafia, escrita. Sendo assim, a bela grafia, a arte da escrita.” (Santos, 2016, p. 29).

“Atualmente, pode-se dizer que a caligrafia se encontra mais associada à escrita produzida com uma finalidade artística. No entanto, no decorrer da história, ela esteve relacionada à habilidade de escrever manualmente com letras belas e corretamente formadas segundo padrões vigentes em cada época.” (Fetter, 2018, p. 44)

Em conformidade com Eller (2014) e com Hernández e Vergara (s.d), na caligrafia os traços das letras habitualmente apresentam um traço fino quando sobem e um traço mais espesso quando desce. “Tal característica ocorre, por exemplo, na letra “A”, onde a haste da esquerda é mais fina do que a da direita.” (Eller, 2014, p. 116)



Figura 16: Representação da haste mais espessa quando desce. Hernández e Vergara (s.d)



Figura 17: Representação da haste mais fina quando sobe. Hernández e Vergara (s.d)

1.8 Tipografia decorativa

A tipografia, até ao início do século XIX, esteve sempre focada na produção de livros.

Com a Revolução Industrial, em Inglaterra, nas décadas de 1760 e 1840, surgiu o *job printing* ou *commercial printing*. De acordo com Martins (2008), com o tempo os fundidores de tipos perceberam que qualquer design poderia ter acesso a um enorme número de estilos tipográficos, a uma grande diversidade de tamanhos, pesos e ornamentos, que podiam ser usados em anúncios, cartazes, folhetos e embalagens.

Assim, segundo Pepe (2021), com a Revolução Industrial, a tipografia tornou-se independente do livro e começou a ter uma grande relevância no campo da publicidade. Dessa forma, começam a ser utilizadas letras de grandes dimensões que

ocupam a maioria dos cartazes através das suas formas muito pesadas e com grandes serifas quadrangulares.



Figura 18: Esquerda: Publicidade teatral no século XIX. (East London Theatre Archive). Direita: Cartaz de feira vitoriana (British Library). (Pepe, 2021)

Segundo Martins (2008), os primeiros tipos, denominados de “*Fat face*”⁴ foram criados com o surgimento da máquina de impressão a vapor em bobina onde apresentam um grande contraste entre serifas finas, hastes horizontais e verticais. No entanto, em 1798, Giambattista Bodoni, quebrou a tradição tipográfica com o início das serifas lineares extremamente finas e um contraste entre as traves horizontais finas e as hastes verticais grossas.

Posteriormente, entre 1810 e 1815, surgem as “*slab serif*”, ou serifas quadradas. Caracterizadas pela semelhança de espessuras entre hastes verticais e horizontais e pelas suas serifas retangulares. Também são conhecidas como egípcias. “Provavelmente pelo fato do Egito estar na moda, após os descobrimentos dos tesouros arqueológicos durante a conquista do Egito por Napoleão.” (Martins, 2008, p. 39). Posteriormente, devido a uma maior dimensão quanto à largura das hastes, surge a tipografia decorativa através de enfeites e decorações dentro das letras.

⁴ É considerada por Ford (1854), como um tipo de letra serifada ou uma peça de letra no estilo Didone ou moderno com um design extremamente arrojado.

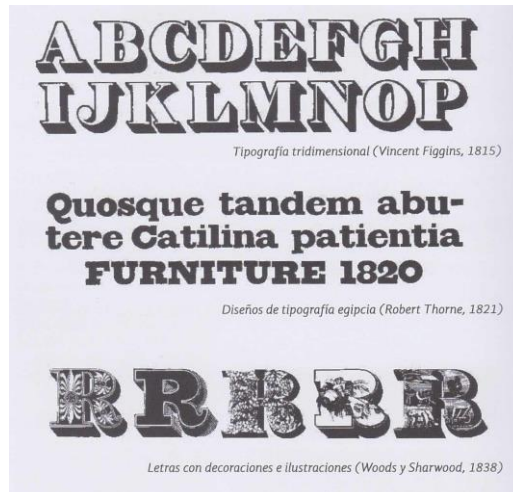


Figura 19: Exemplos de tipografias. Pepe (2021)

Em conformidade com Pepe (2021), os tipos de letras decorativos normalmente são desenvolvidos para fins específicos. Por apresentarem uma grande quantidade expressiva através de atributos temáticos, não é uma tipografia adequada para uso em blocos de texto devido à sua escassa legibilidade.

Desta forma, a tipografia decorativa pode ser subdividida de acordo com aspetos formais relacionados com a aparência das letras. Por construção: onde a tipografia apresenta um design inovador através das suas próprias características. Por deformação estrutural: onde se obtêm características particulares que identificam a tipografia através da manipulação das proporções ou de certas deformações morfológicas do tipo. Por tratamento de superfície: onde o preenchimento da letra é trabalhado com uma textura ilusória, gradação ou volume.

Por fim, por fixação ou substituição: que se refere a um tipo de letra padrão onde uma parte pode ser substituída por um elemento de maneira a conferir uma identidade própria.

2. Azulejo

2.1 Azulejo em Portugal

O termo azulejo surge no século XIII, até lá, segundo Novo (2015), o mesmo foi sofrendo algumas alterações. Inicialmente, o adjetivo azul, passou de a zul e dele resultou a forma verbal zulej, que retrata um objeto “polido, escorregadio e brilhante” (Práçe, 2004, p. 5). “O substantivo azulejo teria tido origem persa, de raiz mesopotâmica, no adjetivo azul, que descreve uma pedra semipreciosa, de cor muito forte e já então sobejamente conhecida – o lápis-lazúli” (Práçe, 2004, p. 5).

De acordo com Fonseca (2016), o azulejo foi introduzido na Península Ibérica e teve influência nos mosaicos decorativos utilizados pelos Árabes nos seus palácios, conferindo-lhes brilho e ostentação através de um jogo geométrico complexo. Com o passar do tempo, o azulejo passou a ser produzido em série na Espanha, no século XIV, que permitiu uma maior facilidade na sua exportação. Segundo a mesma, após uma viagem do rei D. Manuel I à Andaluzia, o azulejo entrou em Portugal em 1494, onde os primeiros exemplares usados serviram como revestimento para paredes de palácios e igrejas. Em conformidade com Fonseca (2016), a originalidade do azulejo está na forma como o mesmo se multiplica e no registo onde se insere. No entanto, em conformidade com Novo (2015), apesar da azulejaria poder ser encontrada em diversos países como Espanha, Itália, Holanda, Turquia, Irã, Marrocos, nenhum deles dispõem de um papel tão marcante quanto Portugal.

Segundo Fonseca (2016), no século XVI, os membros do clero e os nobres desfrutavam de uma vida financeira mais próspera, tornando-se os principais utilizadores do azulejo como um material de construção habitual, pela sua rápida substituição, pela impermeabilização das paredes e pelo seu baixo investimento. No entanto, apesar das cores e dos motivos do azulejo se terem modificado com o tempo, o azulejo, atualmente, continua a ser utilizado para os mais variados suportes. Em conformidade com o Museu Nacional Soares dos Reis (2022), a partir do século XVII, os azulejos assumiram um papel fundamental na decoração de espaços públicos e privados de Portugal. Estando, inicialmente, limitados à sua aplicação no interior de

igrejas e casas opulentas e jardins privados, a partir do século XIX, consoante o Museu Nacional Soares dos Reis (2022), os azulejos decoram exteriores de edifícios, revestindo as fachadas com os seus azulejos padrão. Nos finais do século XIX, início do século XX, a azulejaria começou a embelezar o espaço público através das estações de caminhos de ferro, mercados, praças, jardins, entre outros. Nas paredes das estações é possível apreciar os cenários e as tradições locais, muitas vezes criadas com suporte fotográfico.

Não se trata apenas de um azulejo decorativo, mas também informativo. Trata-se de registos sobre as regiões, as tradições e monumentos locais, referentes a um passado glorioso, militar e religioso como reflexo de um passado idealizado. Trata-se de “ícones de tipo turístico que procuram ser um panorama totalizador que abrange todo o país, ou que exaltam a importância da cidade com um carácter local ou regional.” (Museu Nacional do Azulejo, 2022, p. 10)

Assim sendo, conformemente com Silva (2021), o azulejo é uma das expressões mais significativas e originais do Património Artístico Mundial que se encontra dispersado por todo o país. O azulejo faz parte de uma expressão artística que criou laços muito fortes entre nós e, ao longo tempo, tem evoluído acompanhando a dinâmica cultural do nosso povo. Tem vindo a contribuir para a valorização do ambiente urbano não só por meio da arquitetura como também se apresenta como um elemento decorativo de interiores públicos e privados. Segundo Práce (2004), o azulejo é a palavra que designa uma placa cerâmica, pintada e vidrada na frente principal, utilizada no revestimento de paredes podendo fazer parte de uma decoração mais complexa através da junção de mais azulejos.

No início do século XX, Porto e Vila Nova de Gaia, representados pela fábrica do carvalhido, concebiam as maiores fábricas de produção do azulejo. No entanto, alguns painéis presentes na estação de S. Bento ou na igreja dos congregados e de St^o Ildefonso, foram produzidos em Sacavém e Lusitânia, nas fábricas de Lisboa. No mesmo período, a fábrica da Fonte Nova, Aleluia e a empresa de louça e Azulejo, Lda., situadas em Aveiro também se tornaram os principais centros de produção e fabricação do azulejo.

2.2 Azulejo padrão

Durante o século XVIII, em conformidade com Fonseca (2016), o fabrico do azulejo foi mudando muito após o terramoto de Lisboa, em 1755. A cidade necessitou de obedecer a uma rigorosa disciplina, convertendo os prédios para uma mesma configuração, com a mesma altura, as mesmas divisões e com a mesma decoração azulejar. Desta forma, o azulejo começou a adotar um papel bastante mais discreto, levando a um recomeço no uso do azulejo padronizado, conhecido como padronagem pombalina, uma solução eficaz e de baixo custo.

Com as encomendas da nobreza e do clero, a indústria do azulejo foi evoluindo cada vez mais. Em conformidade com Fonseca (2016), o azulejo teve inspiração nas artes decorativas, nos têxteis, na ourivesaria, nas gravuras e nas viagens que os portugueses faziam até ao oriente. A partir do século XIX, o azulejo ganha mais visibilidade, sai dos palácios e das igrejas para as fachadas dos edifícios, numa estreita relação com a arquitetura. Desde padrões mais simples, aos mais complexos, a composição do padrão torna-se ilimitada. “Com a utilização de azulejos monocores, a sua alternância permite criar padrões em barra ou xadrez.” (Santos, 2009, p. 70). Em que, segundo Nery (2007), é possível uma infinidade de padrões através da junção de um único módulo com os demais. Dessa forma, o conceito padrão interliga-se, segundo eixos de simetria, com a repetição de um elemento gráfico ou pictórico.

Geralmente, os padrões são formados por motivos ou eixos que se desenvolvem na diagonal e que contrastam com a verticalidade e horizontalidade que a arquitetura por norma define. De acordo com Santos (2009), os padrões aplicados ao azulejo são formados pela repetição simples de um ou mais módulos, onde alterações originam novos padrões, como variantes do anterior, ou dão lugar a composições padronizadas.

Na segunda metade do século XX, os azulejos de padrão tornaram-se um caminho de invenção por parte de cada utilizador. Alguns artistas plásticos e arquitetos começaram a explorar as possibilidades de criação de módulos capazes de construir múltiplos padrões com esta tipologia de azulejo. Segundo Santos (2009), uma das primeiras artistas com o interesse pelo azulejo de padrão, e uma das maiores criadoras

de azulejos padrão do século XX foi a Maria Keil, desenvolvendo composições contínuas através da simples variação de alguns módulos, permitindo, dessa forma, uma multiplicidade de combinações.



Figura 20: Maria Keil: aspeto do revestimento da estação Parque, 1959. Santos (2009)



Figura 21: Maria Keil: Viúva de lamego, 1955. Santos (2009)

Uma opção apresentada por Eduardo Nery é um módulo que consiste em uma barra diagonal do quadrado que se cruza com uma meia diagonal, formando um T, que possibilita a produção de uma variedade de padrões ou mesmo de superfícies descontínuas, por meio da sucessão articulada de diferentes modelos. Dessa maneira, são gerados três triângulos: dois entre as diagonais e um maior no lado da diagonal maior. Uma barra delimita dois lados dos primeiros, já o segundo produz barras paralelas à diagonal maior, dessa forma, a métrica foi minuciosamente estudada para que os triângulos fechem as barras ou criem quadrados quando colocados frente a frente, possibilitando assim uma infinidade de sucessões de formas.

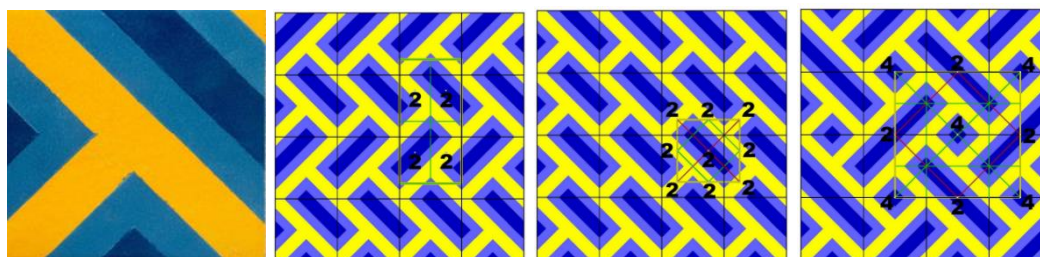


Figura 22: Azulejo de Eduardo Nery. Resende (s.d)

Conforme Nunes (2014), os azulejos de padrão podem ter inúmeras conjugações possíveis, através de vários movimentos isométricos. Desta forma, em conformidade com Nunes (2014), com base nas tipologias de padrão de Eduardo Nery (2007), é possível dividir os padrões utilizados na azulejaria portuguesa em 9 tipologias.

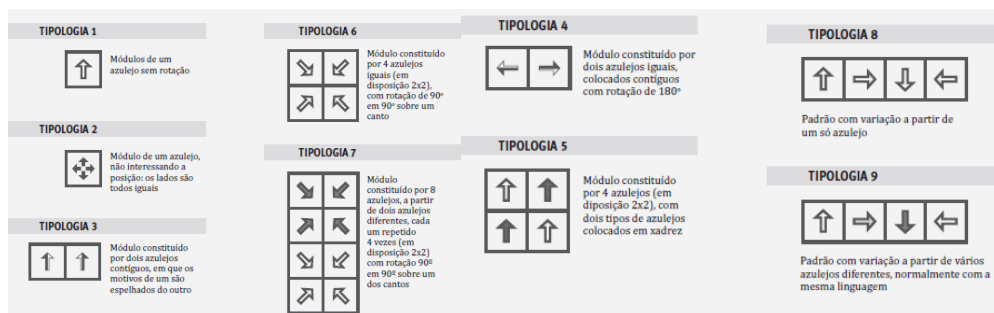


Figura 23: Tipologias de azulejo por Eduardo Nery (2007). Retirado de Nunes (2014)

A tipologia 1, é constituída apenas por um azulejo que se vai repetindo sempre na mesma posição no padrão. A Tipologia 2 também se constitui com um único azulejo, no entanto, pouco importa a direção em que é colocado, pois os lados são todos idênticos. Na tipologia 3, o módulo é composto por dois azulejos iguais, que são posicionados de forma próxima sofrendo uma rotação de 180 graus. A padrão tipologia 4 é composto por dois azulejos distintos contíguos, em que os motivos de um são reiterados no outro, mas de forma espelhada. A tipologia 5, é formada por 4 azulejos, iguais dois a dois. Esta tipologia forma um xadrez através da colocação dos azulejos iguais na diagonal um do outro. A padrão tipologia 6 é composto por um azulejo, que se agrega num conjunto de 2x2 azulejos. Os mesmos repetem-se sofrendo uma rotação de 90 em 90 graus. A tipologia 7 é constituída por dois azulejos onde, tal como acontece na tipologia 6, ambos sofrem uma rotação de 90 em 90 graus. O módulo do padrão de tipologia 8 apresenta um comportamento variável ao longo da fachada através de um só azulejo. Na tipologia 9, o módulo é constituído por diversos azulejos que são colocados na fachada de uma forma diversificada, permitindo a criação de variados ritmos.

2.3 Stencil como forma de criação de azulejos padronizados

Conforme Heitlinger (2011), o mundo do stencil é muito vasto e o mesmo possuiu aplicações muito diversificadas. O stencil consiste no recorte de uma chapa onde posteriormente, por cima do stencil se passa tinta, cor e pigmento de modo a cor seja transportada para o suporte. A maioria dos azulejos eram adornados através da aplicação de stencils. Os azulejos “eram produzidos nas fábricas da zona de Lisboa – Fábrica Cerâmica Viúva Lamego, Fábrica de Loiça de Sacavém, Constância, Roseira – e nas do Porto e Vila Nova de Gaia – Massarelos e Devezas. Estas fábricas já utilizavam processos industriais para produzir azulejos com maior rapidez, em maior quantidade e de melhor qualidade.” (Heitlinger 2011, p. 18).



Figura 24: Exemplo de azulejo. (Heitlinger, 2011)

Tanto pode ser usada em letras do alfabeto aplicadas em letreiros ou sinaléticas, também com um elemento elaborado para a decoração de têxteis e quimonos, ou então na decoração de pratos de fiança portugueses, aplicados pelo stencil, alusivos a motivos pictóricos e ornamentais.



Figura 25: Exemplo de padrões aplicados em loiça. (Heitlinger, 2011)

2.4 Azulejo publicitário

O azulejo publicitário vai surgindo nas fachadas de diversos edifícios, recorrendo a revestimentos padronizados, ou lisos. O cenário urbano é transformado por composições resultantes da variedade de cores, padrões, brilhos, figurações e ornatos.

Assim, segundo Amorim (2003), o azulejo assumiu um papel crucial na arquitetura, porque além de serem decorativos, tornaram-se funcionais. Em meados de oitocentos, o azulejo foi acompanhando o crescimento dos estabelecimentos comerciais através do revestimento das fachadas, tornando-se uma forma única e interessante de publicidade.

Os estabelecimentos comerciais arrecadaram com letreiros e painéis figurativos e ornamentais que anunciavam as próprias lojas e as especialidades dos produtos ou serviços aí vendidos, não só com o objetivo de atrair mais clientes, mas também como forma de embelezar as fachadas através das cor, forma, textura, desenho e brilho.

O azulejo publicitário português é uma forma de publicidade que utiliza azulejos decorativos para promover produtos e serviços em Portugal. Esses azulejos eram muito comuns nas fachadas de edifícios comerciais e residenciais em Portugal, especialmente durante o século XX. São caracterizados pelas suas cores vibrantes, design gráfico atraente e letras tipográficas bem elaboradas. Eles podem ser vistos em diversos tamanhos, desde pequenos azulejos individuais até murais inteiros de azulejos.

Esses azulejos eram frequentemente feitos à mão por artesãos especializados, e muitos deles ainda são encontrados em prédios históricos em Portugal. Conforme Mangucci (2003), inicialmente, havia uma escassez de custos e de pintores porque, muito deles não tinham a formação necessária para compreender todas as implicações iconográficas que realizavam, mas com o tempo, a qualidade de produção aumenta e alguns pintores começaram a afirmar-se enquanto artistas. Daí surgem pintores que se tornam conhecidos. Amorim (2003), apresenta Luís Ferreiras, pintor ceramista, conhecido por “Ferreira das Tabuletas”, que concebeu algumas das fachadas como é caso como é caso da “Casa de comércio de fazendas de lã, linho, algodão e seda,

nacionais e estrangeiras, por atacado e a retalho e um variado sortimento de bijuterias e fato feito”, “Fábrica de loiça de António da Costa Lamego”



Figura 27: CASA DE COMERCIO DE FAZENDAS DE LÃ, LINHO, ALGODÃO, E SEDA, NACIONAIS E ESTRANGEIRAS, POR ATACADO E A RETALHO E UM VARIADO SORTIMENTO DE BIJOTERIAS E FATO FEITO.

<https://www.sulinformacao.pt/2017/10/amigos-do-museu-de-portimao-visitaram-museu-irmao-em->

Figura 26: FÁBRICA DE LOIÇA DE ANTONIO DA COSTA LAMEGO. <https://jfarroios.pt/a-freguesia/patrimonio/fabrica-viuva-lamego/>

Segundo Amorim (2003), os estabelecimentos comerciais tais como, padarias, leitarias, cafés, mercearias, restaurantes, lojas de fazendas, de louças, balanças, tintas, papelarias, farmácias, entre outros, podem apresentar-se de quatro formas distintas. Podem comunicar apenas com o nome da casa, como “Casa Firmino”. Em outras situações, aparece o nome do proprietário: “Luís Soares/Grande Bazar do Porto”, a data da fundação da casa “Padaria Auxiliadora/1932”, ou então pode comunicar através da apresentação de produtos existentes nas lojas: “Tabacos/Mercearia/Vinhos”



Figura 28: Letreiro da antiga mercearia "Casa Firmino". Praça da República, Vila do Conde. Amorim (2003)



Figura 29: Frontão da "Padaria Auxiliadora". Rua de S. Dinis, Porto. Amorim (2003)

Após uma análise ao azulejo publicitário em fachadas de lojas comerciais, torna-se evidente que os letreiros exibem grafismos que vão dos mais aos menos elaborados, com caracteres simples, linhas geometrizadas e de fácil leitura. Segundo Amorim (2003), muita dessa publicidade destaca-se pelo seu impacto ornamental, que pode aparecer com formas simples ou mais complexas, desde motivos geométricos, florais e vegetais revelando uma exuberância cromática. No entanto, percebeu-se que geralmente as fachadas das lojas priorizam letras góticas, ou seja, não serifadas, pela pouca variação de espessura, contraste ou peso permitindo uma maior legibilidade à distância.

3. Estudos de casos

3.1 Contextualização

De seguida foram analisados casos de estudos. Os mesmos não só permitem entender quais as diversas abordagens e estilos que são utilizados nos diferentes projetos, como também possibilita a compreensão de referências no campo na tipografia.

Esta análise divide-se em duas partes. Inicialmente, um estudo relativo à tipografia e azulejo. Posteriormente, estudam-se casos direcionados com a criação de padrões.

Desta forma, a análise destes casos de estudo permite identificar quais os pontos fortes e menos fortes do projeto, de forma a estudar-se quais os erros a não cometer.

Para começar, investigou-se à cerca da identidade visual do Porto., não pela tipografia em si, mas pelo uso do azulejo como conservação da história da cidade do Porto. O azulejo vai apresentando diversas aplicações nos diferentes suportes através da junção de vários módulos. Como segundo caso de estudo, é apresentado a tipografia *Porto Type*. Este estudo serviu como aprendizagem quanto ao desenho da letra e de como a mesma também pode aplicar-se e conjugar-se com as diversas tipografias.

O *Minho*, *Letras em Retalhos* e *Letras do quotidiano* apresentam casos de estudo com influências vernaculares. Dessa forma, a análise destes projetos centralizou-se na recolha de referências vernaculares e na forma como as tipografias foram concebidas de modo a entender-se os caminhos a seguir. O estudo de caso, o azulejo padrão de fachada em Portugal, foi investigado também pelo foco da união entre o design e o azulejo. Embora seja um projeto centrado na criação de uma tipografia através de módulos, os seus desenhos e aplicações serviram de inspiração para o desenvolvimento de padrões.

Numa segunda fase, foram analisados estudos de caso alusivos à criação de padrões. Como exemplo, o *combined letters*, e o *Hipnopedia* que permitem a formação de padrões através da junção de letras. Desta forma, ambos os casos permitem gerar possibilidades infinitas de padrões com letras que se vão interligando entre si.

3.2 PORTO.

O projeto de *branding para* o Porto, desenvolvido pelo atelier *White Studio* (white studio, 2014), foi proposto pela Câmara Municipal, tendo como objetivo não só organizar e simplificar a comunicação com os cidadãos como também de unir a Câmara e a cidade. Inspirados nos azulejos azuis que cobrem alguns dos mais emblemáticos edifícios da cidade, *White Studio* representa o Porto numa linha alargada, global e para todos, através da representação de várias vertentes e símbolos da cidade, focados sobretudo em elementos físicos, como edifícios, equipamentos urbanos, monumentos e elementos paisagísticos.

“O Porto é uma cidade cosmopolita, cheia de vida, costumes, possui ícones e símbolos próprios, além de um horizonte muito particular” (Melo, 2016, s.d). Posto isto, este projeto é uma nova forma de contemplar a cidade do Porto, um modo de transmitir a nossa cultura, apresentar aquilo que o Porto tem para oferecer, desde o seu vinho, o mar, o rio, a gastronomia, o futebol, a arte e os monumentos.

O interesse deste projeto para o desenvolvimento do meu centra-se ao uso azulejo. Apesar dos azulejos também serem compostos por diversas cores, padrões e desenhos, o projeto foca-se nos azulejos azuis espalhados, preservando a história da cidade.

Desta forma, percebeu-se flexibilidade de aplicações que o azulejo pode ter, desde o seu uso individual com outros suportes ou através da junção de diversos módulos.



Figura 30: Exemplos da aplicação do azulejo. (Adaptado de: <https://www.behance.net/gallery/20315389/New-identity-for-the-city-of-Porto>)

3.3 Minho

Minho é um caso de estudo elaborado por Edmundo Correia, no contexto de dissertação de mestrado, pela Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

Refere-se a um projeto baseado em influências vernaculares. O trabalho desenvolve-se em torno de desenhos de *lettering* retirados das frases expressas nos lenços dos namorados, alusivos a sentimentos como o amor e a conquista.

Este caso de estudo, centraliza o projeto no desenho de uma tipografia que traduz a identidade da região do Minho pela ligação entre a identidade cultural e a tipografia.

O estudo deste projeto, deve-se ao facto do mesmo ser desenvolvido com base vernacular, permitindo assim um maior número de referências tipográficas.



Figura 32: Exemplos do projeto. Correia (2014)

3.5 Azulejo padrão de fachada em Portugal

O presente caso de estudo, foi elaborado por Sofia Laiginhas, no âmbito da Dissertação de Mestrado apresentada à Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto,

em Design da Imagem. Trata-se de um projeto onde o objetivo principal resume-se à união entre o design e o azulejo, consistindo na criação de um objeto de comunicação que explora o potencial dos elementos formais, presentes nos padrões de azulejo aplicados nas fachadas de Portugal.

Apesar de o processo de construção ser bastante distinto do meu projeto, sem qualquer uso da tipografia vernacular, ambos os projetos privilegiam o azulejo como um dos elementos identitários de Portugal. Percebe-se a utilização do azulejo padrão de fachada como uma produção pensada, construída e aplicada em módulos.

Desta forma, considera-se uma das referências mais pertinentes, pela perceção dos diversos problemas na criação de uma tipografia baseada no azulejo, contribuindo para uma maior atenção em erros futuros.



Figura 33: Exemplos do projeto. Laiginhas (2017)

3.6 Letras em retalhos

O presente trabalho, foi produzido por Diego Paiva, como dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Design Gráfico e Projetos Editoriais, pela Faculdade de Belas Artes do Porto. Este caso de estudo desenvolve-se com base na produção vernacular do comércio local da cidade do porto. Desta forma, letras e retalhos têm como finalidade desenvolver uma fonte tipográfica em formato digital, onde são apresentadas características próprias do comércio local com base num estudo teórico-prático de letras desenhadas atualmente nos cartazes de promoção de vendas utilizadas no retalho de pequeno porte da cidade do Porto.

A análise deste projeto permitiu estudar-se e perceber-se o desenho das letras. Apesar do projeto ter uma base vernacular, o seu resultado difere em semelhança com o meu. Neste caso, a letras assume o seu lado vernacular e não existe preocupação quanto às proporções e à anatomia da letra. No entanto, trata-se se um projeto enriquecedor quanto ao seu processo do desenho de letras.

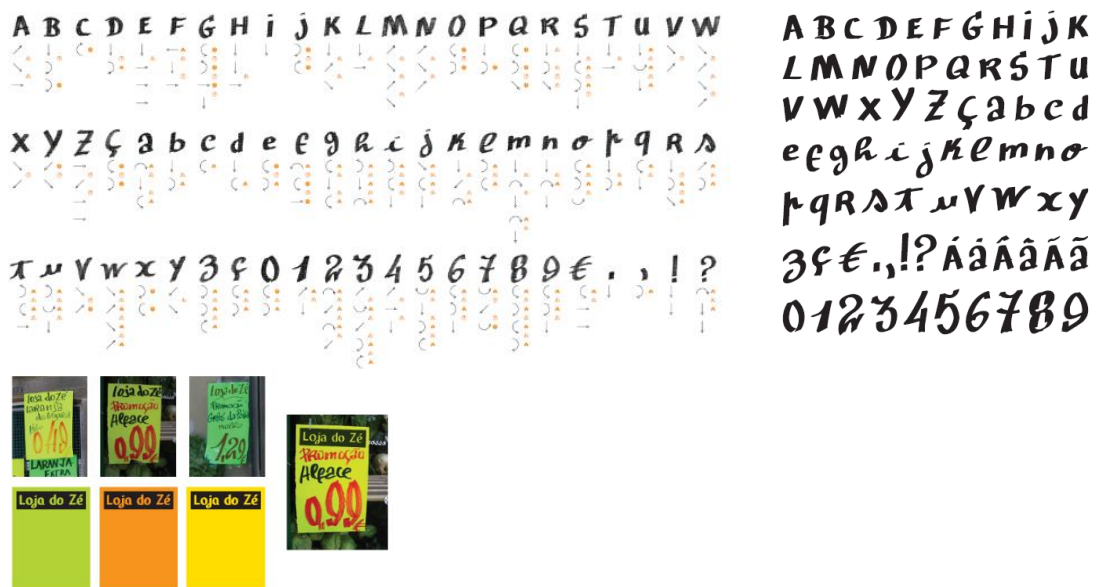


Figura 34: Exemplos do projeto. Paiva (2010)

3.7 Letras do cotidiano

Este caso de estudo insere-se num programa de Pós-graduação em Design, pela Universidade do Estado de Minas Gerais. Desenvolvido por Emerson Eller, esta pesquisa tem como fundamento a tipografia vernacular, que faz alusão aos artefactos tipográficos presentes no nosso dia a dia. A pesquisa dá continuidade a uma investigação aos artefactos tipográficos vernaculares na cidade de Belo Horizonte, com o objetivo de reconhecer traços locais, estilos e peculiaridades.

Em diferenciação com o caso de estudo anterior, ainda que este projeto seja baseado em artefactos vernaculares, a criação da tipografia Sucata detém de um maior cuidado quanto ao desenho das suas letras. Desta forma, procurou-se um padrão estético que permitisse criar uma unidade visual entre todas as letras de modo que as mesmas aparentem pertencer a uma mesma espécie, tendo em conta as serifas toscanas, o contraste das hastes, a proporção e o peso.



Figura 35: Exemplos do projeto. Eller (2014)

3.8 *Combined Letters*

Um projeto desenvolvido por Yael Segal, durante um curso de Tipografia Experimental que inclui uma pesquisa sobre a criação de padrões com letras hebraicas. O livro contém quase duzentas páginas preenchidas com mais de mil padrões sobre cada uma das letras da língua hebraica, cada letra em um tipo de fonte diferente.

Este estudo de caso tornou-se relevante quanto à sua flexibilidade na criação de padrões, permitindo infinitas combinações através da junção de diferentes letras.



Figura 36: Exemplos do projeto. (Adaptado de: <https://www.behance.net/gallery/2163383/Combined-letters-Experimental-Typography>)

3.9 *Hipnopedía*

Concebida por Zuzana Licko, *Hipnopedía* consiste na criação de padrões através da rotação congruente de uma única forma de letra. Dessa forma, quando repetida cada ilustração gera um novo padrão de letras que se interligam entre si, formando composições infinitas.

Desta forma, é possível separar a letra do seu contexto usual de disposição de palavras, dando a conhecer formas diversificadas das letras num formato individual incapazes de representar caracteres alfabéticos. Assim, este projeto demonstra a sua diversidade e flexibilidade no uso de padrão, quer seja com a junção de variadas letras “A”, como com a junção de diversas letras.

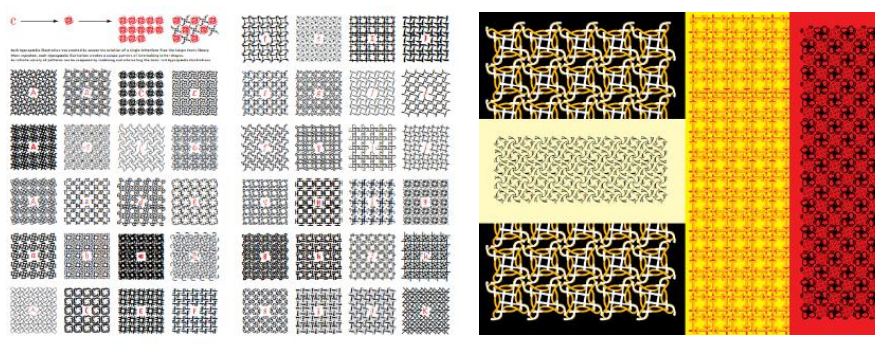


Figura 37: Exemplos do projeto. Licko (1997) (Adaptado de: <https://www.emigre.com/PDF/Hypnopaedia.pdf>)

II. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

1. CONTEXTUALIZAÇÃO

O projeto fundamentou-se em duas partes, a teórica e a prática.

Primeiramente, havendo diversos caminhos no desenho de letras, foram estudados quais os primeiros passos na sua criação. Começou-se por uma análise ao estudo de Rausch e Campe (2020) que permitiu perceber-se as cinco formas distintas de conceber letras.

Posteriormente, tendo em conta os estudos de, Sampaio (2009), Finizola (2010) e Eller (2014) foram analisadas as classificações dos artefactos vernaculares, desenvolvidos para identificar padrões, estilos e peculiaridades semelhantes. Deste modo, esta pesquisa foi relevante para definir e classificar as recolhas tipográficas dos azulejos publicitários portugueses.

Sendo a tipografia desenvolvida apenas para uso *display*, também foi necessário um estudo acerca do desenho de tipos digitais. Após isso, foi pertinente o estudo da anatomia do tipo, para que as criações das letras conseguissem partilhar a mesma linguagem e manter um equilíbrio entre elas através dos diversos ajustes óticos.

Continuadamente, notou-se duas divisões estruturais. Os desenhos de letras maiúsculas podem conceber-se de acordo com dois sistemas proporcionais: as modernas e as clássicas. Dessa forma, passou-se ao estudo da mesma de maneira a adotar-se um único sistema de proporção a seguir. Após a análise foi detetado que a proporção moderna correspondia à tipografia em desenvolvimento, como se for verificar na figura abaixo, pelo uso de larguras mais consistentes, e ao uso das mesmas para uma aplicação em grande escala.



Figura 38: Azulejo publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019. (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/>)

Após a escolha da proporção, estudou-se a tabela de derivação de caracteres. Com este estudo encontraram-se dois caminhos a seguir. A tabela de derivação de caracteres “abcdefg” de Debra Anne Adams partindo da criação das letras com base nos caracteres-chave “S”, “O”, “H”, “P”, “V”. Por outro lado, Rausch e Campe (2020) também defendem o desenho das letras através dos caracteres chave “V”, “H”, “O”. No entanto, tendo em conta as letras recolhidas do azulejo publicitário “S”, “A”, “N”, “I”, “T”, “R”, considerou-se mais relevante o estudo de derivação de caracteres da Debra Anne Adams pelo facto da mesma apresentar um maior número de caracteres-chave para o desenvolvimento das letras em falta.

Dessa forma, iniciaram-se os estudos práticos em torno do desenho de letras.

1.1 Por onde começar?

Por onde começar? O que fazer a seguir? Estas são algumas das questões mais frequentes quando se começa a estudar o desenho de letras. São também questões que terão uma resposta específica de acordo com o objetivo do projeto. Depois de uma pesquisa, encontrou-se diversas maneiras de começar a desenhar letras.

“Unfortunately, there is no single surefire way of designing type⁵.” (Rausch & Campe, 2020, p. 22). Segundo Rausch e Campe (2020), é possível abordar a criação de letras de seis formas distintas. Através do alfabeto para a fonte, da caligrafia para a fonte, de uma ideia formal para a fonte, da fonte para a fonte e do *lettering* para a fonte.

Utiliza-se o **alfabeto para a fonte** quando se pretende transformar um alfabeto analógico já existente em uma fonte. Para isso, é necessário perceber-se quais são os caracteres em falta. Posteriormente, elaboram-se os restantes caracteres com base no mesmo método de criação das letras já produzidas. O segundo método, **da caligrafia para a fonte**, permite elaborar uma fonte com base em letras criadas através da caligrafia. Para tal, Rausche Campe (2020), recomendam o desenvolvimento de uma grande variedade das letras mais usadas, criando ligaduras para as combinações de letras individuais, com a intenção de permitir um aspeto mais orgânico à fonte. Tendo em conta o terceiro método, **de uma ideia formal para a fonte**, o mesmo permite a

⁵ TL: “Infelizmente, não existe uma forma única e segura de desenhar letras”

criação de uma fonte através de letras compostas apenas por círculos e triângulos, estudadas para serem aplicadas em blogues ou em t-shirts. Para tal, começa-se pela idealização de um briefing que defina o funcionamento e os critérios da fonte, de forma que a mesma consiga satisfazer a intenção pretendida. Posteriormente, a elaboração de esboços possibilita a clarificação do conceito e a criação das letras. No entanto, se o objetivo passa por reproduzir uma fonte clássica já existente, é adotada a técnica da criação **de uma fonte para a fonte**. A fonte é criada através da impressão de algumas palavras e do estudo detalhado das letras impressas, de forma a assimilar quais as características mais relevantes da letra. À posteriori, as alterações são feitas, consoante o gosto pessoal, modificando serifas, aumentando o contraste do traço ou então através da redução dos ascendentes. **Do *lettering* para a fonte**, um procedimento que proporciona a criação de uma fonte com base em letras encontradas em fachadas de edifícios ou em embalagens de produtos. A partir das letras encontradas, torna-se necessário a formação das restantes letras através da análise das mesmas reunindo as suas características. Assim, existem duas formas para prosseguir o desenho das letras. Através de uma letra desenhada pela pessoa, onde naturalmente torna o desenho mais fácil tendo em conta um maior conhecimento das características da forma da letra. Ou então partir para uma pesquisa histórica, onde é necessária uma análise de letras semelhantes às encontradas que poderão servir de inspiração para o desenho das letras em falta. Já do **logótipo para a fonte** permite criar um tipo de letra com base num logótipo desenhado pela pessoa. O processo assemelha-se com o anterior, onde é necessário fazer uma recolha dos caracteres em falta. Seguidamente, esboçar no papel permite uma melhor decisão acerca do aspeto dos caracteres a desenvolver sem que os mesmos percam as suas características.

Após uma análise aos diferentes possíveis começos, verificou-se que, neste caso específico, o trabalho é desenvolvido a partir do *lettering* para a criação de uma fonte. O projeto desenvolve-se com base em letras encontradas nos azulejos publicitários. Com fundamento nas letras encontradas, é necessário completar o resto do alfabeto.

1.2 Classificação de letras

Apesar de classificar os artefactos vernaculares ser uma tarefa trabalhosa, Eller (2014) desenvolveu algumas análises tipográficas classificatórias com base nos trabalhos de Finizola (2010) e Sampaio (2012). A partir da classificação de Eller (2014), traçou-se uma pesquisa relativa à produção tipográfica vernacular da cidade do Belo Horizonte para que fosse possível haver uma identificação de padrões, estilos e peculiaridades semelhantes.

Uma vez que em alguns casos um mesmo artefacto apresenta diferentes estilos em mais do que um letreiro, predispôs-se a tratar e classificar cada caso de um modo isolado. Com base na classificação de Finizola (2010), a mesma pode ser dividida em nove estilos: quadradas, serifadas, cursivas, gordas, grotescas, caligráficas, fantasia, expressivas e amadoras. Eller (2014), tem como base a mesma classificação, no entanto, durante a sua classificação necessitou de excluir a categoria “amadoras” propondo a inclusão de uma nova categoria intitulada de “inusitadas”. Desta forma, a sua classificação sofre algumas adaptações e ajustes, de modo que a mesma se adeque melhor à sua pesquisa. Assim, a sua classificação traduz-se em: quadradas, serifadas, cursivas, gordas, grotescas, caligráficas, fantasia, expressivas e inusitadas.

De acordo com Eller (2014), a **construção dos elementos** é classificada em quatro critérios. Em primeiro, a construção caracteriza-se por uma base construtiva, à qual pode ser tipográfica, cursiva ou letras desenhadas, podendo apresentar-se de forma uniforme ou mista, quando esta apresenta mais do que uma base. O segundo critério é apresentado pelo estilo tipográfico que pode ser romano, itálico ou misto. O terceiro critério refere-se à construção de elementos que podem ser apresentados através da classificação de linhas contínuas ou descontínuas. Por último, a caixa, caixa-alta, caixa-baixa ou mista.

Quanto à forma das letras a mesma também é classificada em quatro pontos.

Primeiramente, é apresentado o peso, podendo ser *light*, regular, *bolde*/ou *extrabold*. Em segundo, a proporção, podendo ser compensado, normal ou expandido. Quanto ao terceiro ponto, o mesmo é direcionado para a parte da modulação que vai classificar o contraste das hastes podendo estas estar divididas em: nenhum, pequeno, alto,

exagerado ou perceptível nos terminais. Por último, os terminais que podem ser classificados como serifados ou sem serifa. Os terminais sem serifa podem ser retos, arredondados, irregulares, toscanos e caligráficos, já os terminais com serifas podem ser classificados como retos, cursos, quadrados, triangulares, toscanos e arredondados. **A decoração** da letra é definida com base em dois critérios. A sombra e a ornamentação. A sombra pode ser classificada como nenhuma, comum, parcial ou dupla. A ornamentação pode ser indicada como decoração interna, efeito 3d, em camadas, em perspectiva ou em contorno.

Quanto à **cor**, a mesma pode ser dividida em cor de fundo e cor de elemento. A cor de fundo pode ser indicada como sem pintura, chapado ou degradê. A cor do elemento pode ser classificada como contorno, chapado ou degradê.

Por último, o **posicionamento**. Este é apresentado com base em dois critérios. A disposição das letras, sendo elas classificadas como curvilínea, linear ou perspectiva, horizontal, vertical ou diagonal. O segundo critério é o alinhamento que pode ser classificado como esquerdo, direita, centralizado, justificado ou livre quando não existe um alinhamento totalmente definido.

“Após os critérios de análise, a partir da classificação, é possível traçar o panorama da produção tipográfica da cidade do Belo Horizonte, identificando padrões, estilos e peculiaridades mais recorrentes.” (Eller, 2014, p. 93). Apesar de serem conhecidas diferentes formas de classificação de letras, como Thibaudeau, 1924; Warde 1935; Gray 1938; Aldo Novarese, 1957; Vox/ATypI, 1962; Vox, 1963; Novarese 1963; British; DIN 16518, de 1964; Standard 2961, de 1967; Panose 1987; Dixon 2008; Pohlen, 2010, optou-se por uma classificação mais focada na tipografia vernacular.

Após classificar e dividir os artefactos, foi definido um quadro demonstrativo das características mais recorrentes presentes nos letreiros.

Amadoras

São caracterizadas pelo seu acabamento indelicado e pelo seu aspeto mais irregular que reúnem os manuscritos populares que são desenvolvidos por autores sem especialização.

Amadoras	Manuscritos populares desenvolvidos por letristas não especialistas. Realizados sem um planeamento minucioso e nem sempre produzidas com as ferramentas de trabalho mais adequadas. Possuem acabamento rude e aspecto irregular sem nenhuma relação de uniformidade entre letras, entre linhas, assim como linha de base, eixo e espessuras irregulares.	
Construção	Geralmente contínua, mas com aspecto irregular.	
Forma	Curvas contínuas ovaladas, mas irregulares. Hastes de espessuras irregulares.	
Proporção	Largura dos caracteres e proporções internas irregulares.	
Modulação	Geralmente não há contraste entre as hastes, exceto nos casos em que o contraste foi incidental, em decorrência da imprecisão do uso da ferramenta.	
Peso	Normal e <i>bold</i> .	
Serifa/terminais	Sem serifa e com terminais irregulares.	
Caracteres-chave	Nesse padrão, é perceptível a existência de caracteres inusitados, muitas vezes em decorrência do baixo nível de instrução do letrista. Surgem letras espelhadas e com formas fora do padrão de configuração clássica do alfabeto romano.	
Decoração	Geralmente, não são utilizados recursos decorativos.	

Figura 40. Atributos formais das letras amadoras. (Fonte: autora)

Figura 39: Figura 37: Classificação de letras. Finizola (2010)

Quadradas

São construídas através de um módulo quadrado que permite criar combinações para formar todos os caracteres através de uma construção rígida. Segundo Finizola (2010) as quadradas são normalmente em caixa-alta.

24 HORAS

Figura 36. Exemplo de tipografia vernacular que configura a categoria "quadrada".

Principais características das letras quadradas:

Construção	Base construtiva tipográfica, em estilo romano com linhas modulares contínuas. Predominância de caixa-alta.
Forma	Peso regular ou bold. Proporção normal ou condensada. Modulação com nenhum contraste entre as hastes. Sem serifa e com terminais retos.
Posicionamento	Disposição linear das letras. Alinhamento justificado ou centralizado.
Decoração	Nenhuma decoração.
Cor	Cores chapadas.

Quadro 01. Quadro de atributos das letras "quadradas".

Figura 40: Classificação de letras. Eller (2014)

Quadradas	Letras baseadas numa construção a partir de um módulo quadrado. Apresentam certa irregularidade no acabamento das formas, mas que, no entanto, não prejudica a uniformidade de seu desenho, como ocorre com as amadoras. Apresentam um baixo nível de complexidade formal e uma maior incidência do uso de caixa-alta.	
Construção	Contínua modular.	
Forma	Predominância de hastes paralelas. Presença de vértices arredondados ou pontiagudos.	
Proporção	Largura dos caracteres variada, podendo ser encontradas quadradas condensadas, normais e expandidas.	
Modulação	Pouco ou nenhum contraste entre as hastes.	
Peso	Normal e <i>bold</i> .	
Serifa/terminais	Sem serifa e com terminais retos e/ou pontiagudos.	
Caracteres-chave	AOS	
Decoração	Não são utilizados recursos decorativos.	

Figura 41: Classificação de letras. Finizola (2010)

Serifadas

As serifa são traços ou prolongamentos que se verificam nas extremidades dos traços principais dos caracteres.

TABACARIA BOVINO Planos

Figura 37. Três diferentes exemplos de "serifadas". Da direita para esquerda: serifa reta, toscana e quadrada.



Figura 38. Diversidade de serifa comuns em tipos de madeira. Algumas delas são também muito utilizadas na tipografia vernacular. Imagem de Ellen Lupton, 2006.


Principais características das letras serifadas:

Construção	Base construtiva tipográfica, em estilo romano com linhas contínuas. Predominância de caixa-alta.
Forma	Peso regular ou bold. Proporção normal ou condensada. Modulação com pequeno contraste entre as hastes. Foram encontrados letramentos com terminais que apresentam serifa retas, quadradas, triangulares, toscanas e arredondadas.
Posicionamento	Disposição linear das letras e geralmente com alinhamento centralizado.
Decoração	Foram identificadas sombras comuns e contorno nas letras.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 62. Quadro de atributos das letras "serifadas".

Figura 42: Classificação de letras. Eller (2014)

Serifadas Grupo unificado de letrados serifados. Sua decoração se resume ao uso de sombras e ornamentos. Há o uso predominante de letras em caixa alta.



Construção	Contínua.
Forma	Curvas contínuas ovaladas. Hastes paralelas.
Proporção	Largura dos caracteres uniforme.
Modulação	Pouca variação de contraste entre as hastes.
Peso	<i>Bold e extrabold.</i>
Serifa/terminais	Uso recorrente de serifa – triangulares, toscanas, quadradas, etc.
Caracteres-chave	AAAA
Decoração	Pode haver o uso de sombras.

Figura 43: Classificação de letras. Finizola (2010)

Cursivas

Fazem alusão a um estilo de letras obtido a partir da escrita manual de forma contínua que são carregadas de traços autorais. É um estilo muito semelhante à escrita à mão, e dessa forma, muitos pintores escolhem este estilo por ser um trabalho mais rápido.

Eletrônica Armações

Figura 39. Exemplos da categoria "cursivas". Aqui notamos terminais arredondados no primeiro caso, e caligráficos no segundo.


Principais características das letras cursivas:

Construção	Base construtiva cursiva, em estilo itálico com linhas contínuas. Caixa-alta e caixa-baixa.
Forma	Peso regular. Proporção normal com modulação em pequeno ou nenhum contraste entre as hastes. Sem serifa e com terminais arredondados ou caligráficos.
Posicionamento	Predominância de disposição linear ou diagonal das letras com alinhamento centralizado.
Decoração	Sombras comuns, contorno nas letras ou decoração interna.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 63. Quadro de atributos formais das letras "cursivas".

Figura 44: Classificação de letras. Eller (2014)

Cursivas Grupo com características de traço e construção semelhantes as das letras manuscritas. Cada especialista, no entanto, pode conferir características particulares a cada estilo. Geralmente, possuem eixo inclinado e se apresentam em caixa alta e baixa. Outra característica é a presença de ascendentes e/ou descendentes mais pronunciadas em algumas letras.



Construção	Contínua, com o uso de conexões entre letras.
Forma	Curvas contínuas ovaladas. Hastes inclinadas.
Proporção	Largura dos caracteres variada. Proporções internas regulares.
Modulação	Ligeira variação de contraste entre as hastes.
Peso	Variado: normal, <i>bold</i> e <i>extrabold</i> .
Serifa/terminais	Sem serifa e com terminais geralmente arredondados.
Caracteres-chave	Particularidades da cursiva de cada letrista.
Decoração	Presença de ascendentes ou descendentes mais pronunciadas.

Figura 45: Classificação de letras. Finizola (2010)

Gordas

Geralmente apresentam cantos arredondados ou terminações arredondadas e dispoendo de pouca área branca interna, implicando um peso visual excessivo. Dessa forma, as gordas são consideradas extrabold.



Figura 40. Exemplo de letreiramento vernacular que compõe a categoria "gordas".

Principais características das letras gordas:

Construção	Base construtiva mista, em estilo misto com linhas contínuas. Predominância de caixa-alta.
Forma	Peso bold e extrabold. Proporção normal ou condensada. Modulação com nenhum contraste entre as hastes. Sem serifa e com terminais arredondados.
Posicionamento	Predominância de disposição linear ou diagonal das letras normalmente com alinhamento centralizado.
Decoração	Pode apresentar uso de sombras comuns.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 04. Atributos das letras "gordas".

Figura 46: Classificação de letras. Eller (2014)

Gordas	Letras de terminações arredondadas/curvas. Seus espaços internos geralmente são pequenos, o que lhes confere peso, muitas vezes, extrabold. É frequente o uso de sombras, como elemento de ênfase na hierarquia das informações. Apresentam-se tanto na forma de caixas altas como baixas e possuem largura geralmente condensada.	
Construção	Contínua.	
Forma	Curvas contínuas ovaladas. Hastes paralelas.	
Proporção	Largura dos caracteres variada, geralmente condensada. Proporções internas regulares.	
Modulação	Não há variação de contraste entre as hastes.	
Peso	Bold e extrabold.	
Serifa/terminais	Geralmente sem serifa e com terminais arredondados.	
Caracteres-chave	KMSAI	
Decoração	Pode haver o uso de sombras.	

Figura 47: Classificação de letras. Finizola (2010)

Grotescas

São letras classificadas pela ausência de serifa e pela sua construção geométrica. Normalmente são inspirações de fontes digitais tradicionais como a Helvética, Arial, Futura e outras.

NÃO ESTACIONE

Figura 41. Letreiramento vernacular inserido na categoria "grotescas".

Principais características das letras grotescas:

Construção	Base construtiva tipográfica. Possui predominância de estilo romano e linhas contínuas. Caixa-alta e caixa-baixa.
Forma	Peso normal e bold. Pode apresentar proporção normal e condensada. Modulação com pequeno ou nenhum contraste entre as hastes. Sem serifa e com terminais retos.
Posicionamento	Predominância de disposição linear ou diagonal das letras com alinhamento centralizado.
Decoração	É mais comum o uso de sombras, mas pode haver decoração interna e efeito 3d.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 05. Quadro de atributos das letras "grotescas".

Figura 48: Classificação de letras. Eller (2014)

Grotescas	Padrão que agrupa letreiramentos que se basearam em fontes tipográficas tradicionais sem serifa, similares às fontes geométricas da família das grotescas.	
Construção	Contínua.	
Forma	Construção geométrica. Estilo romano ou itálico.	
Proporção	Largura dos caracteres uniforme, geralmente condensada ou normal. Proporções regulares.	
Modulação	Hastes monolineares.	
Peso	Regular ou bold.	
Serifa/terminais	Sem serifa; terminais retos.	
Caracteres-chave	NDAT	
Decoração	Pode haver o uso de sombras.	

Figura 49: Classificação de letras. Finizola (2010)

Caligráficas

Apresentam influências diretas com a caligrafia. Difere das “cursivas” por causa da sua característica mais artística que revela uma maior expressividade e harmonia. Pode ou não haver uma continuidade e ligação entre as letras.

Figura 42. Exemplo de artefato caligráfico, que se encaixa, aqui, na categoria “caligráficas”.

Principais características das letras caligráficas:

Construção	Base construtiva mista apresentando predominância do estilo itálico. Com linhas contínuas. Caixa-alta e caixa-baixa.
Forma	Peso normal e bold. Pode apresentar proporção normal e condensada. Modulação com pequeno contraste entre as hastes. Sem serifas e com terminais caligráficos.
Posicionamento	Predominância de disposição linear com alinhamento livre.
Decoração	Pode haver decoração interna.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 06. Quadro de atributos das letras “caligráficas”.

Figura 50: Classificação de letras. Eller (2014)

Caligráficas	O padrão das letras caligráficas engloba aqueles letramentos que possuem influências diretas da prática da caligrafia, perceptíveis em seus terminais caligráficos ou por meio de referências às ferramentas de trabalho na sua construção formal. Geralmente, não possuem conexões entre as letras.	
Construção	Contínua ou descontinua. Referência à ferramenta.	
Forma	Construção caligráfica. Predominância do estilo itálico.	
Proporção	Largura dos caracteres uniforme, geralmente condensada ou normal. Proporções regulares.	
Modulação	Uso de contraste nas hastes ou terminais.	
Peso	Regular ou bold.	
Serifa/terminais	Sem serifa; terminais caligráficos.	
Caracteres-chave		
Decoração	Pode haver o uso de sombras.	

Figura 51: Classificação de letras. Finizola (2010)

Fantasia

É caracterizada pela construção livre. São letras desenhadas e decoração individualmente.

Figura 43. Exemplo de letramento que compõe a categoria “fantasia”.

Principais características das letras fantasia:

Construção	Base construtiva letramento com predominância do estilo romano. Pode apresentar linhas contínuas. Caixa-alta e caixa-baixa.
Forma	Peso normal e bold. Apresenta proporção normal e condensada. Modulação com pequeno contraste entre as hastes. Sem serifas e com terminais retos ou arredondados.
Posicionamento	Predominância de disposição linear com alinhamento livre.
Decoração	Pode haver decoração interna ou sombras comuns.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 07. Atributos formais das letras “fantasia”.

Figura 52: Classificação de letras. Eller (2014)

Expressivas

Apresentam como principal característica a inclinação das letras.

MIOLO BOLINHO
BAUDUCCO

Figura 44. Exemplos de letreiramentos que compõem a categoria "expressivas".

Principais características das letras expressivas:

Construção	Base construtiva caligráfica com predominância do estilo itálico. Pode apresentar linhas contínuas. Predominância de caixa-alta.
Forma	Peso normal e bold. Apresenta proporção normal e condensada. Normalmente com modulação em pequeno contraste entre as hastes. Sem serifa e geralmente com terminais arredondados.
Posicionamento	Predominância de disposição linear ou diagonal com alinhamento livre.
Decoração	Pode haver decoração interna ou sombras comuns.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 08. Quadro de atributos das letras "expressivas".

Figura 53: Classificação de letras. Eller (2014)

Expressivas

Essa categoria reúne os letreiramentos típicos dos cartazes e vitrines, compreendendo alguns caracteres-chave peculiares a esses gêneros.

RNIEI
VUTRISS

Construção	Contínua ou descontínua. Ocorrência de "fraturas" em alguns arcos superiores (por exemplo, "S" e "C").
Forma	Construção caligráfica. Predominância do estilo itálico.
Proporção	Largura dos caracteres uniforme, geralmente condensada ou normal. Proporções regulares.
Modulação	Uso de contraste moderado nas hastes.
Peso	Regular ou bold.
Serifa/terminais	Sem serifa; terminais arredondados ou retos.
Caracteres-chave	IRS
Decoração	Pode haver o uso de sombras.

Figura 54: Classificação de letras. Finizola (2010)

Inusitadas

Apresentam características únicas. Expressam detalhes que podem ser considerados falhas ou falta de habilidade, remetendo para um resultado pictórico ou figurativo.

AFIXAR PEIXES

Figura 45. No primeiro exemplo, à esquerda, nota-se que as letras vêm seguindo certo padrão formal, mas logo esse padrão é desconstruído com a estrutura da letra "X". Ao lado direito, temos a figura de um peixe construída a partir de letras e pequenos ornamentos. Esses são dois exemplos distintos de letreiramentos que compõem a categoria "inusitadas".

Principais características das letras inusitadas:

Construção	Base construtiva tipográfica ou letreiramento com estilo misto. Predominância de linhas contínuas. Caixa-alta e caixa-baixa.
Forma	Peso normal e bold. Apresenta proporção normal e condensada. Modulação com pequeno ou nenhum contraste entre as hastes. Sem serifa e geralmente com terminais arredondados.
Posicionamento	Predominância de disposição linear com alinhamento livre.
Decoração	Pode haver sombras comuns.
Cor	Predominância de cores chapadas.

Quadro 09. Atributos das letras "inusitadas".

Figura 55: Classificação de letras. Eller (2014)

Com base nas classificações de letras por Finizola (2010), Sampaio (2012) e Eller (2014), foram recolhidas e analisadas letras de azulejos publicitários presentes nas fachadas das lojas comerciais de Portugal através do site Azulejo Publicitário Português. As letras foram categorizadas em duas maneiras. As com serifa, que possuem traços ou prolongamentos nas extremidades dos traços principais dos caracteres. E as tipografias grotescas, caracterizadas pela ausência de serifa e pela sua construção geométrica.

Foram recolhidos exemplos de azulejos publicitários de lojas comerciais. Para isso, recorreu-se ao *site* do Azulejo Publicitário Português de forma a obter uma recolha imediata dos diversos azulejos. Das amostras analisadas, notou-se uma frequência de classificações muito aproximada: 8 grotescas e 9 serifadas.

Grotescas



Figura 57: Azulejo Publicitário “Prazeres & Irmão, Sucessores”. Castro Verde, 2018 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/6c47b2/>)



Figura 56: Azulejo Publicitário “Irmandade de S. Crispim e S. Crispiano”. Porto, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/68fa03/>)



Figura 58: Azulejo Publicitário “A Primorosa”. Sines, 2019. (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/52470d/>)



Figura 59: Azulejo Publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/>)



Figura 60: Azulejo Publicitário “Companhia União de Crédito Popular”. Porto, 2015 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/34c9b2/>)



Figura 61: Azulejo Publicitário “Albergues Noturnos do Porto”. Porto, 2019. (Adaptado de: <https://www.publico.pt/2019/03/27/p3/video/video-recuperacao-albergues-porto-20190325-151702>)

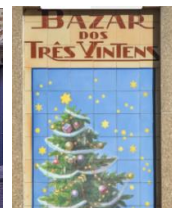


Figura 62: Azulejo Publicitário “Bazar dos Três Vintens”. Porto, 2019. (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/32ea14/>)



Figura 63: Azulejo Publicitário “Casa da Água da Foz da Sertã”. Sertã, 2019. (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/6e63e2/>)

Serifadas



Figura 64: : Azulejo Publicitário “Fábrica de Pão de Francisco Lourenço”. Lisboa, 2019. (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/62463f/>)



Figura 65: Azulejo Publicitário “Padaria Aveirense”. Torres Novas, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/501dae/streetview/>)



Figura 66: Azulejo Publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/>)



Figura 67: Azulejo Publicitário “Padaria Independente”. Porto, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/32bf48/>)



Figura 68: Azulejo Publicitário “Padaria Flor do Paraíso”. Porto, 2015 (Adaptado de <https://azulejopublicitario.pt/p/33fafb/>)



Figura 69: Azulejo Publicitário “Pérola do Bolhão”. Porto, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/3392c4/>)



Figura 70: Azulejo Publicitário “Adriano Vieira da Silva Lima”, Porto (Adaptado de: <https://redeazulejo.letras.ulisboa.pt/pesquisa-az/ficha.aspx?id=7075&ns=211000&Lang=PO&IPR=8096>)



Figura 71: Azulejo Publicitário “Luís Soares”. Porto. (Adaptado de: https://amogogos.wordpress.com/2014/12/27/bazar-dos-tres-vintens-luiz-soares_porto/)



Figura 72: Azulejo Publicitário “Padaria Popular”. Coimbra, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/3cc9a1/>)

1.3 Escolha da tipografia

Após uma análise às diversas tipografias azulejares tanto góticas como serifadas, verificou-se que o azulejo publicitário “A SANITÁRIA”, localizada na Covilhã, na Rua Primeiro de Dezembro, apresentava características diferenciadoras, como por exemplo a sua largura, o contraste nas espessuras, a inclinação da haste da letra “A” que se destaca comparativamente com as restantes letras, e pelo uso de elementos decorativos presentes na letra “A” e “R”.

Desta forma, estes atributos tornam a tipografia mais original e mais interessante para ser trabalhada. Além da tipografia apresentar-se na sua versão serifada, as restantes letras que a acompanham são góticas. Assim, criaram-se as duas vertentes, a serifada e a gótica.



Figura 73: Azulejo Publicitário “A SANITÁRIA”. Covilhã, 2019 (Adaptado de: <https://azulejopublicitario.pt/p/690ef0/>)

1.4 Desenho de tipos digitais

Segundo Moreira (2016), a era digital permitiu mudanças gigantescas nos diversos cenários da civilização mundial. Sabemos que a invenção da imprensa por Gutenberg em 1455 foi um marco importantíssimo para a história da tipografia, pois era possível executar livros de uma maneira mais rápida e prática, comparado com o tempo que se levava anteriormente para produzir um manuscrito. A tipografia era vista pela maioria das pessoas como sinónimo de impressão com tipos móveis. Com o tempo, os avanços das tecnologias provocaram mudanças na produção das fontes tipográficas, desde o tempo de execução das mesmas, até à divulgação do produto final. A era digital permitiu uma maior liberdade de experimentação, concedeu uma

aceleração geral nos processos de criação tipográfica e influenciou a sua criação, isto é, o desenho do tipo, alterando toda a estrutura de produção. De acordo com Freitas (2017), o design de tipos digitais é entendido como uma atividade baseada na formação e no desenvolvimento tecnológico do desenho de caracteres e glifos que constituem um alfabeto. Posteriormente, estes arquivos digitais podem ser codificados e instalados em sistemas operativos de computadores, permitindo uma divergência de utilização em termos de *softwares* gráficos por parte de utilizadores com interesse pelas áreas do design e da comunicação.

1.5 Anatomia do Tipo

Ainda que as letras estejam presentes no nosso quotidiano e sejam vistas e escritas de diversas formas, com variadas tipografias e formatos, muitas pessoas desconhecem a sua estrutura. Conhecer o nome de cada uma das suas partes e entender as proporções dos caracteres é essencial para quem pretende trabalhar com tipografia.

De acordo com Costa (2016), a tipografia, assim como um corpo humano, apresenta formas e proporções que são influenciadas pela história, linguagens, cultura e materiais utilizados. Apesar de existirem características mais constantes em algumas classificações tipográficas, a variedade está sempre presente. Dessa forma, torna-se imprescindível o uso de um léxico particular para sistematizar a maneira como denominamos cada parte ou característica do tipo de letra. Existem muitos conceitos na tipografia que têm como objetivo definir e categorizar os tipos para que se possa compreender claramente cada elemento. Assim, o estudo da anatomia no âmbito da tipografia diz respeito às partes de cada letra. De acordo com Rausch e Campe (2020), as letras possuem quatro ou mais linhas horizontais mediadoras das dimensões verticais ou métricas de um carácter. A linha das descendentes, a linha de base, a altura x e a linha das ascendentes.



Figura 74: Anatomia da letra. Pepe (2021)

A linha das ascendentes permite limitar algumas letras que se possam estender para fora das linhas capitulares, como por exemplo a letra “k”. A linha de base, é o ponto de referência para as restantes linhas. É entendida como uma linha imaginária onde as letras se apoiam para se manterem alinhadas.

A altura-x, trata-se do espaço entre linha de base e a linha das ascendentes. Permite determinar o tamanho padrão de uma fonte. Por exemplo, se a altura-x tiver dez pontos, as proporções vão apropriar-se quanto as letras minúsculas, maiúsculas, ascendentes e descendentes. Por fim, a linha das descendentes é a linha que delimita algumas letras que se expandem para baixo da linha de base, como as letras “p” e “q”.

1.6 Proporções clássicas e modernas em letras maiúsculas.

Ao analisar as formas das letras maiúsculas, é possível notar uma divisão estrutural entre as proporções clássicas e modernas. De acordo Cabral (2014), a proporção é um dos poucos aspetos do design que podemos controlar e manipular.

As letras maiúsculas podem ser desenhadas de acordo com dois sistemas proporcionais diferentes: clássico (também conhecido como estilo antigo) e moderno. As proporções clássicas são utilizadas em modelos de inscrições antigas, onde as letras possuem larguras distintas, seguindo figuras geométricas como o círculo, o triângulo e o retângulo, o que confere uma maior elegância ao tipo de letra. Em contraste, nas proporções modernas, as larguras são mais consistentes, para evitar a aparência de

serem mais finas do que as letras minúsculas, as letras maiúsculas devem ser desenhadas com maior densidade e ocupar mais espaço. Dessa forma, a uniformidade do texto é obtida quando cada letra possui a mesma quantidade de espaço em branco. No entanto, tanto nas maiúsculas como nas minúsculas, a uniformidade das proporções pode tornar o texto excessivamente homogêneo e, por isso, menos atrativo para a leitura.

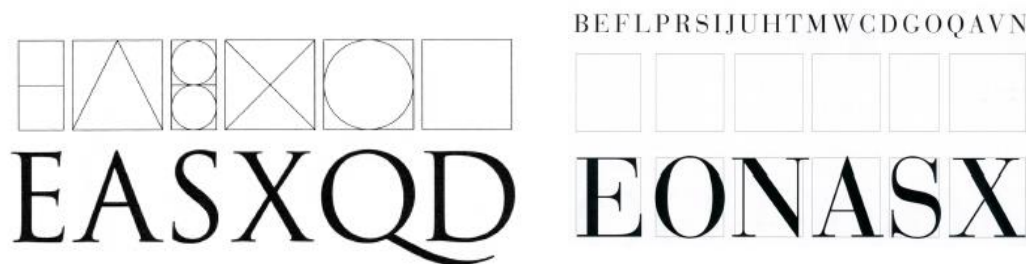


Figura 75: Proporção da letra maiúscula clássica vs. proporção da letra maiúscula moderna. Em cima, tipo Trajan, em baixo, Bauer Bodoni. (Adaptada de Cheng, 2006)

1.7 Derivação de caracteres

Conforme Briem (2001) e Frutiger (2001), a produção de caracteres pode ser feita de três maneiras diferentes: por partes, por módulos ou por derivação de formas. Na construção por partes, as partes das letras podem estar associadas ao número de traços necessários para escrever determinada letra à mão. Antes de combinar todos os elementos num único desenho, este método possibilita o ajuste individual de cada um, garantindo uma maior precisão. Já na construção por módulos, são empregues elementos que se vão repetindo de acordo com um agrupamento de caracteres, trazendo uma maior coerência na criação conjunta dos caracteres. Como por exemplo, a haste de um “i” que se repete num “t”, “p”, “r”, entre outros. No entanto, para uma melhor percepção, as proporções e o contraste terão de ser sempre ajustados e refinados manualmente tendo em conta os ajustes óticos.

Após a vetorização das letras percebeu-se a falta de algumas letras para a criação da tipografia. Dessa forma, recorreu-se ao estudo da derivação de caracteres, “abcdefg” de Debra Anne Adams (1986) que, de acordo com Buggy (2007), com o

objetivo de simplificar o processo de criação de uma fonte a partir de caracteres-chave (“o”, “h”, “p”, “v”), foi desenvolvido um método automatizado. Desta forma, o processo de derivação de caracteres consiste na criação de novas letras a partir de um conjunto inicial de caracteres-chave, selecionados para manter a consistência visual da fonte. Por exemplo, se um caráter-chave apresentar uma curva específica, essa curva terá de ser mantida em todos os caracteres derivados. No entanto, não se resume a copiar e colar partes de letras, é preciso ajustar e refinar manualmente as proporções e o contraste, levando em conta os ajustes óticos necessários para uma melhor percepção.

Após uma investigação detetou-se a divisão da derivação de caracteres em três partes. As minúsculas, as maiúsculas e os números. No entanto, apesar de ser feita uma breve apresentação relativamente ao método de derivação de caracteres baseado nas letras minúsculas, o presente trabalho foca-se na tipografia vernacular com base em azulejos publicitários. Sendo a tipografia apenas composta por letras maiúsculas, o projeto desenvolve-se com base no estudo da derivação de caracteres apenas em letras maiúsculas. Desta forma a vectorização das letras permitiu criar uma base a ser seguida, dando prioridade às letras que dão suporte para outros caracteres a partir dos quais se derivaria todo o resto do alfabeto.

Percebeu-se que podem ser variados os métodos de desenvolvimento da criação de letras. Segundo o panorama de Cheng (2005) dividir os caracteres em grupos, com atributos formais semelhantes, é considerada a maneira mais eficaz para desenvolver as restantes letras de uma forma coerente, no qual as letras maiúsculas podem ser divididas de cinco formas. As formas curvas, as formas mistas curvas e quadradas, as formas quadradas, as formas diagonais e as formas mistas quadradas e diagonais. As formas curvas, são caracterizadas pelas letras “O”, “Q”, “C”, “G”, “S”. Nas formas mistas curvas e quadradas, as letras “B”, “P”, “R”, “D”, “J”, “U”. As quadradas são apresentadas pelas letras “E”, “F”, “L”, “H”, “I”, “T”, enquanto nas formas diagonais estão definidas pelas letras “V”, “A”, “W”, “X”. Por último, as letras “M”, “N”, “K”, “Z”, “Y” compõem as formas mistas quadradas e diagonais.

Tanto campe e Rausch (2020), como Messeguer (2012), defendem o começo do desenho de letras em caixa-alta, através da sequência “H”, “O”, “V”, que se assemelha às formas geométricas básicas e que ajudará a definir as proporções. No entanto, enquanto Messeguer (2012), propõem a seguinte sequência:

O (Q C G D)

I (J H L N M E F P R B U T)

V (A W X Y Z K)

S (letra independente)

Rausch e Campe (2020), propõem a divisão das letras por figuras geométricas. Assim, segue a seguinte sequência:

Retangulares: E F H I J T

Circulares: B C D G O P Q S U

Triangulares: A K M N V W X Y Z

Dessa forma, segundo Rausch e Campe (2020), a iniciação pela letra H possibilita a definição da altura, largura, espessura e contraste das letras maiúsculas.

Posteriormente, o desenvolvimento da letra “O” permite perceber os traços arredondados das letras. Através da letra “V”, é possível determinar a espessura do traço, das diagonais e dos ângulos. Assim, é importante que as letras “H”, “O” e “V” disponham de uma composição harmoniosa e uniforme, com um peso visual igual.



Figura 76: Exemplo de derivação por caracteres. Rausch e Campe (2020)

No entanto, recorreu-se ao estudo e desenvolvimento dos caracteres de acordo com a metodologia da árvore de derivação “abcdefg” de Debra Anne Adams (1986), por ser um procedimento que consiste numa abordagem mais clara, de fácil aprendizagem e aplicação. Por estas razões optou-se por este último modelo no presente estudo.

Assim sendo, este método permite fazer uma derivação de desenho de letras, a partir de algumas letras principais com estruturas-chave que se repetem nas demais. Primeiro recorreu-se ao estudo das letras minúsculas “o”, “h”, “p” e “v”, que fornece o peso, a largura das letras retangulares, largura das letras arredondadas, altura de caixa-baixa e alta, junções de curvas com retas e acabamento de hastes verticais. Estes são dados importantes para os desenhos dos restantes caracteres que permitem entender melhor a derivação das letras “S”, “V”, e “J” pois as mesmas seguiram a mesma anatomia da caixa-baixa. Apesar de apresentar mais três gráficos de derivação de caracteres: um para as caixas altas e dois para os algarismos, o presente estudo centra-se apenas nas caixas altas. Quanto à derivação de caracteres na caixa-alta, as letras “S”, “O”, “H”, “P”, “V” serviram de referência para as seguintes letras que compõem o alfabeto. No entanto, a letra “U” foi baseada na letra “O”, mas mais arredondada. As letras “j” e “s” seguiram as suas próprias características tipográficas e não se basearam na mesma anatomia tendo em consideração as necessidades da letra.

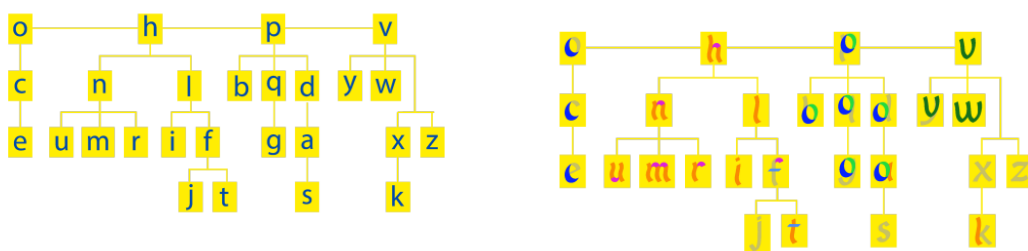


Figura 77: Tabela de derivação de caracteres caixa-baixa em “abcdefg”. Farias (2004)

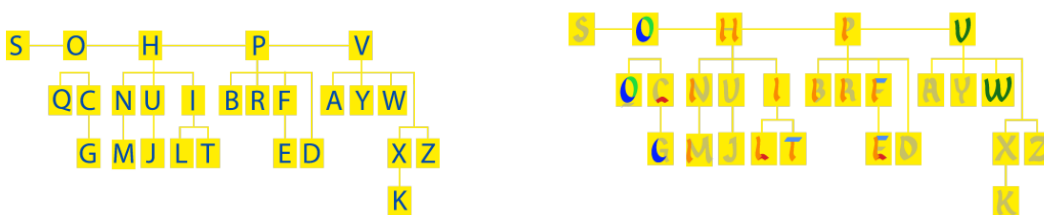


Figura 78: Tabela de derivação de caracteres caixa alta em “abcdefg”. Farias (2004)

2. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

O desenvolvimento prático é dividido em três etapas. Primeiramente, há a fase de estudo e análise, seguida pelo desenvolvimento de estudos e, por fim, os resultados. Primeiramente iniciaram-se os estudos de uma forma manual, onde foram fotocopiados exemplares e redesenhados por cima de forma a obter um melhor resultado. Posteriormente, passou-se à digitalização dos resultados e aos estudos num formato digital. Assim, foi possível continuação de estudos e melhorias de uma forma mais rápida e num curto espaço de tempo.

Dessa forma, iniciaram-se os primeiros estudos exploratórios da letra de forma manual, como um processo de descoberta. Em seguida, estudou-se a derivação de caracteres de Debra Anne Adams, com o objetivo de compreender a relação entre as letras e como elas podem ser derivadas umas das outras com base em caracteres-chave. Para isso, aprofundou-se o conhecimento por meio de três cursos *online* relacionados à tipografia e ao design de letras da plataforma Domestika. Dessa forma, adquiriu-se fundamentos que permitiram a criação de letras de maneira coerente e harmoniosa. Posteriormente, analisaram-se tipografias semelhantes para compreender as direções e espessuras das hastes, iniciando-se o estudo das letras. Assim, a segunda fase é caracterizada pela criação das letras, números e sinais de pontuação nas variantes serifada, não serifada, stencil e monoespaçada. Na terceira fase são apresentados os resultados.

2.1 Estudos

Antes da tipografia escolhida pertencer ao azulejo publicitário “A SANITÁRIA”, foram exploradas várias tipografias e várias formas de desenhar letras.

Sendo iniciante no estudo da tipografia e no desenho de caracteres, desenvolveram-se experiências em torno de três variantes tipográficas. A caligráfica, a serifada e a grotesca.

Tendo como base algumas letras retiradas das palavras do azulejo publicitário, em primeira instância, principiaram-se com uma pesquisa tipográfica de referências, de modo que se tornasse mais facilitada a tarefa do desenho dos caracteres em falta. Desta forma, foram explorados diversos modos de conceber uma letra com fundamento em letras já existentes. Nas figuras abaixo é possível observar isso. Por exemplo a letra “E” da figura da esquerda foi baseada no terminal da letra “C” e da letra “B”. O mesmo se vai repetindo nos restantes caracteres mantendo a linguagem de forma que todo o conjunto de letras se mantivesse coeso.

No entanto, após estes estudos, percebeu-se que esta não seria a melhor forma para a construção das letras.

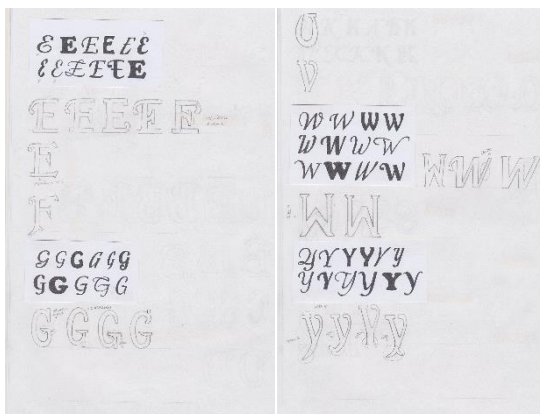


Figura 79: Estudos da tipografia caligráfica. Autoria própria

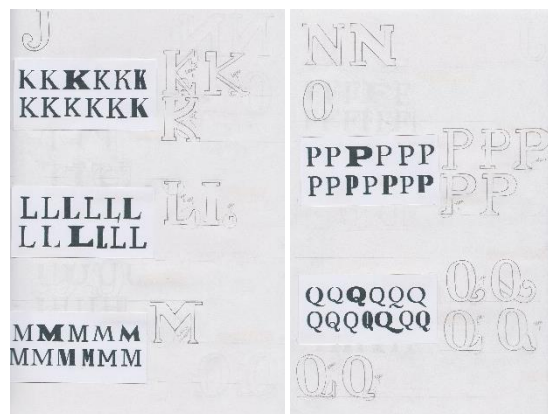


Figura 80: Estudos da tipografia serifada. Autoria própria



Figura 81: Estudos da tipografia Grotesca. Autoria própria

Desta forma, passou-se ao estudo da derivação de caracteres, de forma a produzir-se as restantes letras mantendo uma consistência visual mais eficaz e coerente. Assim, com base nos caracteres-chave “S”, “O”, “H”, “P” e “V” foi possível obter as restantes letras em falta. Deste modo, se um carácter-chave apresentar uma determinada curva, a mesma terá de ser aplicada em todos os caracteres derivados.

Com estes estudos concluiu-se que na tipografia em questão, ou seja, a caligráfica, determinadas hastes não seguem a mesma lógica da tabela de derivação de caracteres, como por exemplo a haste da letra “P”, não é a mesma da haste da letra “R” nem a mesma da letra “B”.

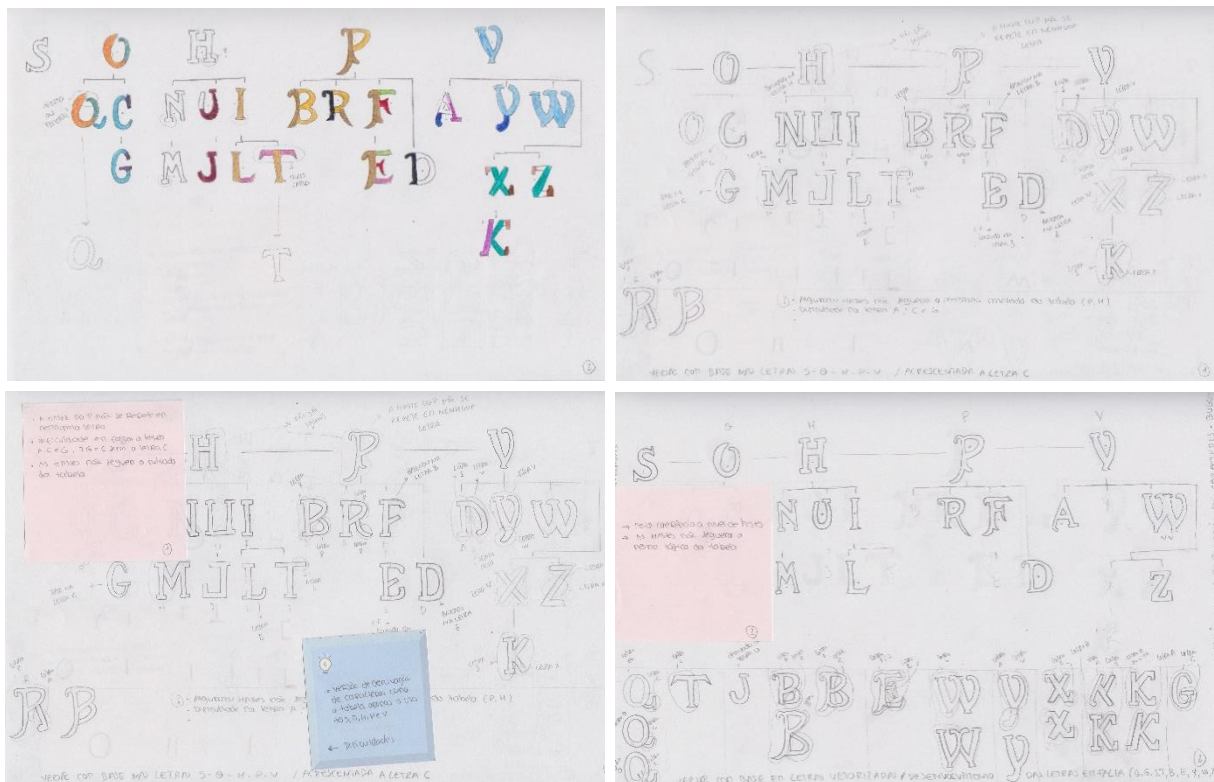


Figura 82: Estudos. Autoria própria

Posteriormente, passou-se a um desenho mais rigoroso das letras de forma a entender-se se todo o conjunto partilhava da mesma linguagem. Na figura abaixo, foram experimentadas, num formato manual, várias construções de letras, quer seja pela sua largura ou pelo seu peso, de forma a compreender-se quais as possibilidades.



Figura 83: Estudos. Autoria própria



Figura 84: Estudos. Autoria própria

No entanto, descartando a tipografia grotesca e caligráfica, o projeto desenvolveu-se na criação de uma tipografia serifada. Contudo, como versão complementar, desenvolveu-se uma versão grotesca da versão serifada. Recorreu-se, uma vez mais ao estudo da derivação de caracteres. Porém, este estudo apresentou algumas dificuldades quanto aos caracteres-chave. As letras em falta são derivadas dos caracteres “S”, “O”, “H”, “P” e “V”. Sendo o azulejo publicitário apenas composto pelas letras “S”, “A”, “N”, “I”, “T”, “R”, torna-se difícil o desenvolvimento das restantes letras.

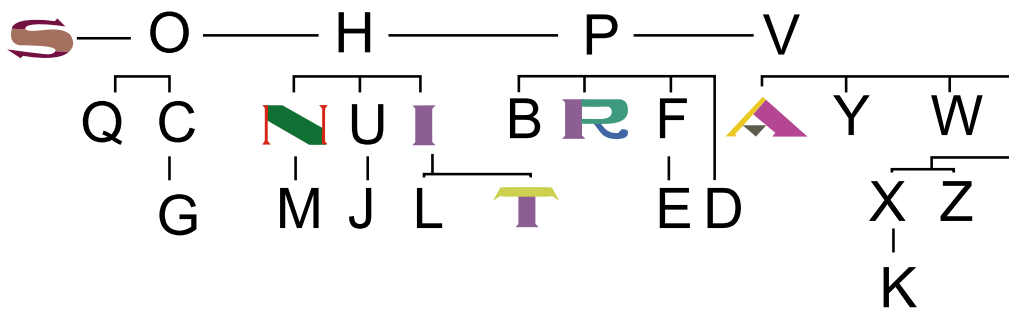


Figura 85: Estudos da tabela de derivação. Autoria própria

Contudo, a existência das outras letras, mesmo não sendo elas os caracteres-chave, permitiram a derivação de alguns caracteres. Como exemplo, a letra “I”, que permite a criação da letra “U”, “H”, “O”, e a criação da haste da letra “J”. O mesmo se aplica com a letra “R”, onde a mesma possibilita a formação das letras “P” e “B”. Relativamente ao caractere “A”, o mesmo gere letras como o “V”, “Y” e “W”. Da mesma forma, é possível a criação das letras “L”, “F” e “E” através da letra “T” já existente.

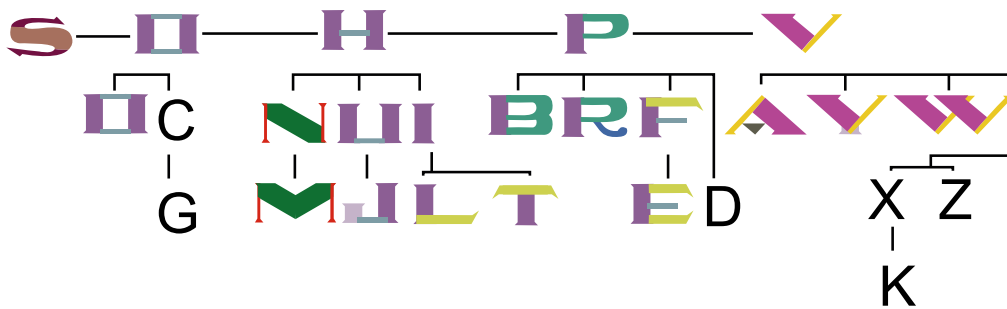


Figura 86: Estudos da tabela de derivação. Autoria própria

Assim, com as restantes letras formadas é possível a continuação da construção das letras em falta. Dessa forma, inicialmente desenvolveu-se a letra “D” que, posteriormente, influenciou a criação das letras “C” e “G”, por ambas apresentarem formas arredondadas. Por esse motivo, fez-se uma nova versão da letra “O” tornando a mesma arredonda de forma a manter uma maior coerência com as restantes. As letras “X”, “Z” e “K” foram derivadas pelas diagonais das letras “A”, “V”, “W” e “Y”.

No entanto, não se trata apenas de duplicar elementos para outras letras. Para uma melhor assimilação, oticamente, será necessário fazer alguns ajustes manuais quanto às proporções e ao contraste.

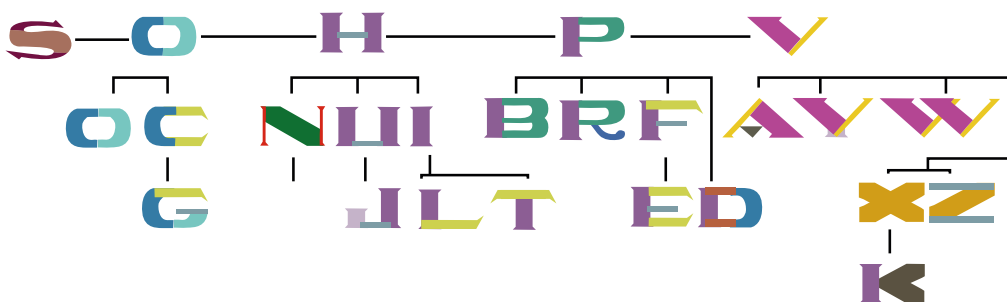


Figura 87: Estudos da tabela de derivação. Autoria própria

Assim, passou-se a uma reformulação das letras. Segundo Hernández e Vergara (s.d), a haste que desce é mais espessa enquanto a haste que sobe é mais fina. Dessa forma, as letras “K”, “M” e “U” terão de sofrer uns ajustes para que as espessuras sigam a mesma linguagem.

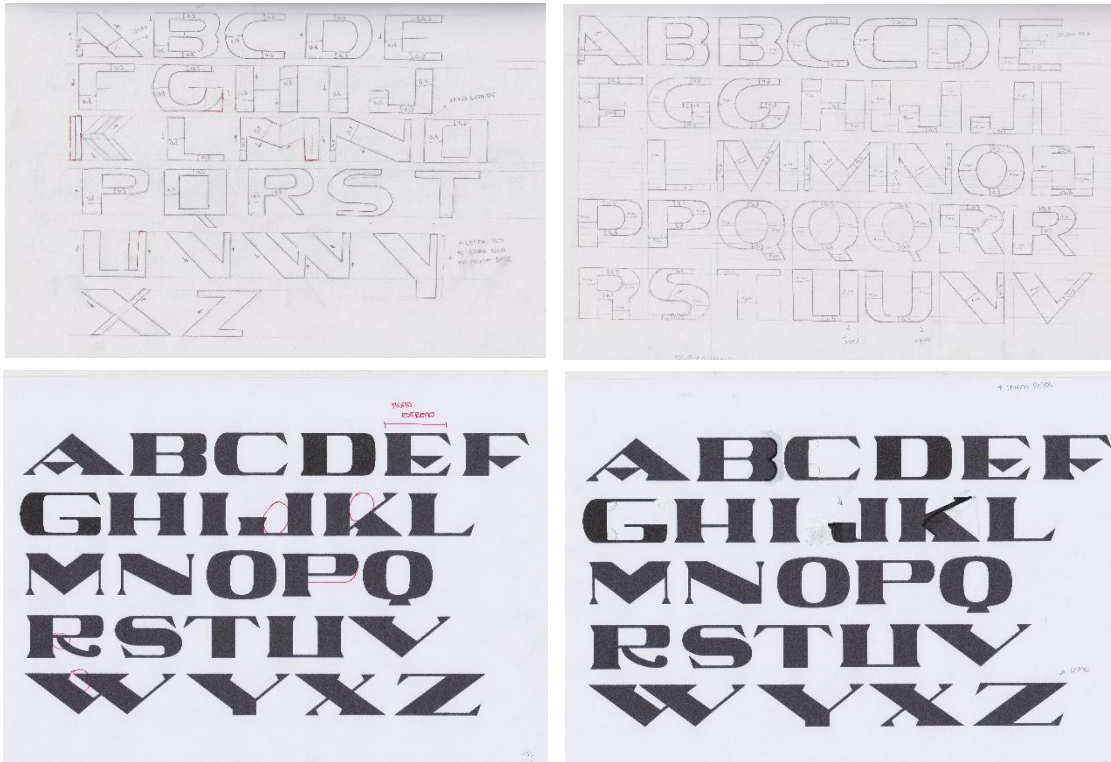


Figura 89: Estudos

Deste modo, as letras em questão foram melhoradas de modo a transmitir uma coerência visual à tipografia. Começou-se pelos estudos de cima como uma forma de entender como poderia ser aplicado o contraste de espessuras. Na imagem de baixo já são visíveis os ajustes da letra “k”, “M” e “U”. Os caracteres mais trabalhados foram o “K” e “J” devido ao excesso de espaço branco. Por outro lado, a letra “W”, tornou-se dificultosa pela falta de espaço branco de um lado.



Figura 90: Estudos

Paralelamente, iniciaram-se os estudos em formato digital, o que possibilitou criar estudos com maior facilidade e rigor em menos tempo. Assim, deu-se início à resolução das letras em questão. Explorou-se a letra “U” numa versão mais arredondada de forma a manter semelhanças com as restantes letras arredondadas. Também foram encontradas algumas dificuldades na criação da letra “R” devido ao seu traço diagonal. No entanto, ao longo dos estudos, a letra "R" manteve a sua forma vernácula original do azulejo publicitário. Comparativamente com a letra “J”, a letra “L” apresenta uma proporção bastante mais alargada. Dessa forma, nos estudos seguintes, procurou-se um meio termo em relação à sua largura.



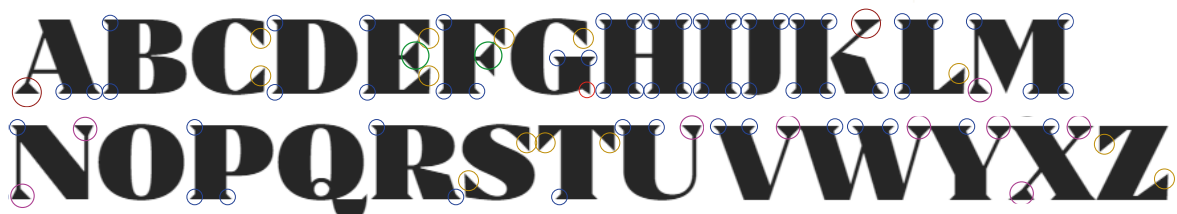
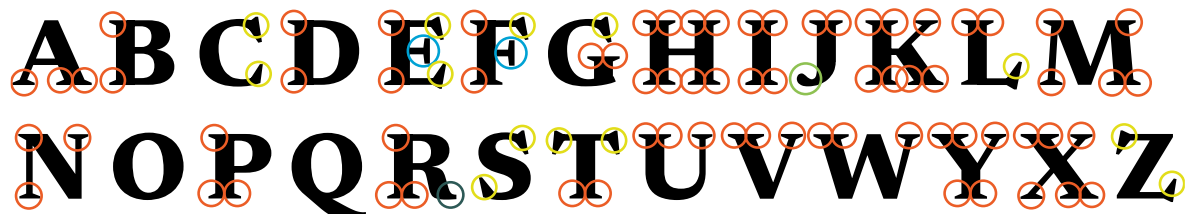
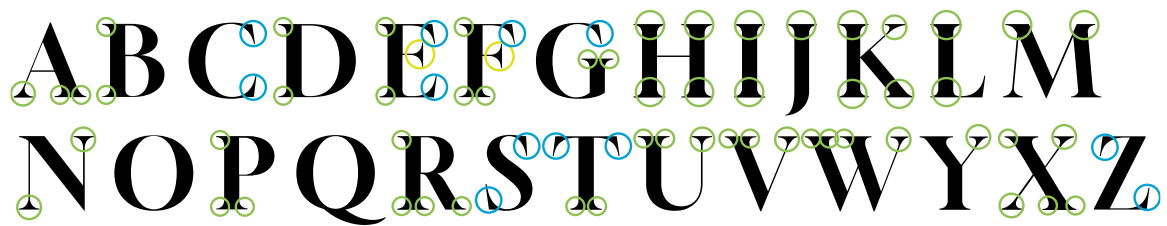
Figura 91: Estudos

Antes de realizar essas pesquisas, as letras foram examinadas através do inverter de cores. O *background* branco tornou-se preto, enquanto as letras pretas se tornaram brancas. Essa abordagem possibilitou identificar se as letras mantinham a harmonia e coerência quando visualizadas com as cores invertidas.



Figura 92: Estudos

Após isso, estando a desenvolver-se algumas letras de raiz, tornou-se necessária uma análise relativamente às serifas, de forma e entender-se de que forma se comportam as mesmas nas diversas letras. É possível ver, no primeiro exemplo, que as serifas rodeadas a verde são idênticas nas letras “A”, “B”, “D”, “E”, “F”, “G”, “H”, “I”, “J”, “K”, “L”, “M”, “N”, “P”, “R”, “T”, “U”, “V”, “W”, “Y” e “X”. Estas serifas são as que dão suporte à letra. Quanto aos seus terminais, os mesmos estão representados pelo círculo azul, presentes nas letras “C”, “E”, “F”, “G”, “S”, “T” e “Z”. A amarelo apresentam-se apenas os traços referentes às letras “E” e “F”.



Como referência, o projeto desenvolveu-se em torno da tipografia *Diversa*, de Pedro Leal e Dino dos Santos, de forma a tornar todo o conjunto tipográfico coeso e equilibrado. A escolha da tipografia deve-se às semelhanças da mesma com a tipografia desenvolvida.

Apesar da *Diversa* não ser uma tipografia expandida, assemelha-se quanto ao contraste das hastes e ao próprio uso das serifas. Desse modo, partiu-se do estudo da mesma para aprimorar pormenores e perceber quais as proporções que são semelhantes entre as letras. Assim, registaram-se seis formatos diferentes.

No retângulo vermelho inserem-se as letras “E”, “F”, “L”, “S” e “Z”. No retângulo amarelo, as letras “A”, “B”, “D”, “G”, “N”, “P”, “R”, “U”, “V”, “W”, “Y” e “X”. A cor verde insere-se nas letras “H”, “K”, “O” e “Q”. As letras “I” e “J” são retratadas pelo castanho. O azul-escuro nas letras “C” e “T”. Por último, o azul-claro que pertence à letra “M”.

Após estas análises, constatou-se que as letras desenhadas não partilhavam da mesma proporção. Assim, aplicou-se a mesma teoria nas letras desenhadas.

Posteriormente, dispôs-se de um maior cuidado quanto às variações tipográficas apresentadas na figura da direita, de maneira que a letra se torne agradável ao olhar.

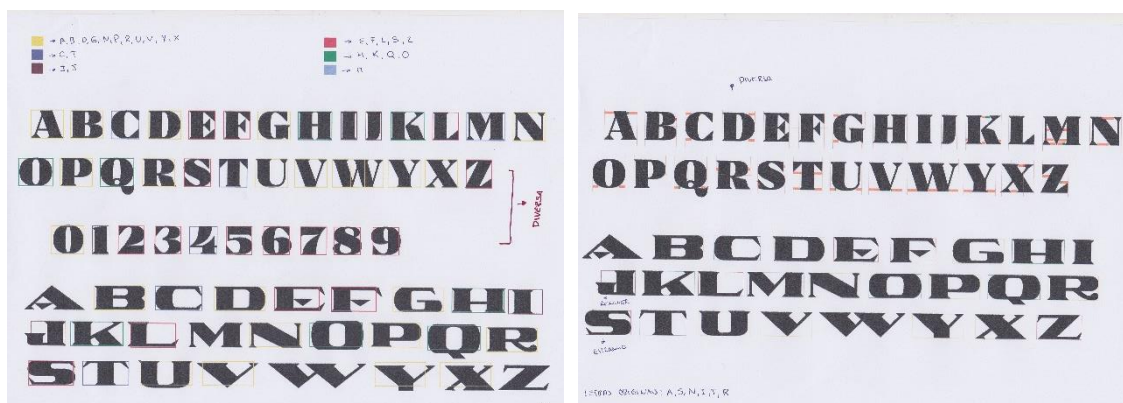


Figura 94: Estudos

Trabalhar com tipografia é um processo bastante complexo onde apenas um ajuste pode levar à alteração do resto das letras. Assim, chegam-se aos estudos onde são ajustados alguns pormenores de letras já referidos anteriormente. Deste modo, analisa-se detalhadamente todas as letras de modo a decidir quais as melhores opções. Verificam-se as larguras das letras “L” e “U”. A letra “L” assume uma largura consideravelmente superior à “J”, e por isso, a mesma foi trabalhada de modo que não seja tão extensa como um “T”, mas que não seja tão curta quanto um “J”. A letra “J” também foi sofrendo algumas alterações. Inicialmente, a mesma estava apresentada por cantos retos. No entanto, para uma melhor coerência com a letra “G”, a letra “J”, passou a adotar um canto redondo.

Percebeu-se também que a letra “O” necessitava de uma compensação ótica tanto superior como inferior. Dessa forma, a mesma também excluiu o seu traço reto e adotou uma forma mais arredondada. A diagonal da letra “R”, na versão grotescas, também foi trabalhada de modo que não dispusesse de muito espaço branco pela falta da serifa final.

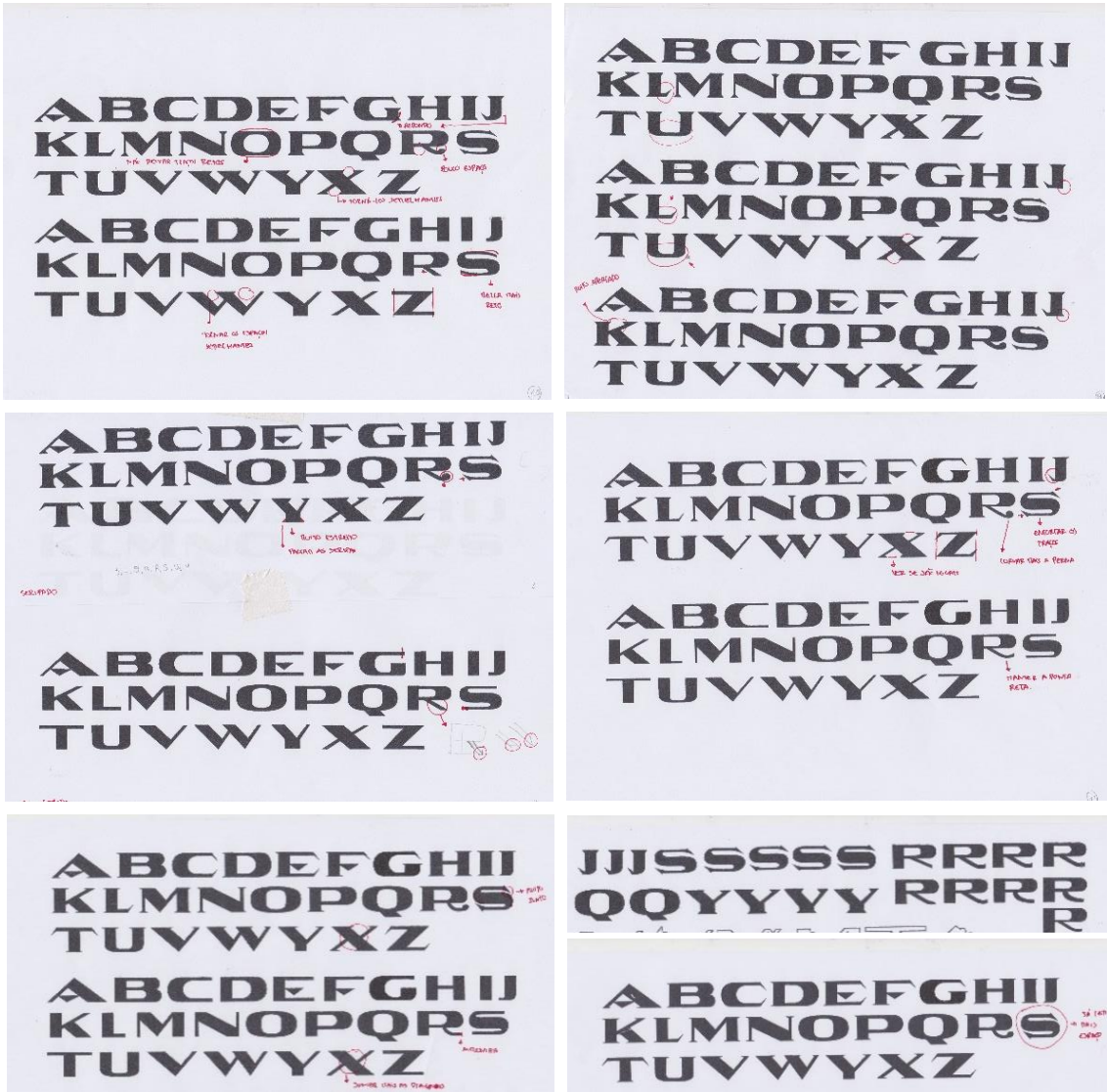


Figura 95: Estudios

2.2 Carateres alternativos

Foram também desenvolvidas versões alternativas de alguns carateres, apenas criados para a versão grotesca. O objetivo dos glifos é tornar a letra diferenciadora da já existente, permitindo assim o uso das mesmas letras de um modo variado. Desta forma, produzir glifos para a vertente serifada tornaria o processo mais árduo, para o tempo disponível. Apesar de ser necessária uma diferenciação quanto à proporção em si, e à substituição de elementos, era fundamental também haver uma grande distinção quanto ao uso das serifas. Como o objetivo não passa pelo acréscimo de glifos extra com diferenciações de serifas, trabalhou-se os glifos na vertente grotesca.

Sendo a tipografia composta por alguns elementos decorativos como o triângulo presente na letra “A”, “E” e “F”, e a serifa arredondada da letra “R”, achou-se relevante a criação de glifos extra que permitissem o uso dessas mesmas letras de uma forma diversificada. Assim, foram desenvolvidos estudos relativos às letras. As mesmas foram replicadas substituindo o elemento decorativo por um traço reto. Essa vertente pode ser usada quando o utilizador pretende escrever uma palavra ou frase toda com a mesma linguagem.

Posteriormente, foram também concebidos glifos das letras “J” e “L”. Mais uma vez, foram desenvolvidos estudos referentes às letras em questão. Por serem letras cuja largura difere das restantes, procurou-se apresentar algumas soluções que permitissem a escolha da largura da letra consoante a sua utilização.

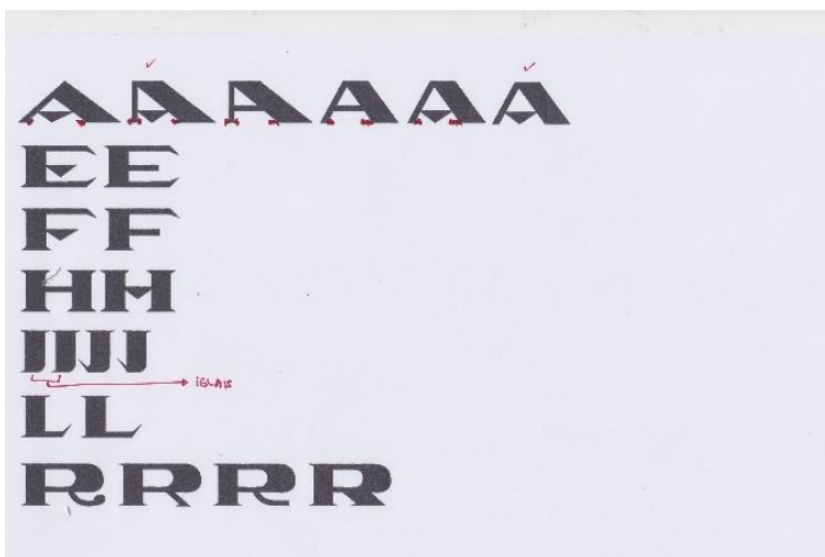


Figura 96: Estudos

2.3 Números

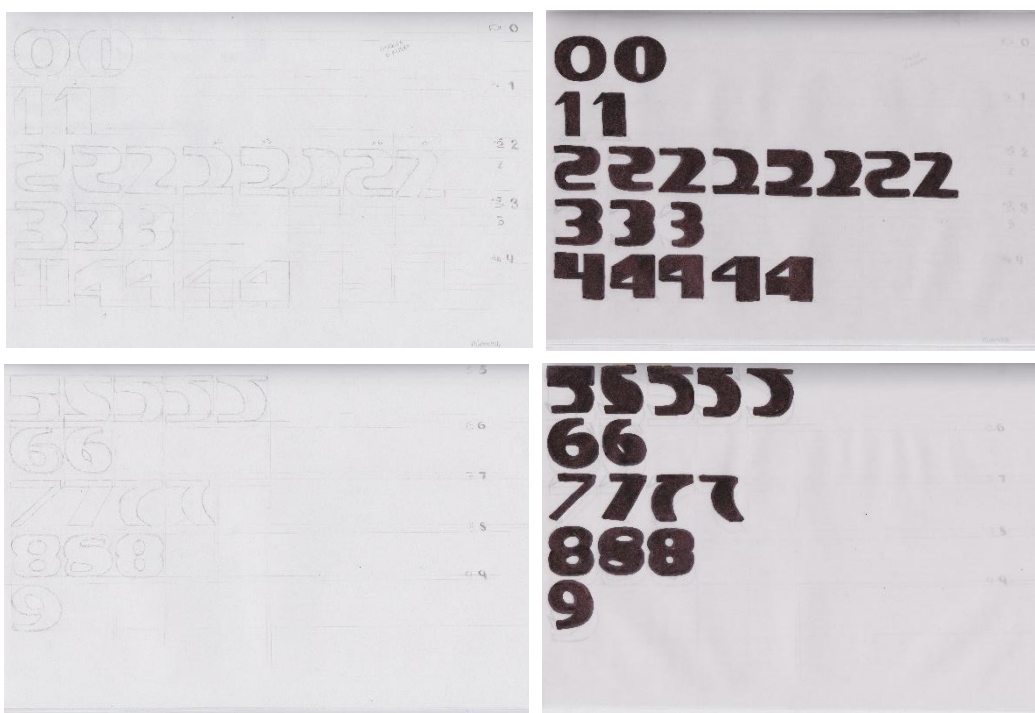
Primeiramente, foi executada uma recolha de exemplares de azulejos retirados das ruas, de forma a perceber-se como os mesmo são desenhados.



Figura 97: Recolha de números. Autoria própria

De seguida, iniciaram-se os estudos dos números. Inicialmente, os mesmo foram desenhados de uma forma manual de modo a haver uma exploração mais livre do desenho. Tendo como base esses desenhos, recorreu-se mais uma vez, ao estudo dos números da tipografia *Diversa*. À posteriori, trabalharam-se os desenhos digitalmente, conseguindo reproduzir vários estudos de uma forma mais rápida e num menor tempo.

Dessa forma, testaram-se várias hipóteses. Foram alguns números mais arredondados, outros mais retos de forma a compartilhar da mesma linguagem das letras serifadas.



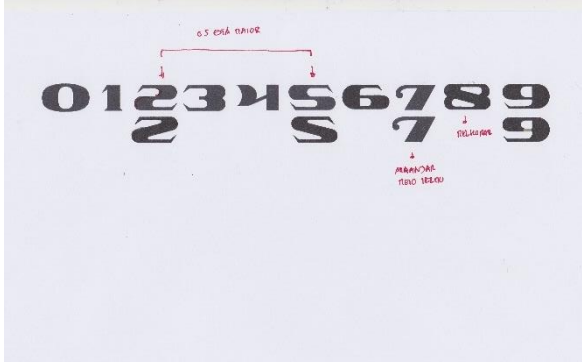
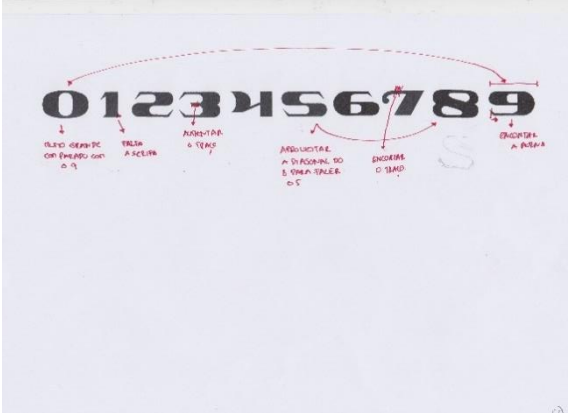
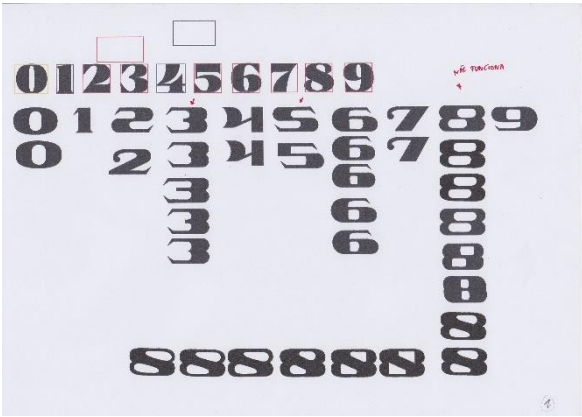
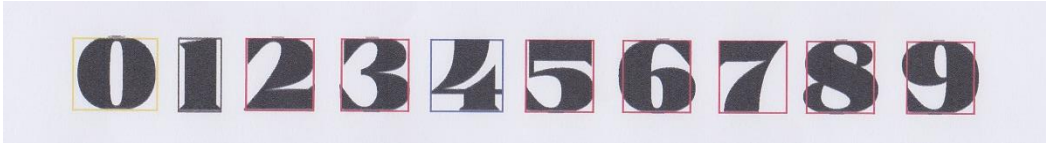


Figura 98: Estudos

2.4 Sinais de Pontuação

De acordo com Pepe (2021), quando se fala em sinais de pontuação normalmente são abordados os caracteres ortográficos necessários para distinguir os traços fônicos, referentes à pronúncia e à acentuação, e ao sentido das palavras e das frases. Estes signos são complementados por outros que, apesar de não serem estruturalmente importante, também são utilizados para distinguir o sentido das palavras e das frases.

Assim, os sinais de pontuação, para além de determinarem a expressividade e o ritmo da leitura, marcando o tempo e o tom, determinam o sentido do texto indicando referências ou esclarecimentos sobre valores monetários e comerciais.

Iniciando os estudos dos sinais de pontuação, teve-se em conta algumas características presentes nas letras já desenvolvidas, de forma a linguagem mais coesa. O ponto de interrogação, foi inspirado na letra “R”. O acento manteve a sua proporção original retirada do azulejo publicitário “A SANITÁRIA”. Optou-se por não trazer para o ponto final o aspeto arredondado que o mesmo normalmente apresenta. Assim, foi desenvolvido com fundamento na letra “O” e no número “0”. Quanto à vírgula, a mesma segue do mesmo estilo do acento. As aspas, também vão de encontro à serifa das letras “C”, “E”, “F”, “G”, “L” e “Z”. Os parênteses adotam uma proporção mais espessa de modo ao mesmo se assemelhar às partes curvas das letras “C”, “D”, “G”, “O”, “P”, “Q” e “R”.



Figura 99: Tipografia *Diversa*

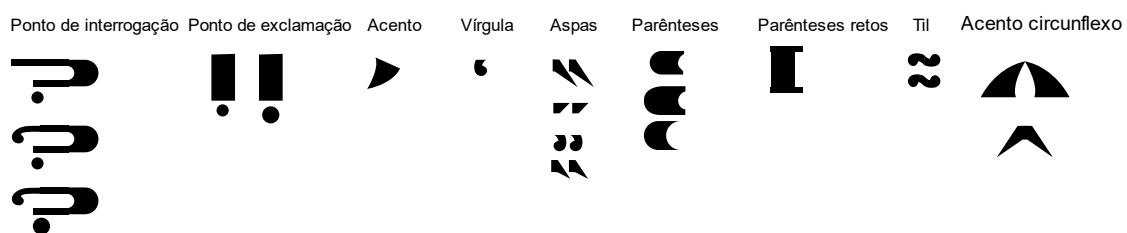


Figura 100: Estudos

2.5 Stencil

O stencil tornou-se um processo de pintura decorativa de azulejos que permitiam uma maior rapidez na fabricação, uma melhor qualidade e uma maior quantidade de exemplares.

Dessa forma, converteu-se num suporte que permitia diversas aplicações, desde letras presentes em letreiros de ruas, sinaléticas, decoração de têxteis e pratos.

Por esse motivo, decidiu-se criar uma vertente stencil que possibilite o utilizador usufruir da fonte de uma forma imaginária. Tal como o stencil permite a sua aplicação em diversas bases, esta versão tipográfica também permite a sua utilidade em diversos suportes, como apresentado nos resultados. Neste contexto, ligado ao padrão de azulejo, esta vertente servirá como criação de padrões azulejares através da junção, rotação, inversão de diversos módulos.

Com influência na tipografia *Diversa*, efetuaram-se os cortes nas letras. No entanto, foi necessária uma especial atenção quanto às medidas dos cortes nas letras “C”, “G” e “S”, de forma a tornar as medidas coesas. Também houve um especial cuidado quanto às diagonais pelo facto de as mesmas aparentarem possuir menos espaço branco do que as linhas retas.

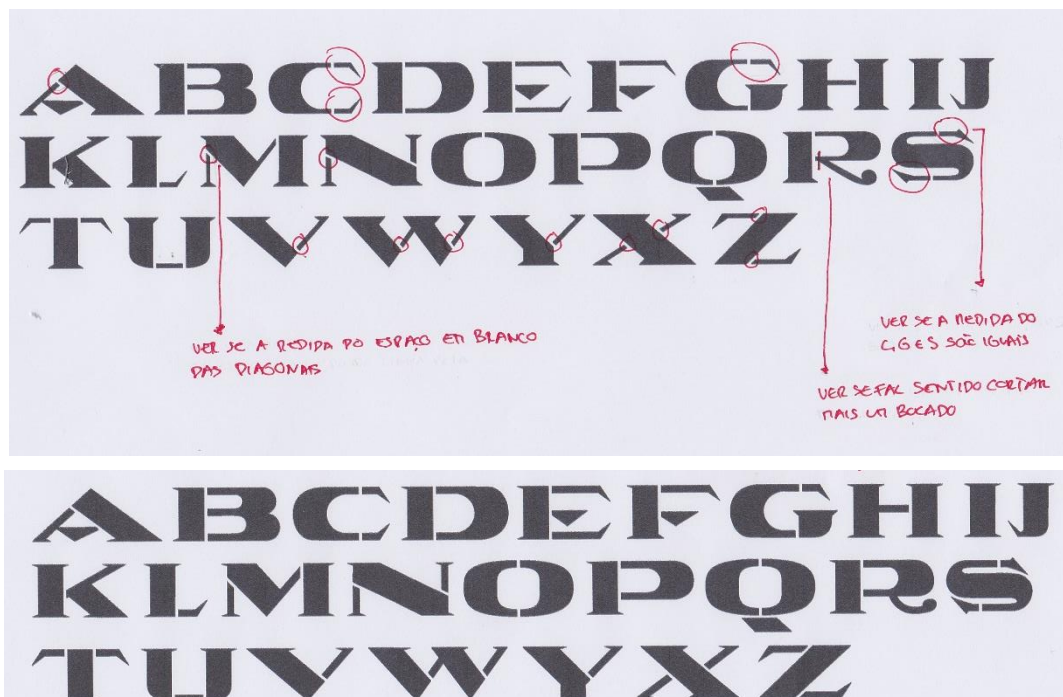


Figura 101: Estudos

2.6 Tipografia decorativa

Sendo o azulejo um elemento bastante decorativo que vai embelezando os diversos espaços, achou-se pertinente que este projeto que parte de uma análise ao azulejo pudesse, de certa forma, homenagear novamente este suporte. Analisaram-se as tipografias *Braga*, *Diversa*, *SapphireC Regular*, *Coney Island* e *ZebraWood*, com o intuito de se entender de que forma a decoração de uma letra pode ser concebida, quer seja pela ornamentação do seu contorno como pelo preenchimento da sua forma com elementos decorativos.

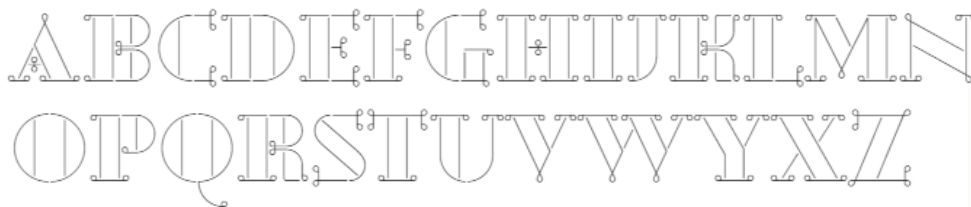


Figura 102: Tipografia *Braga*



Figura 103: Tipografia *Diversa*



Figura 104: Tipografia *SapphireC Regular*



Figura 105: Tipografia *Coney Island*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Figura 106: Tipografia *Zebrawood*

Inicialmente, desenvolveram-se estudos em torno da mesma proporção da tipografia serifada e grottesca. Foram experimentadas variadas hipóteses no que diz respeito à decoração da letra. Com os estudos, desenvolveu-se um modelo com base no elemento decorativo da letra “R”. Através da junção, rotação e inversão desse mesmo módulo, construiu-se um padrão que se aplicou nas hastes mais espessas das letras.



Figura 107: Estudos

No entanto, as letras que apresentam duas hastes mais espessas, como é o exemplo das letras “M” e “W”, optou-se pela utilização do elemento decorativo apenas de um lado da letra, de modo a não tornar a mesma demasiado decorativa, deixando espaço para a descansar quando junta com outras.

Com o desenvolvimento dos estudos, percebeu-se que a decoração nas diagonais não estava a funcionar de igual modo que nas verticais devido à abertura que deixava. Desse modo, estipulou-se que as diagonais terminariam com a sua forma fechada tornando a letra menos dispersa. Seguidamente, foram também verificadas irregularidades nas curvaturas das letras “U”, “C” e “G”, onde rapidamente se passou ao arranjo das mesmas nas últimas imagens. Entretanto, a letra “Z” ao ser fechada perdeu

alguns dos elementos que a compunham tornando-se mais vazia quando comparada com as restantes.

Também foram explorados distintos “J” desde o mais pontiagudo ao mais reto. Para que o mesmo não se pareça com um “I”, testou-se fechar a abertura em baixo, no entanto seria a única haste vertical com essa peculiaridade. Dessa maneira, foram experimentadas partes da letra sem decoração com o intuito de se diferenciar rapidamente.

Porém, quando as letras passam de contorno, ao preenchimento, alguns dos desenhos das letras “A”, “M”, “W”, “X” e “Z” tornam a composição algo ruidosa.



Figura 108: Estudos

No entanto, apesar de todos os estudos, concluiu-se que a tipografia na sua proporção expandida não permitia a criação de padrões. Sendo que o azulejo é um elemento quadrado, achou-se relevante trazer o mesmo para a tipografia. Dessa forma, desenvolveu-se uma variante monoespaçada, que permita a criação de padrões na sua forma quadrada. Esta tipografia apresenta-se de duas formas. A monocromática e a decorativa. Sendo que a decorativa é apresentada na sua versão monocromática, outline e colorida. Para isso, foi necessária uma recolha de exemplo de tipografias decorativas, apresentadas na página 74.

2.7 Resultados

Tendo por base todos os estudos anteriormente apresentados, neste tópico são revelados os seus resultados referentes à tipografia serifada, à tipografia grotesca, à tipografia stencil, aos caracteres alternativos, à tipografia monoespaçada acompanhada pela sua versão decorativa numa vertente *outline*, monocromática e colorida.

**A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z**

Figura 109: Tipografia serifada

**A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z**

Figura 110: Tipografia Grotesca

**A B C D E F G H I J
K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z**

Figura 111: Tipografia Stencil

**A A A A A A
E E
F F
H H
J J
L L
R R R R**

Figura 112: Carateres alternativos

**A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z**

Figura 113: Tipografia Monoespçada

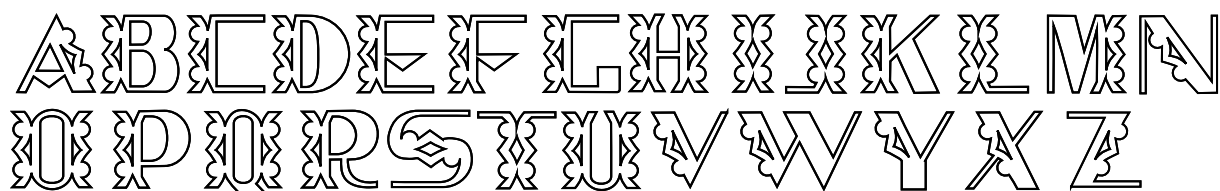


Figura 114: Tipografia Monoespçada, Outline

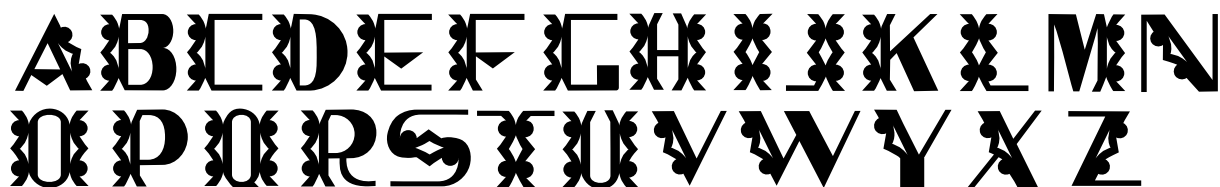


Figura 115: Tipografia Monoespçada, decorativa preenchida

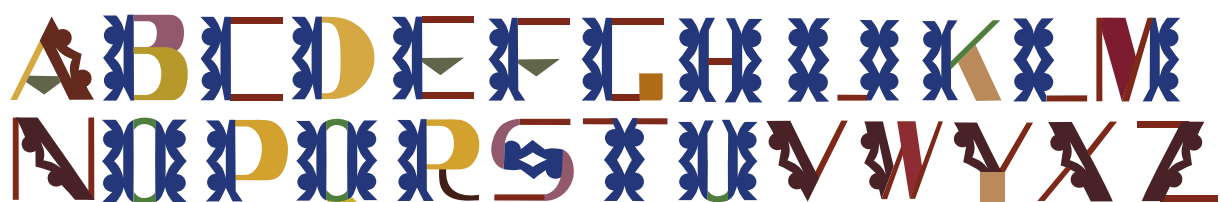


Figura 116: Tipografia Monoespçada, decorativa colorida



Figura 117: Números



Figura 118: Sinais de pontuação

A SANITÁRIA
A PRIMOROSA
FLOR DO PARAÍSO
CASA DA ÁGUA DA FOZ
A PÉROLA DO BOXHÃO
PADARIA INDEPENDENTE
ALBERQUES NOTURNOS

Figura 119: Demonstração das tipografias

A SANITÁRIA
A SANITÁRIA
A PRIMOROSA

A PÉROLA DO BOLHÃO

A PÉROLA DO BOLHÃO

A PÉROLA DO BOLHÃO

A PÉROLA DO BOLHÃO

A PÉROLA DO BOLHÃO

SÃO JOÃO

SÃO JOÃO

SÃO JOÃO

SÃO JOÃO

SÃO JOÃO

Figura 120: Exemplos de possíveis criações de palavras

De acordo com as tipologias de padrão de azulejo português de Nery (2007), e de forma a dar continuidade ao tema do azulejo, passou-se à criação de padrões (através da junção de letras), numa vertente monocromática, associada à técnica do stencil, e uma vertente colorida inspirada nos azulejos de padrão.

Apesar de Nery (2007) nomear as suas nove tipologias de padrão, passou-se à eliminação da tipologia 2, por ser constituída por um único azulejo composta pelos seus lados iguais. Dessa maneira, como a letra não apresenta lados idênticos, tornaria a criação dos padrões impossível.

Este projeto permite a criação de uma infinidade de padrões. Não só através da junção de letras iguais, como também foram concebidos alguns exemplos de padrões através da junção de letras variadas, como apresentada na tipologia 9, que tem como objetivo a elaboração de padrões através da junção de distintas letras. Por esse motivo, propôs-se a apresentação da mesma tipologia num local separado.

Inicialmente começou-se com uma recolha de azulejos portugueses retirados por Félix (2017) presentes no projeto Reflexo(s) do Porto: Guia do Azulejo na Cidade. Posteriormente, fez-se uma recolha de cores de modo a perceber-se a paleta que cores que os azulejos apresentam de modo a transmitir essas mesmas cores para os padrões desenvolvidos.

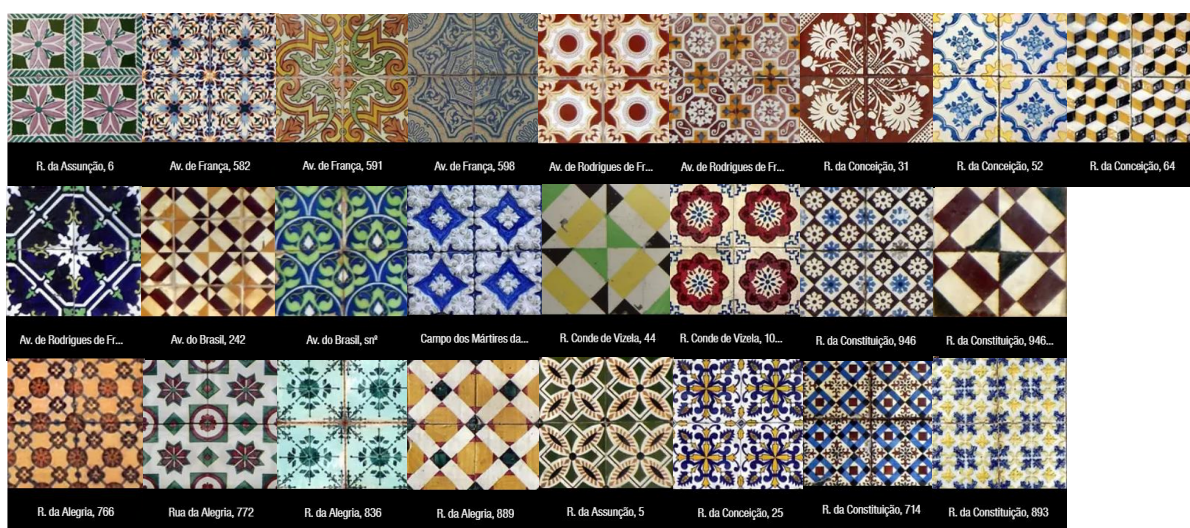
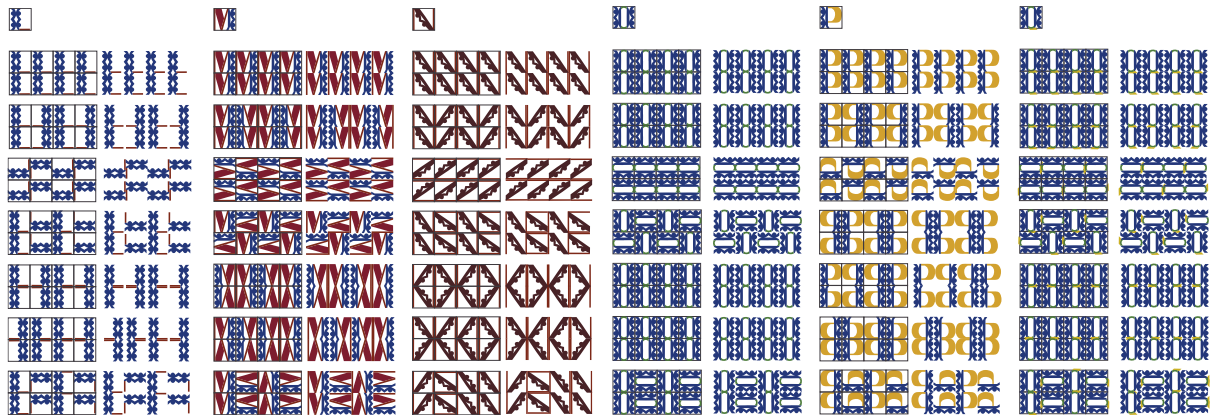
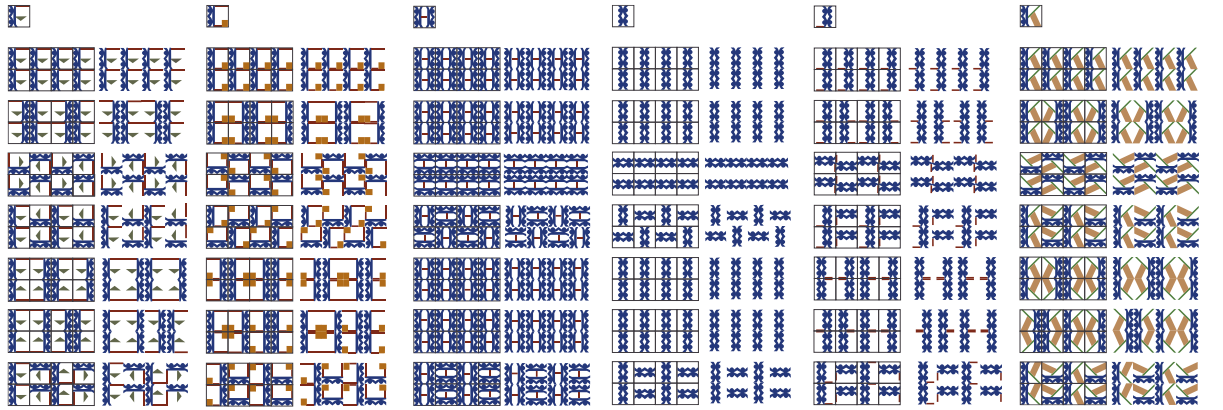
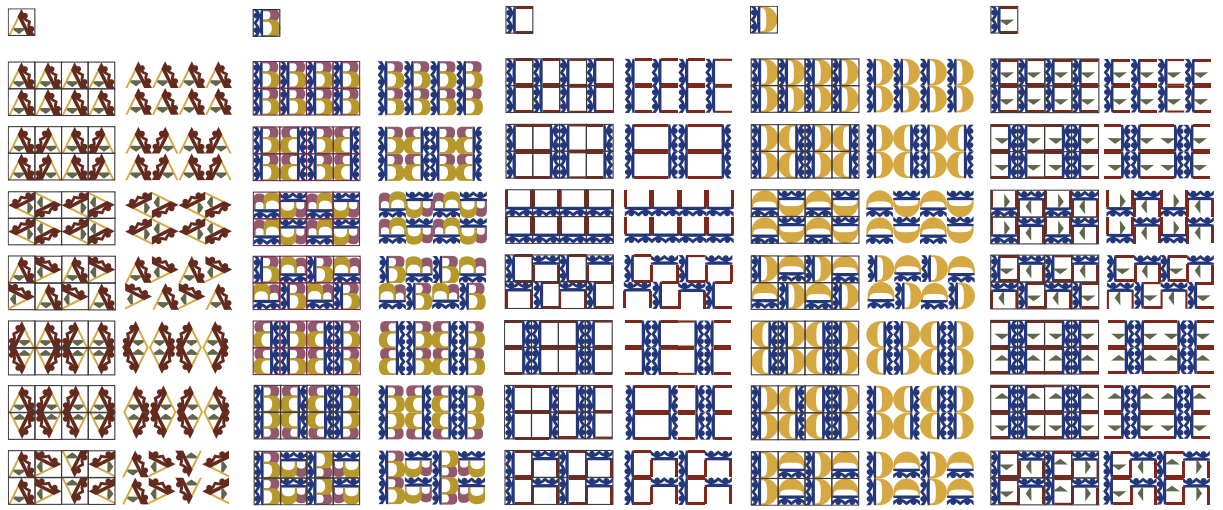


Figura 121: Padrões de azulejo (Adaptado de: <https://reflexosdoporto.wixsite.com/guia-azulejo/padr-es>)





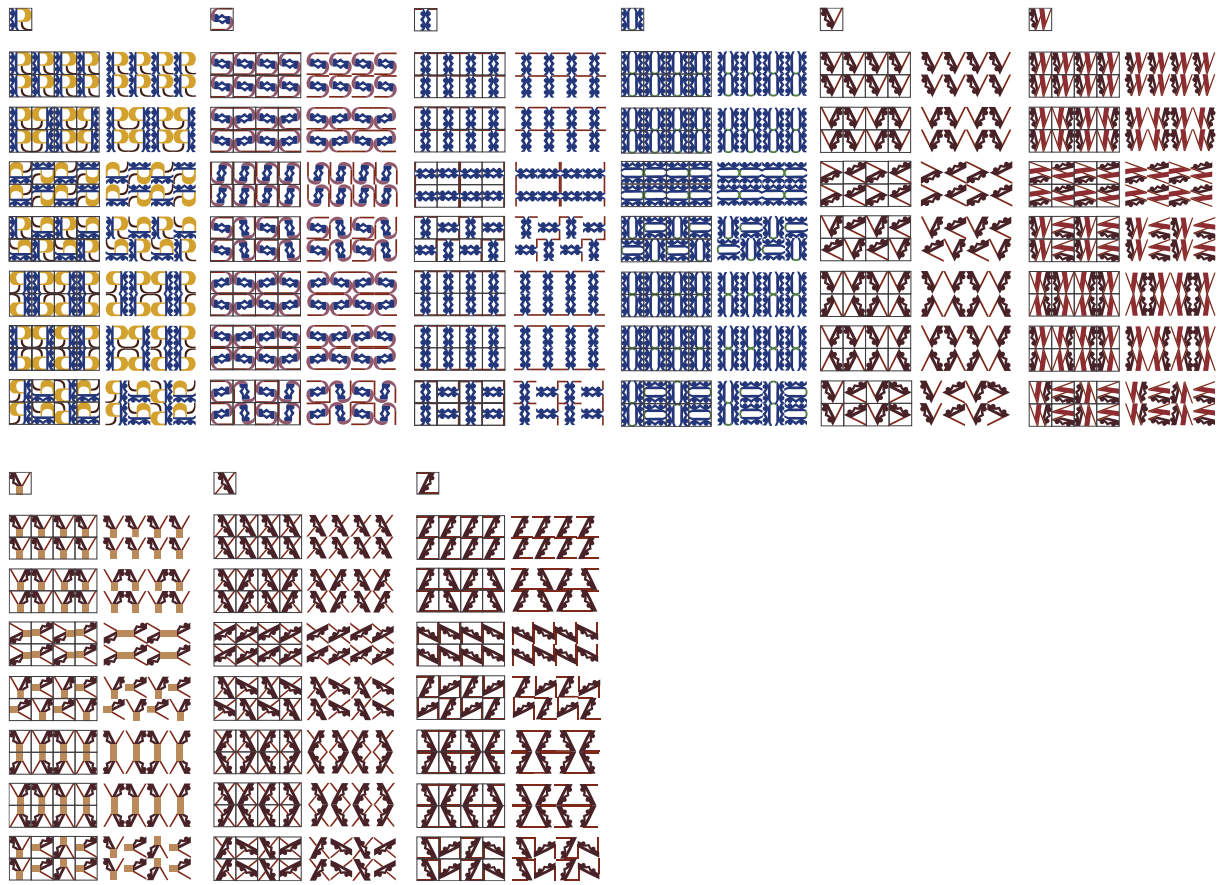
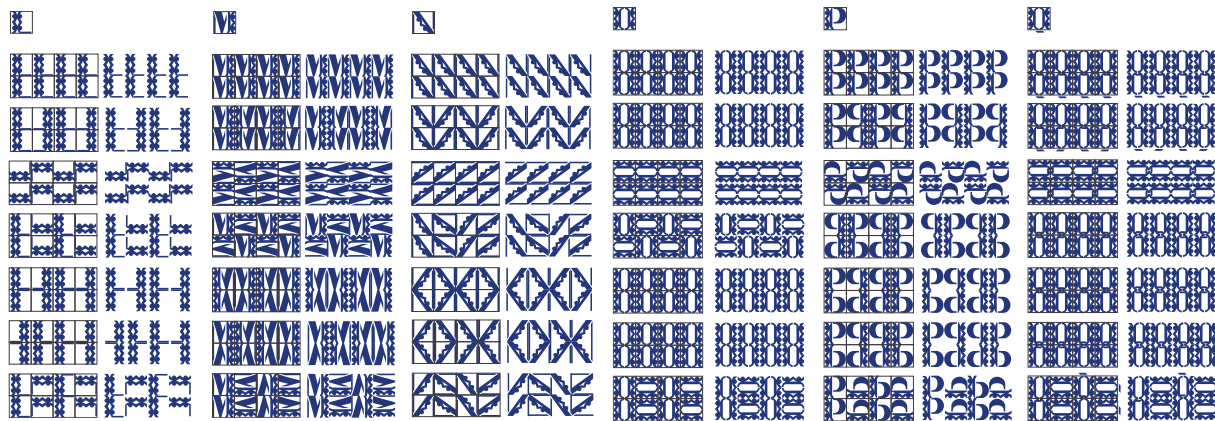
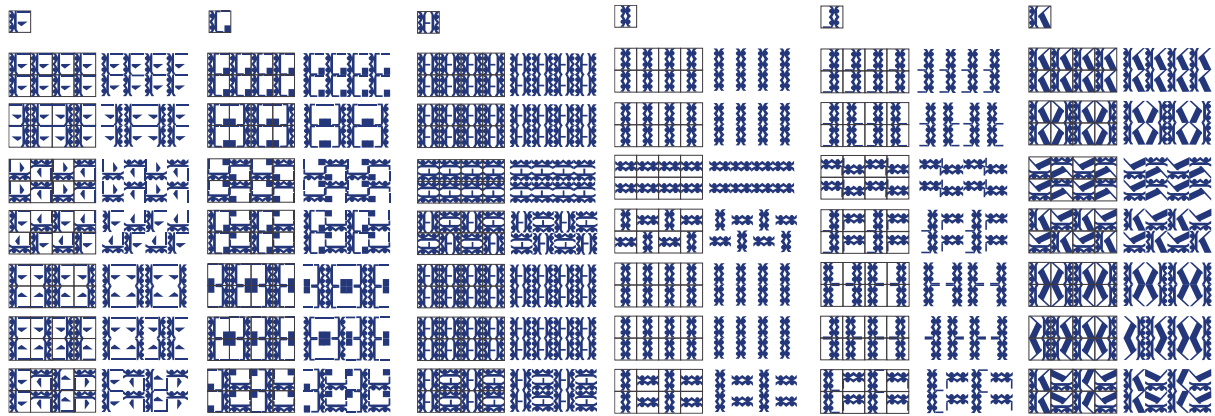
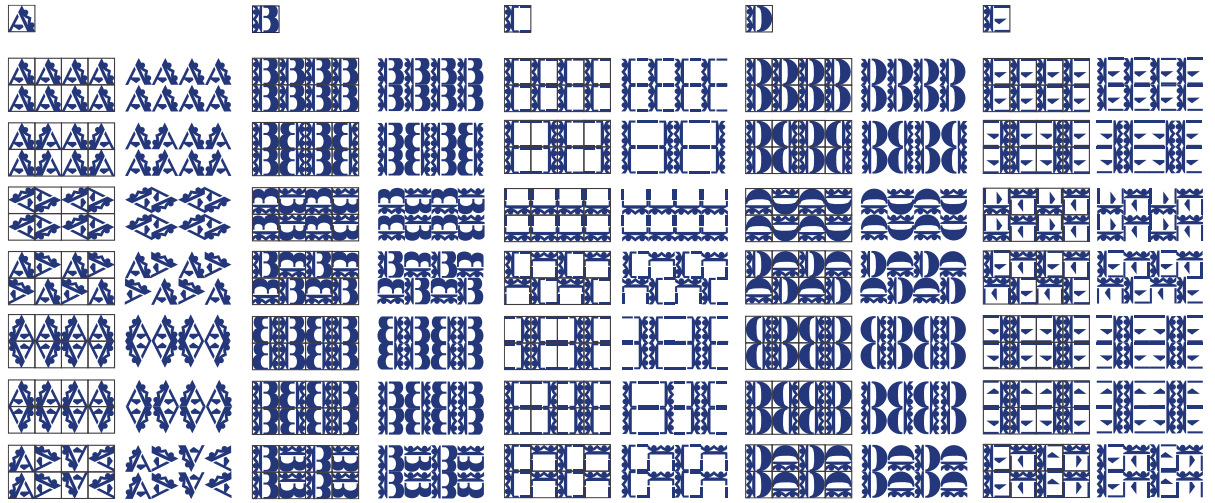


Figura 122: Versão colorida: exemplos de possíveis criações de padrões



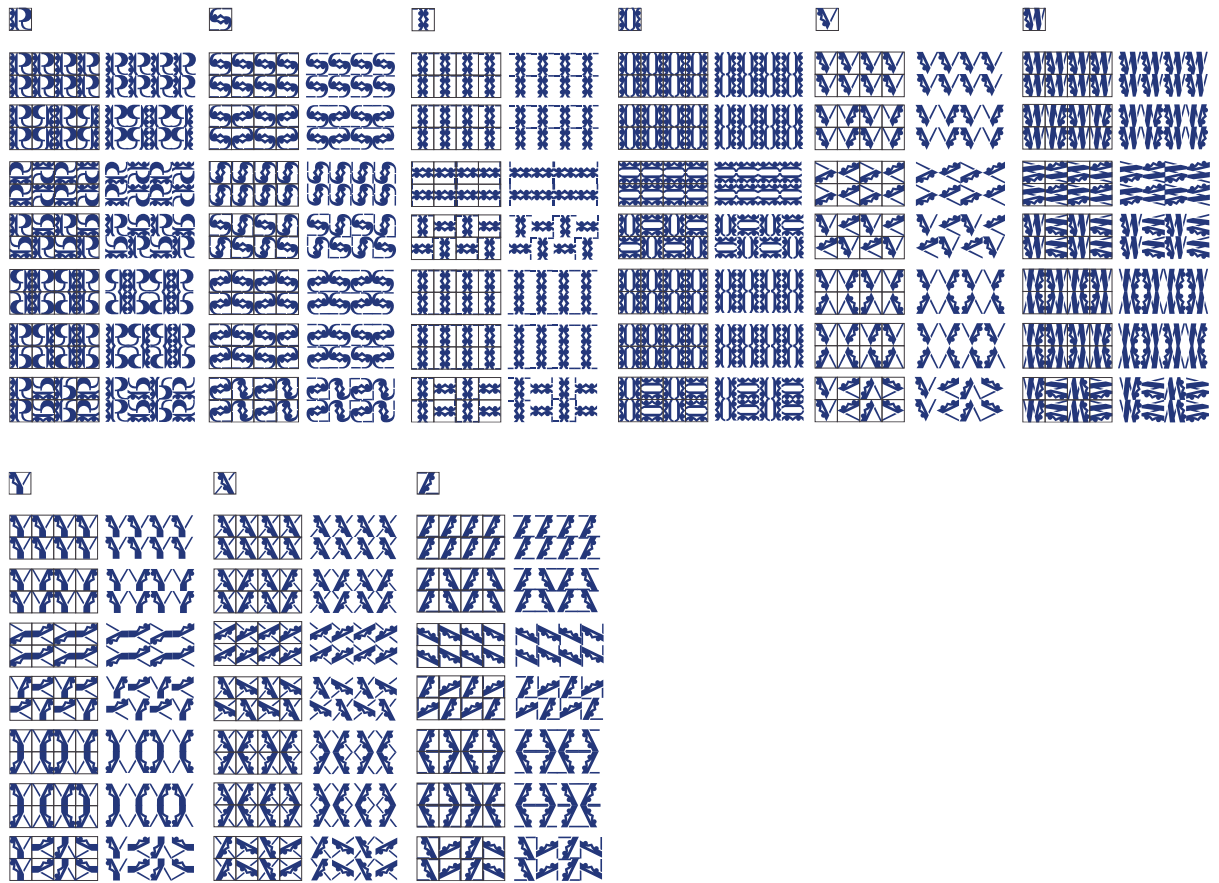


Figura 123: Versão colorida: exemplos de possíveis criações de padrões

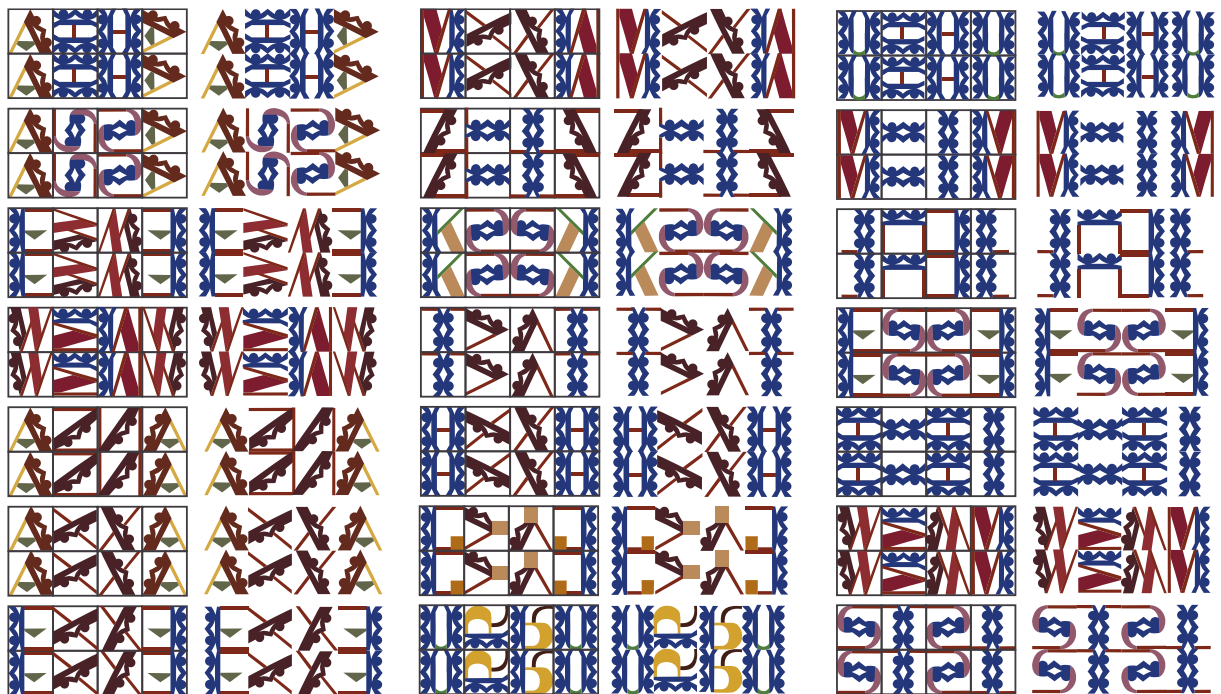


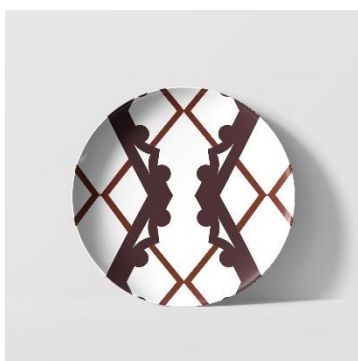
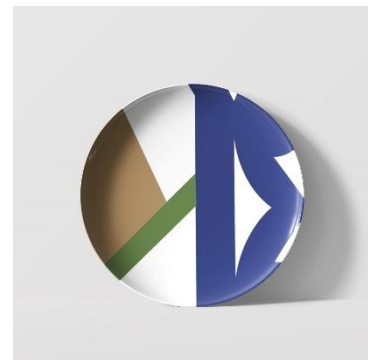
Figura 124: Tipologia 9

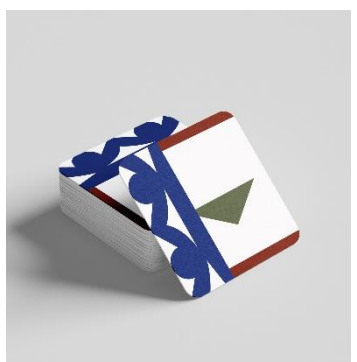
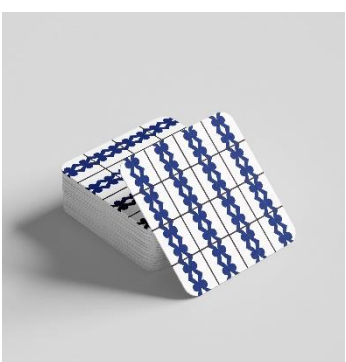
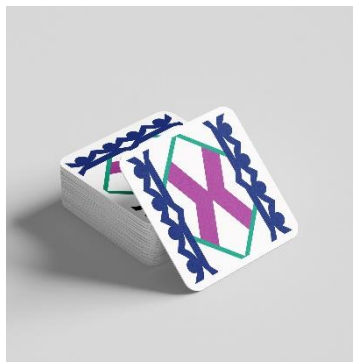
2.8 Aplicações

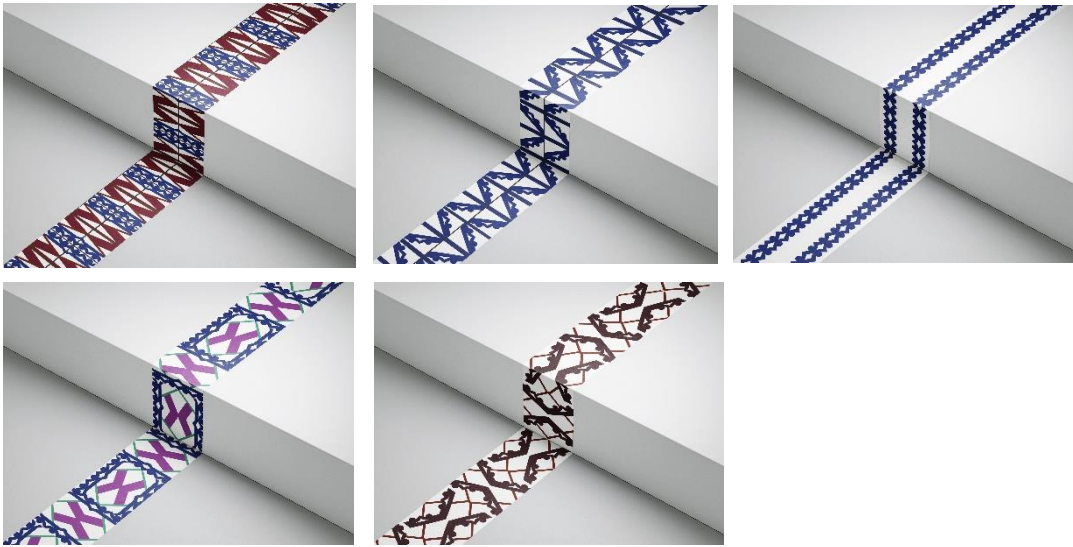
Logo após, foi realizada a aplicação da tipografia na fachada, e das figuras e dos padrões nos distintos suportes. Tal como a criação dos padrões podem ser executados de diferentes formas, as aplicações também vão sendo geradas de distintas maneiras. Em alguns casos é usada a forma do padrão, noutros faz-se o uso da ampliação da letra de modo a ser revelada apenas uma parte da mesma trazendo mais simplicidade e leveza à peça.











3. Conclusão

3.1 Considerações finais

Este projeto apresenta a criação de um tipo *display* com base vernacular no azulejo publicitário, cumprindo os objetivos propostos. A união entre o design e o azulejo resulta através de uma diversidade de aplicações permitindo ao utilizador desfrutar do sistema tipográfico através de um grande número de possibilidades criativas. Desta forma, os objetivos foram alcançados. Foi desenvolvido um sistema tipográfico vocacionado para títulos com quatro variantes, serifada, grotesca, stencil e monoespaçada, que explora o potencial dos elementos formais presentes nos azulejos aplicados pelas lojas comerciais em Portugal.

Com a criação de títulos através de uma ou da junção de várias variantes. Este tipo *display*, através da junção de letras, também permite a criação de padrões ou bordas decorativas que podem aplicar-se em diversos suportes através da rotação e inversão de um módulo.

Para tal, este projeto teve por base um conjunto de estudos, primeiramente, tentando perceber as origens da tipografia e do azulejo. Posteriormente, foi realizada uma revisão bibliográfica, bem como estudos de caso relacionados com projetos semelhantes para identificar e analisar fenómenos que ocorreram em determinados contextos experimentais.

O desenvolvimento prático do projeto envolveu a criação de quatro versões: a serifada, a grotesca, a stencil e a monoespaçada de forma a responder aos objetivos propostos. Assim, este projeto apresenta uma série de resultados que podem ser aplicados em têxteis, fachadas de lojas, fitas adesivas, loiças, blocos de nota, agendas, velas, latas e embalagens.

Este estudo possibilitou a compreensão do desenho de letras e de todo o estudo por detrás das mesmas para ser possível produzir tipografias que partilhem uma linguagem una. Este projeto, trata-se da união entre o design e o azulejo, dessa forma, não retrata apenas o design, mas foi tencionado para o design através da utilização da criatividade de cada utilizador, quer seja na criação de palavras, como no desenvolvimento de padrões.

Por último, este projeto foi fundamental para o desenvolvimento tanto pessoal quanto profissional, adquirindo habilidades e conhecimentos numa área de grande interesse, permitindo uma investigação numa vertente nunca explorada, levando ao desenvolvimento de novas técnicas.

3.2 Limitações ao estudo

Este estudo apresenta algumas limitações, nomeadamente na criação da vertente monoespaçada, composta pela sua versão decorativa, bem como nas suas aplicações. Devido à falta de tempo e à minuciosidade da decoração, a conceção demandaria um tempo maior. Portanto, para futuras investigações, considera-se essencial dispor de mais tempo para criar uma tipografia decorativa. Além disso, devido à falta de tempo, não foi possível criar aplicações tipográficas que pudessem ser combinadas com o padrão.

3.3 Sugestões para estudos futuros

Espera-se que tenham sido adicionadas bases para futuras investigações e contribuído para abrir novos caminhos no design de tipos *display*. O desenho de letras é um processo minucioso, e por isso torna todo o projeto extenso, o que torna todo o projeto demorado, exigindo correções constantes para aprimorar todos os detalhes.

Assim, em pesquisas futuras recomenda-se dedicar mais tempo ao desenvolvimento de uma tipografia decorativa. Devido a todo o seu detalhe, não foi possível a criação da mesma de uma forma correta e harmoniosa. Além disso, devido à falta de tempo, não foi possível trabalhar com precisão o espaçamento e alguns detalhes do desenho das letras, como símbolos e sinais de pontuação ausentes.

Como uma vantagem adicional para a continuidade deste projeto, seria pertinente criar números com um carácter decorativo, que possibilitasse a sua utilização em conjunto

com os diversos estilos. Além disso, é interessante considerar, em futuras pesquisas, a implementação de diferentes estilos tipográficos inspirados nas várias tipografias dos azulejos publicitários, de forma a desenvolver uma tipografia que reflita a essência dos azulejos publicitários de Portugal.

Referências Bibliográficas

- Amorim, S. (2003). CONTRIBUTOS PARA O ESTUDO DO AZULEJO.
- Borges, P. M. (2011). Fontes tipográficas digitais: entre a lógica verbal.
- Bringhurst, R. (2004). *The elements of typographic style* (Terceira ed.). Canada, USA: HARTLEY & MARKS.
- Buggy. (2006). O MECOTipo: Revisão e desenvolvimento de um método de ensino de desenho coletivo de caracteres tipográficos. .
- Cabral, T. (2014). Tipos de sucesso. Tradição e contemporaneidade no design de letra de Portugueses.
- Cardinali, L. (2015). A tipografia customizada como elemento identiário em sistemas de identidades visuais.
- Cheng, K. (2005). *Designing Type*. North America: Yale University Press.
- Chris Campe, U. R. (2020). *Designing Fonts : An Introduction to Professional Type Design*. United kingdom: Thames&Hudson.
- Correia, E. (2014). Minho: UMA TIPOGRAFIA VERNACULAR PARA A REGIÃO DO MINHO.
- Costa, S. (2016). A tipografia na identificação da cidade: Porto type um tipo de letra desenvolvido para o Porto.
- Dones, V. (2004). As Apropriações do Vernacular pela comunicação gráfica.
- Eller, E. (2014). Letras do cotidiano. A tipografia vernacular na cidade do Belo Horizonte.
- Farias, L. M. (2015). TIPOGRAFIA COMO IDENTIDADE CULTURAL NA REVISTA ILLUSTRACÃO PARANAENSE.
- Farias, P. (2016). Estudos sobre tipografia.
- Fátima Finizola, S. C. (2013). Abridores de letras de Pernambuco: um mapeamento da gráfica popular.
- Félix, N. (s.d.). *REFLEXOS DO PORTO: Guia do azulejo na cidade*. Obtido de <https://reflexosdoporto.wixsite.com/guia-azulejo>
- File:Capela N Sra Silva (Porto).JPG*. (s.d.). Obtido de Wikimedia commons: https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Capela_N_Sra_Silva_%28Porto%29.JPG

- Finizola, M. (2015). *A tradição do letreiramento popular em Pernambuco*. Universidade federal de Pernambuco.
- Fonseca, S. (2016). *Azulejos com história*. Objeto anónimo.
- Fontes, M. (Novembro de 2022). *Mariana Fontes*. Obtido de <https://www.mariamontes.net/green-fairy-font-release/>
- Fonts, E. (s.d.). *Hypnopaedia*. Obtido de Emigre Fonts: <https://www.emigre.com/Fonts/Hypnopaedia>
- Ford, T. (1854). *The compositor's handbook*. London.
- Frutiger, A. (8 de Dezembro de 2017). *O livro de tipografia - Adrian Frutiger*. Obtido de Issuu: https://issuu.com/mguerola/docs/el_libro_de_la_tipografia_-_adrian_
- Ganz, N. (Maio de 2015). *Street Messages*. DOKUMENT FORLAG.
- Garfield, S. (2011). *Just my Type*. Profile Books Ltd.
- Heitlinger. (2011). *Stencils*.
- História de um azulejo de Eduardo Nery*. (Maio de 2012). Obtido de <http://polyedros.blogspot.com/2012/05/historia-de-um-azulejo-de-eduardo-nery.html>
- Laiginhas, S. A. (Setembro de 2017). AZULEJO PADRÃO DE FACHADA EM PORTUGAL:Criação de uma tipografia modular.
- Licko, Z. (1997). *Hypnopædia*. 140 Patterns.
- Lupton, E. (1996). *Mixing Messages*.
- Lupton, E. (2004). *Thinking with type*. New York: Princeton Architectural Press.
- Mangucci, A. (2003). *História da Azulejaria Portuguesa, Iconografia e Retórica*.
- Marques, C. (s.d.). *A Arte Rupestre*.
- MARTINS, F. (2008). *LETRAS QUE FLUTUAM: O abridor de letra e a tipografia vitoriana*.
- Meggs, P. B. (2009). *História do desig gráfico*. São Paulo: COSAC NAIFY.
- Melo, L. (26 de Maio de 2016). *Porto ponto. Uma cidade com identidade*. Obtido de Design Culture: <https://designculture.com.br/portoeponeto/>
- Meseguer, L. (2012). *Cómo crear tipografías. Del boceto a la pantalla*. Madrid: Tipo e Editorial.

- Montes, M. (outubro de 2022). *maria montes*. Obtido de <https://www.mariamontes.net/green-fairy-font-release/>
- Nery, E. (2007). *A Apreciação Estética do Azulejo*. Inapa.
- Nørgaard, N. (2009). *The Semiotics of Typography in Literary Texts A Multimodal Approach*.
- Novo, M. (Abril de 2015). *História de um azulejo de Eduardo Nery*. Obtido de Issuu: https://issuu.com/marynovo/docs/marcaregiao_azulejo
- Nunes, S. (2014). *Azulejos de Padrão e Relevo- Uma proposta Infográfica*.
- Paiva, D. (2010). *Letras em retalhos. Tipografia vernacular no comércio local do Porto*.
- Pepe, E. (2008). *Diseño tipográfico: La tipografía más allá de la forma*. Mendoza: Ediciones de la Utopía.
- Práce, B. (2004). *A intenção decorativa do azulejo português*.
- Queiroz, R. (2005). *A INFORMAÇÃO ESCRITA: DO MANUSCRITO AO TEXTO*.
- Quelhas, V. (2017). *Design português de tipos digitais (1990–2010)*.
- Quelhas, V., Branco, V., & Mendonça, R. (2015). *Representação gráfica de letras: Contributo para o seu entendimento*. Cadernos IRI, (1), 78-86. <https://doi.org/10.34630/ciri.v0i1.2468>
- Reis, M. N. (Fevereiro de 2022). *Da Fotografia ao Azulejo - Povo, monumentos e paisagens de Portugal, na primeira metade do Século X*. Obtido de Issuu: https://issuu.com/museunacionalsoaresdosreis/docs/folheto_exposic_a_o
- Sampaio, M. (2012). *Sampaio 2009 tipografia vernacular. Uma análise dos seus aspetos semânticos e morfológicos*.
- Fetter, A. (2018). *A escrita, a caligrafia, o desenho de letras e o design de tipos: definições necessárias*.
- Santos, H. (Setembro de 2009). *Azulejo não é crime!* p. 166.
- SMEIJERS, F. (2015). *Contrapunção: fabricando tipos no século dezesseis, projetando*. Brasília: Esterográfica.
- Strizver, I. (2006). *Design Rules- Te designer's guide to professional typography*. New Jersey: John Wiley & Sons. Obtido em Outubro de 2022
- Vesco, C. S. (2009). *Linguagem E Escrita, Origem E Mudanças*.

Vieira, J. (2020). A ARTE DOS GRADEAMENTOS EM FERRO DO CENTRO HISTÓRICO DO PORTO. contributos para a sua preservação.