

Letícia Rocha Fantin Schnell

**Letterings como Intervenção Urbana para a materialização de uma
Macrotendência.**

Projeto de Conclusão de Curso
submetido(a) ao Curso de Design da
Universidade Federal de Santa
Catarina como requisito parcial para a
obtenção do Grau de Bacharel em
Design. Orientadora: Profa. Dra. Mary
Vonni Meurer.

Florianópolis
2024

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da
UFSC.

Schnell, Letícia Rocha Fantin

Letterings como intervenção Urbana para Materialização
de uma Macrotendência. / Letícia Rocha Fantin Schnell ;
orientadora, Mary Vonni Meurer, 2024.

73 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design,
Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Design. 2. Letterings . 3. Tendências. 4.
Intervenção Urbana. 5. Stickers. I. Meurer, Mary Vonni.
II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Design. III. Título.

Letícia Rocha Fantin Schnell

**Letterings como Intervenção Urbana para a materialização de uma
Macrotendência.**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do Título de "Bacharel em Design", e aprovado em sua forma final pelo Curso de Graduação em Design.

Florianópolis, 07 de agosto de 2024.

Profa. Dra. Marília Matos Gonçalves
Coordenadora do Curso

Banca Examinadora:

Prof. Dra. Mary Vonni Meürer

Prof. Maíra Woloszyn

Wilton Renato Pedroso

Prof. Dra. Mary Vonni Meürer
Orientadora
Universidade Federal de Santa Catarina

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer primeiramente aos meus pais, que sempre fizeram de tudo para me incentivar a ter um ensino superior completo, mesmo com todas as necessidades financeiras, nunca deixaram de se desdobrar para ver o meu sonho e de vocês acontecer. Muito obrigada.

Em seguida gostaria de agradecer a minha madrinha que a vida inteira me apoiou e me deu suporte durante todo o meu processo de graduação a quilômetros de casa. Também quero agradecer aos amigos e docentes, além de todas as pessoas que estiveram comigo durante todos os anos acadêmicos, dividindo experiências diárias de vida universitária e social. Principalmente a minha equipe de Projeto de Tendências (2022) e do Projeto de Extensão Design UFSC Convida (2023) que me proporcionaram experiências e vivências que me reconstruíram como pessoa e profissional. Desejo que minha formação seja o início de um caminho onde eu como cidadã e Designer consiga transformar graficamente e socialmente o mundo.

RESUMO

Esse projeto apresenta a criação de três letterings materializando as estéticas conceituais: Ser, Sedição e Sinergia que definem a Matriz Autêntica, macrotendência identificada no projeto de Pesquisa de Tendências, na Universidade Federal de Santa Catarina (2022). Intervindo no contexto urbano, com a aplicação dos letterings como stickers/autocolantes, o projeto busca estar no cotidiano da população comunicando uma macrotendência. Foram adaptadas diferentes metodologias que em conjunto guiaram as etapas do projeto para o resultado final. O Design Thinking, Gavin Ambrose e Paul Harris (2011) foi escolhido como metodologia de projeto de Design. Para o processo de criação de letterings, foi utilizado a junção da metodologia de camadas proposta por Jessica Hisch (2015) no livro “In Progress” com adição de técnicas e dicas da designer e ilustradora Martina Flor (2021) “Segredos de Ouro do Lettering”.

Palavras-chave: Design, Letterings, Tendências, Intervenção Urbana, Stickers.

ABSTRACT

This project presents the creation of three letterings materializing the conceptual aesthetics: Being, Sedition, and Synergy, which define the Authentic Matrix, a macrotrend identified in the Trend Research project at the Federal University of Santa Catarina (2022). Intervening in the urban context, with the application of the letterings as stickers, the project seeks to be part of the population's daily life, communicating a macrotrend. Different methodologies were adapted and combined to guide the project's stages towards the final result. Design Thinking, by Gavin Ambrose and Paul Harris (2011), was chosen as the design project methodology. For the lettering creation process, the layered methodology proposed by Jessica Hische (2015) in the book "In Progress" was used, along with additional techniques and tips from designer and illustrator Martina Flor (2021) in "The Golden Secrets of Lettering."

Keywords: Design, Letterings, Trends, Urban Intervention, Stickers.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Imagem do livro “ In Progress”, Jessica Hische. Estudos manuais para criação de letterings	17
Figura 2: Imagens do livro “Segredos de Ouro do Lettering”, Martina Flor	18
Figura 3: Processo de criação de lettering utilizando técnica de camadas, Jessica Hischer.	19
Figura 4: Letterings de divulgação da girl group coreana New Jeans	24
Figura 5: Letterings de divulgação da girl group coreana New Jeans	25
Figura 6: Letterings de divulgação da girl group coreana New Jeans	26
Figura 7: Entrevista com a Designer Lygia Pires	27
Figura 8: Compilado de letterings registrados e reunidos pela autora	28
Figura 9: Painel de pesquisa de referências de letterings criado e organizado pela autora deste projeto.	29
Figura 10: Páginas da estética “SER” retiradas do Trendbook criado em 2022 para apresentar a Matriz Autêntica, macrotendência identificada pelo grupo de projeto de pesquisa de tendências.	30
Figura 11: Páginas da estética “SEDIÇÃO” retiradas do Trendbook criado em 2022 para apresentar a Matriz Autêntica, macrotendência identificada pelo grupo de projeto de pesquisa de tendências.	31
Figura 12: Páginas da estética “SINERGIA” retiradas do Trendbook criado em 2022 para apresentar a Matriz Autêntica, macrotendência identificada pelo grupo de projeto de pesquisa de tendências.	32
Figura 13: Painéis de letterings como referência visual para a estética “Ser”.	34
Figura 14: Painéis de letterings como referência visual para a estética “Sedição”.	35
Figura 15: Painéis de letterings como referência visual para a estética “Sinergia”.	36
Figura 16: Luz de Led utilizada como mesa de luz adaptando a técnica de camadas	39

Figura 17: Teste com texturas internas nas letras “SE”.	40
Figura 18: Junção de diferentes formas geométricas para formar a letra “S”.	41
Figura 19: Exemplo dos grafismos criados para expressar a estética SER, retirados do Trendbook da Matriz Autêntica.	41
Figura 20: Resultado do “S” a partir da junção de formas geométricas quadrado e círculo.	42
Figura 21: Testes com lettering “Ser” utilizando contrastes de formas.	43
Figura 22: Esboço final da primeira ideia do lettering do “Ser”.	43
Figura 23: Contorno no lettering final escolhido para o lettering “Ser”.	44
Figura 24: Esboço final do lettering “Ser”.	45
Figura 25: Primeiros esboços com a letra “ S” para o lettering “Sedição”.	46
Figura 26: Teste inicial de letra “S” para o lettering “Sedição”.	47
Figura 27: Teste aumentando os espaços internos das letras do lettering “Sedição”.	48
Figura 28: Esboço final do lettering “Sedição”.	48
Figura 29: Alguns testes com texturas internas orgânicas na letra “S”, para a criação do lettering “Sinergia”.	49
Figura 30: Testes com texturas internas orgânicas na letra “S”, para a criação do lettering “Sinergia”.	50
Figura 31: Teste inicial digital com formas orgânicas para a criação do lettering “Sinergia”.	51
Figura 32: Esboço final do lettering “Sinergia”.	51
Figura 33: Esboço final do “Ser” vetorizado.	52
Figura 34: Recorte de foto com exemplo dos grafismos criados para expressar a estética SER, retirados do Trendbook da Matriz Autêntica.	53
Figura 35: Teste de cores e efeitos no lettering “Ser”.	53
Figura 36: Resultado da letra “R” com a aplicação de grafismos geométricos e fundo branco.	54
Figura 37: Resultado final do lettering “Ser”.	55
Figura 38: Vetorização inicial e testes com primeiro lettering criado para “Sedição”.	56

Figura 39: Lettering ajustado para ficar mais pontiagudo e “fino”.	56
Figura 40: Primeiro teste com cores no lettering Sedição.	57
Figura 41: Teste de cores em lettering “Sedição”.	58
Figura 42: Resultado final do lettering “Sedição”.	58
Figura 43: Esboço final vetorizado “Sinergia”.	59
Figura 44: Lettering “Sinergia” com formas ajustadas .	59
Figura 45: Lettering criado com a mão esquerda para a realização de testes de composição.	60
Figura 46: Teste de junção de letterings.	60
Figura 47: Teste de junção de letterings mais contorno com pincel diferenciado.	61
Figura 48: Teste da utilização de pincel diferenciado no contorno das letras e acentos no “i”.	61
Figura 49: Bolsa criada como capa para o projeto de Pesquisa de Tendência.	62
Figura 50: Entrelaçamento digital criado para o lettering “Sinergia” a partir da referência utilizada na bolsa da Matriz Autêntica.	62
Figura 51: Resultado final da palavra Sinergia.	63
Figura 52: Composição digital do resultado dos letterings criados para cada estética em conjunto com os grafismos desenvolvidos para cada uma no projeto de 2022:	64
Figura 53: Testes de tamanhos de stickers.	67
Figura 54: Primeiro teste de diagramação com silhuetas dos letterings criados pela autora.	69
Figura 55: Segundo teste de diagramação com silhuetas dos letterings criados pela autora, agora com a aplicação de espaços para o QR Code com informações.	70
Figura 56: Terceiro teste de diagramação com silhuetas dos letterings criados pela autora, agora com a aplicação de espaços para o QR Code com informações.	71
Figura 57: Ideia final do lambe de apoio para os letterings criados.	72
Figura: 58: Sticker do lettering SER aplicado no contexto urbano na cidade de Florianópolis - SC.	73

Figura 59: Sticker do lettering SER aplicado no contexto urbano na cidade de Navegantes - SC.	74
Figura 60: Sticker do lettering SEDIÇÃO aplicado no contexto urbano na cidade de Florianópolis - SC.	75
Figura 61: Sticker do lettering SEDIÇÃO aplicado no contexto urbano na cidade de Itajaí-SC.	76
Figura 62: Sticker do lettering SINERGIA aplicado no contexto urbano na cidade de Balneário Camboriú - SC.	77
Figura 63: Sticker do lettering SINERGIA aplicado no contexto urbano na cidade de Florianópolis- SC.	78
Figura 64: Figura 64: Lambe aplicado	79

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Junção e adaptação das metodologias	21
Quadro 2: Requisitos gerais do projeto.	30
Quadro 3: Requisitos específicos para criação do lettering “Ser”	31
Quadro 4: Requisitos específicos para criação do lettering “Sedição”	32
Quadro 5: Requisitos específicos para criação do lettering “Sinergia”	37

SUMÁRIO

1.Introdução	12
1.1 Objetivo Geral	14
1.2 Objetivos Específicos	14
1.3 Justificativa	15
1.4 Delimitação	15
1.5 Metodologia	15
1.5.1 Metodologia Design Gráfico	16
1.5.2 Processo de Criação de Lettering	17
1.5.3 Metodologia adaptada pela autora.	20
2. Desenvolvimento	21
2.1 Definir e Apresentar	22
2.1.1 Briefing	22
2.1.2 Público Alvo	22
2.2 Pesquisa	23
2.2.1 - Persona	28
2.2.2 Análise de Similares	29
2.2.3 Requisitos de Projeto	29
2.2.4 Apresentação das estéticas	30
2.2.5 Painéis visuais de letterings específicos:	34
2.3 Estudo de Ideias	37
2.3.1.Criação de alternativas com testes manuais e técnica de camadas	37
2.4 Refinamentos dos esboços e Vetorização	47
2.4.1 O Ser:	47
2.4.2 A Sedição:	50
2.4.3 A Sinergia:	52
2.5.Implementação:	56
2.5.1 Sticker	57
2.5.2 Impressão Stickers	57
2.5.2 Lambe	59
2.6 Aprender:	61
3. Referências	61

1.Introdução

Com raízes na caligrafia, indo além da simples escrita à mão, o lettering é uma forma de expressão e comunicação que vem sintetizando conceitos e comportamentos há anos. É possível reconhecer através dos detalhes de letras ornamentais, acompanhadas de floreios e curvas que refletem o detalhismo e robustez da segunda metade do século XIX durante a Era Vitoriana. Do mesmo modo como observar as formas orgânicas fluidas, coloridas, com muito movimento e distorção as letras desenhadas que refletiam o estilo psicodélico dos anos 60. No artigo “Tipografia não é invisível, é espelho” as autoras Fernanda Martins e Edna Cunha Lima, confirmam essa ideia, onde abordam a capacidade de observar uma página impressa e conseguir identificar a época em que esta foi produzida a partir da sua composição gráfica, dando ênfase na evolução tipográfica. As mesmas ressaltam como o design deixa visível práticas culturais coletivas e assim permitem que objetos gráficos sejam espelho de seu momento histórico.

Para dar continuidade a introdução do seguinte projeto é preciso que seja explicada a diferença entre tipografia, escrita manual e lettering. Como referência, a autora utilizou o livro “O Design Brasileiro de Tipos Digitais: a Configuração de um Campo Profissional” de Ricardo Esteves, edição português 2010.No livro o autor explica que a escrita manual é o ato produtivo, onde as letras são feitas simultaneamente, partindo de uma linha central concebidas pelo movimento da mão. Na tipografia o processo é diferente, afirma o autor, onde as letras são projetadas e construídas antecipadamente. No caso do lettering, mesmo podendo ser feito manualmente, se diferencia da escrita manual pelo modo estrutural da construção das letras, afirma o autor. Visto que no lettering existe uma linha de contorno como na tipografia, também enfatiza que letras desenhadas para formar palavras podem parecer tipográficas, mas a parte estrutural como espaçamento e alinhamento são determinados manualmente, definindo o processo como letramento.

Revolucionando o modo de comunicação, a história da escrita abrange anos de evolução acompanhando o ser humano em diferentes momentos. Retomando ao já mencionado, é possível identificar comportamentos significativos da sociedade em determinado momento histórico a partir de materiais compostos por tipos e letterings.

Para entender esses comportamentos, uma área de conhecimento que pode auxiliar os profissionais do design nesse âmbito é a área de pesquisa de tendências. Essas pesquisas se tornam necessárias quando ocorrem alterações nos padrões de comportamento, sendo o seu principal objetivo antecipar e deduzir essas mudanças, indicando padrões possíveis de serem adotados no futuro.

Sendo de fato extremamente importante para diversas áreas tanto profissionais quanto de mercado, essas pesquisas servem como ferramenta para manter-se atualizado em ambientes de constante evolução.

A disseminação dessas tendências acontece a partir de suas exposições divulgadas por grandes marcas. Podendo ser através de desfiles de moda de renome, colaborações com campanhas de marketing nas plataformas de mídia social e introdução de produtos exclusivos no mercado. Um grande exemplo disso é a Pantone com a sua seleção anual da "Cor do Ano", uma cor que é selecionada para representar as tendências culturais e de design para o ano à frente. Influenciando diversas áreas de design, moda, arquitetura e outros campos criativos.

Fazendo uma ponte entre a utilização de letterings para comunicar comportamentos e a pesquisa de tendência que pode antecipar o entendimento sobre os mesmos a autora chegou ao seguinte questionamento: Se é possível observar essa transmissão de características de comportamentos e contextos históricos através de tipos e do desenho de letras, é possível também incorporar padrões futuros utilizando o desenho de letras para materializar e divulgar tendências comportamentais?

No semestre de 2022.2 a partir do Projeto de Tendências oferecido para a graduação de Design da Universidade Federal de Santa Catarina realizado em grupo, identificou-se a Matriz Autêntica, uma macrotendência com previsão de acontecimento para o ano de 2023-2024. A partir de uma coleta de dados e identificação de comportamentos foi identificada uma busca por uma autenticidade individual baseada nas suas matrizes culturais direcionado por um senso coletivo, chamada então de Matriz Autêntica.

Essa busca é movida pelo sentimento de revolta que impulsiona a trajetória, com o desejo de revolucionar o cenário de destaque abrindo oportunidade para o que nunca foi colocado em êxito. Essa revolta diante de um contexto contraditório que afeta principalmente as classes não-dominantes, além dos questionamentos ao cenário que se apresentam à sociedade atual, do mesmo modo como uma expectativa coletiva de mudança foram os argumentos utilizados para criação de três estéticas que representassem esses conceitos e explicassem a macrotendência. Essas estéticas foram materializadas e apresentadas em formato de trendbook como trabalho final para validação do projeto. São elas as estéticas: O Ser, A Sedição e a Sinergia.

Com foco na área do vestuário, no trendbook foram identificados e materializados possíveis materiais, formas, cores e texturas que representassem cada estética. O intuito da criação do trendbook que foi desenvolvido nesse semestre, era materializar possíveis comportamentos futuros a partir da coleta e análise de dados contemporâneos, como mencionado anteriormente, com o foco para a divulgação dos mesmos. Sendo possível simular como possíveis clientes marcas e empresas que buscam essa atualização de mudanças de comportamento para destacar-se no mercado.

É importante salientar que toda forma de divulgação de materialização de macrotendências servem como forma de referência conceitual e visual para interpretações, servindo de apoio para profissionais da área de design de outras áreas de criação.

Nesse contexto, partindo da premissa que o desenho de letras é capaz de sintetizar comportamentos e transmitir mensagens e conceitos, o objetivo desse seguinte projeto de conclusão de curso é incorporar o uso e criação de letterings para materializar as estéticas identificadas na macrotendência explicada, a Matriz Autêntica. Assim, buscando apresentar uma alternativa de divulgação de tendências que seja expressiva, comunicativa, forma acessível que permita sintetizar a partir de formas, cores, texturas e composições do desenho de letras, os conceitos por trás de uma macrotendência.

Um ponto muito enfatizado pela autora na criação desse projeto foi a vontade pessoal de disseminar essas estéticas de maneira democrática, a ideia seria que essas estéticas pudessem estar no dia a dia das pessoas. Chegou a conclusão que para aumentar a proximidade de pessoas de diferentes núcleos a mesma informação, a melhor maneira para aplicar essas estéticas seriam em um contexto urbano. Onde a macrotendência “Matriz Autêntica” que foi identificada no ano de 2022 com previsão de acontecimento para o ano de 2024 e 2025 pudesse ser vivida junto a atualidade.

Possuindo uma fácil e rápida aplicação, a escolha da autora partiu da ideia de classificar no cotidiano utilizando intervenções urbanas como a utilização de stickers, para classificar as características das diferentes estéticas apresentadas nesse projeto.

Segundo (MOTA, 2009), os autocolantes (stickers) surgiram nos anos 90, onde inicialmente eram utilizados para fins de marketing de prestação de serviço ou promoção de serviços. Assim era possível com um custo baixo, colando em diversas partes das cidades alcançar diversas pessoas, onde os autocolantes transmitiam mensagens curtas mas poderosas a nível visual ou escrito.

A Intervenção urbana é um termo utilizado para se referir a uma expressão da arte contemporânea executada em espaços públicos. Essa forma de arte busca desafiar e modificar a vida cotidiana da cidade, frequentemente envolvendo os passantes como participantes ativos da obra.

1.1 Objetivo Geral

Utilizar letterings como intervenção urbana para materialização de uma macrotendência.

1.2 Objetivos Específicos

Para atingir o objetivo geral será necessário cumprir os seguintes objetivos específicos

- materializar uma macrotendência;
- desenvolver três letterings;
- produzir peças gráficas para intervenção urbana.

1.3 Justificativa

Como mencionado na introdução, entender sobre a área de pesquisa de tendências pode facilitar a criação de projetos e produtos em diferentes áreas, desde o vestuário, arquitetura, entretenimento, entre outras. Facilitando a comunicação com o público desejado, devido ao entendimento de cenários gerais.

A ideia de materializar as estéticas: O Ser; A Sedição e a Sinergia, criando letterings, nasceu da vontade da autora de desenvolver uma nova alternativa de disseminar tendências de forma visualmente menos complexa e mais acessível. Permitindo sintetizar

a partir de formas, cores, texturas e composições do desenho de letras, os conceitos por trás de uma macrotendência.

O projeto possui uma relevância na formação profissional da autora pois é o resumo das áreas que a mesma mais se interessou durante a graduação: a materialização de conceitos, a criação de letterings, a pesquisa de tendência e a participação do projeto de intervenção urbana mais precisamente na cultura do Graffiti e Arte de rua.

Cada vez mais o uso de letterings vem ganhando visibilidade e reconhecimento, onde a sugestão de processos e novas possibilidades de utilizações são bem recebidas: "[...] no mundo do design, o lettering é a voz das tendências, falando em formas e estilos que ecoam a época em que vivemos." (HISCHE, 2015).

Materializar estéticas utilizando o desenho de letras é uma sugestão de traduzir conceitos abstratos de maneira mais atraente e simplificada, facilitando a compreensão de um público geral.

Durante o período de graduação, a autora fez parte da criação e organização do projeto de extensão chamado Design UFSC Convida, que foi responsável por eventos na Universidade ressaltando a cultura do grafite e street wear, juntamente com a comunidade universitária. Juntamente com uma equipe de organização formada por 6 estudantes de diferentes áreas da comunicação, e mais de 40 artistas convidados, a autora aprendeu mais sobre as diversas intervenções urbanas que abrangem essa cultura. Essas serão explicadas mais adiante, mas o que pode ser adiantado foi a escolha da utilização de "stickers" (autocolantes, ou adesivos) como aplicação dos resultados dos letterings desenvolvidos.

O método de aplicação escolhido diz respeito à vontade da autora de aumentar o acesso a temática de tendências e comportamento de consumo, saindo da abstração de conceitos gerais e materializando. A escolha por intervir em centros urbanos veio na relação com o nosso dia a dia, a reflexão da sociedade em que vivemos, com suas preocupações, anseios, insatisfações, etc.

Aumentar o acesso a divulgação de tendências a partir de intervenções no contexto urbano; ajuda no tamanho do público que será alcançado, obtendo os mais variados perfis de pessoas assim democratizando o acesso à informação.

1.4 Delimitação

O seguinte projeto constituiu-se em desenvolver três letterings aplicados de maneira impressa de stickers/autocolantes. Foi aproveitada a pesquisa de tendências realizada no projeto de 2022, onde foi retirado do Trendbook os resultados das características de cada estética que será abordada nesse projeto.

1.5 Metodologia

Para o desenvolvimento desse projeto foi necessária a adaptação e junção de duas metodologias. Tendo como referências bibliográficas na área de design gráfico e também na área de criação de letterings aprendidas ao longo do curso. Para a metodologia de Design foi escolhida a visão geral de Design Thinking, embasado no livro do mesmo nome de Gavin Ambrose e Paul Harris (2011).

Do mesmo modo, para o processo de lettering, foi utilizado a junção da metodologia proposta por Jessica Hisch (2015) no livro “In Progress” com adição de técnicas e dicas da designer e ilustradora Martina Flor (2021) “Segredos de Ouro do Lettering”.

Inicialmente serão apresentadas as visões gerais das metodologias e em seguida as adaptações e justificativas de escolha feitas pela autora do seguinte projeto.

1.5.1 Metodologia Design Gráfico

No livro Design Thinking, os autores (AMBROSE; HARRIS, 2011) examinam e apresentam, baseados em conceitos teóricos e metodológicos, uma visão geral da prática do design thinking seguindo um processo que abrange sete etapas: definição, pesquisa, geração de ideias, teste de protótipos, seleção, implementação e aprendizado. Para os autores o design é um processo iterativo que transforma um briefing, uma descrição inicial do projeto, em uma solução de design.

Definir:

Nessa primeira etapa é essencial que se defina bem o briefing. Assim definindo o problema a ser resolvido, e ou os objetivos a serem alcançados. Também é necessário definir o público alvo, que será para quem o projeto será destinado. Além de definir os conceitos gerais do projeto.

Pesquisar:

Nessa etapa são pesquisadas e coletadas informações necessárias para atender as necessidades e desafios do seu público-alvo. Buscando referências visuais, de métodos, entre outras informações que serão utilizadas para embasar as escolhas ao longo do projeto.

Deste modo sendo possível criar um modelo mental, uma persona, do público para poder comparar preferências e informações gerais em relação a resolução do projeto. Buscando assim uma solução centrada no público alvo definido anteriormente. Também são feitas análises de projetos e problemas similares com o do projeto proposto, identificando possíveis alternativas de soluções.

Além disso, a partir do briefing e definições iniciais juntamente com as pesquisas realizadas nessa etapa, é possível nessa etapa definir os requisitos de projeto.

Geração de Ideias:

Aqui são geradas ideias de alternativas e conceitos de possíveis soluções, para os problemas identificados anteriormente no briefing, com embasamento na pesquisa centrada na persona desenvolvida, a partir das análises realizadas e requisitos definidos.

É nessa etapa que devem ser escolhidas as definições visuais que representarão todas as informações obtidas até essa etapa, antes que começar a próxima fase que é a de testagem. Considerando metodologias de criação e conceitos artísticos de arte e design.

Testar Protótipos:

Depois de gerar ideias, é necessário colocar em prática representações das soluções para poder testá-las. Desenvolvendo protótipos para verificar se essas soluções funcionam como esperado, além de que possuem uma viabilidade técnica. Nesse momento também são consideradas questões de acessibilidade.

Os protótipos possuem o objetivo principal de testar aspectos pontuais das soluções obtidas, logo não tem a necessidade de serem totalmente fiéis a resultado estético final

Selecionar:

Com base nos resultados dos testes de protótipos e em outras considerações obtidas ao longo do projeto, é necessário selecionar as melhores soluções ou ideias para poder avançar. Nesse momento, decisões devem ser tomadas e justificadas, sendo o principal critério de escolha o atendimento do briefing e necessidades do projeto.

Implementar:

Nesta etapa, a solução escolhida é preparada para produção ou implementação no ambiente físico ou digital.

Aprender:

Após a implementação, é importante avaliar como a solução se comporta na prática e aprender com a experiência para fazer melhorias ou ajustes no futuro. Além disso, também é de extrema importância relatar os feedbacks em relação ao desenvolvimento do projeto, considerações importantes e possíveis ideias para implementação.

1.5.2 Processo de Criação de Lettering

Para metodologia de criação de lettering foram utilizadas duas autoras designers e ilustradoras Jessica HISCH (2015) e FLOR (2021), baseadas nas respectivas obras: "In progress" e "Dicas de Ouro do Lettering". Nas obras as autoras detalham e enumeram diversas técnicas e dicas para criação de um lettering do zero a partir de um embasamento na tipografia e mais especificamente na caligrafia.

Essas dicas vão desde o uso de materiais como pontas de pincéis específicas para cada formato de tipo que se deseja alcançar, técnicas de diagramação e composição das

letras e também saindo do papel e partindo para a vetorização e ajustes finais do lettering.

A escolha por unir essas metodologias vem da familiaridade da autora com esse processo, que lhe foi apresentado na disciplina de Tipografia pela Professora Mary Meürer.

Isso demonstra que o processo de lettering por mais que seja necessário como em todos os outros processos do design, de uma metodologia para ser baseado e fundamentado, possui uma liberdade maior para criação. Justamente por se tratar de um processo de criatividade e testes de técnicas manuais e visuais.

Pesquisa e Brainstorm:

Nessa etapa considerada importante para as duas autoras, como em todo processo de design, onde é feita a busca de referências de estilo e um brainstorm para a definição das palavras e conceitos.

Estudos:

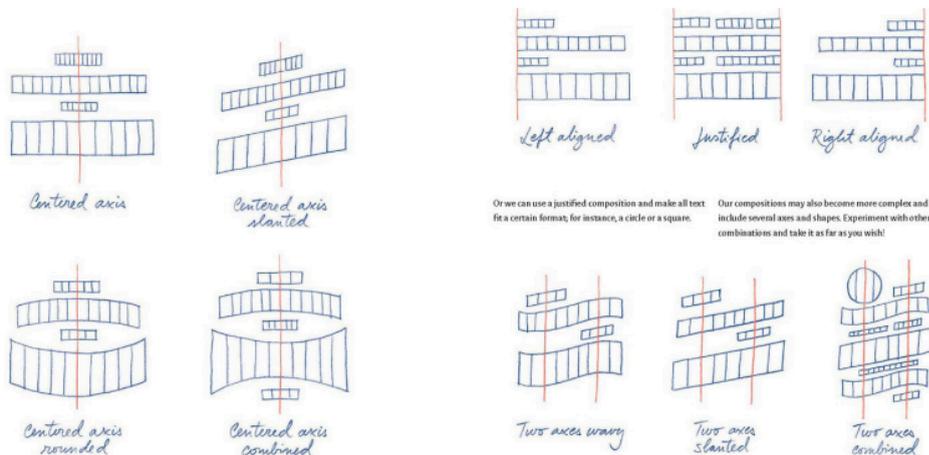
Nessa segunda etapa são testadas estruturas para a composição do lettering a partir da hierarquia que são definidas anteriormente na primeira etapa, do mesmo modo como testes da variação de estilo. As duas autoras Jessica Hische e Marina Flor enfatizam a praticidade de trabalhar com estudos manuais, justamente por possuir uma maior liberdade técnica na hora da criação. Como vimos na figura 1 e 2, as autoras Jessica Hisch e Marina Flor trazem exemplos de rascunhos manuais de estudos respectivamente:

Figura 1 -. Imagens do livro “Estudos manuais para criação de letterings.



Fonte: (HISCH, 2015, p15).

Figura 2 -. Imagens do livro “Segredos de Ouro do Lettering”, Martina Flor



Fonte: (FLOR, 2021, p30).

Esboços

No livro “In progress” Hisch (2015) apresenta uma prática comum utilizada pelos designers ao longo dos anos que pode facilitar muito na criação de letterings, chamada Técnica de Camadas.

A técnica consiste em usar algum tipo de papel translúcido para aperfeiçoar o desenho das letras sem precisar começar do zero, ou abandonar o desenho anterior. É possível realizar a técnica sugerida seguindo os seguintes passos:

1° PASSO: A criação de um esboço, onde o autor irá definir o que é relevante e o que gostou esteticamente e o que é dispensável, além de modificações que poderiam ser feitas ou acrescentadas.

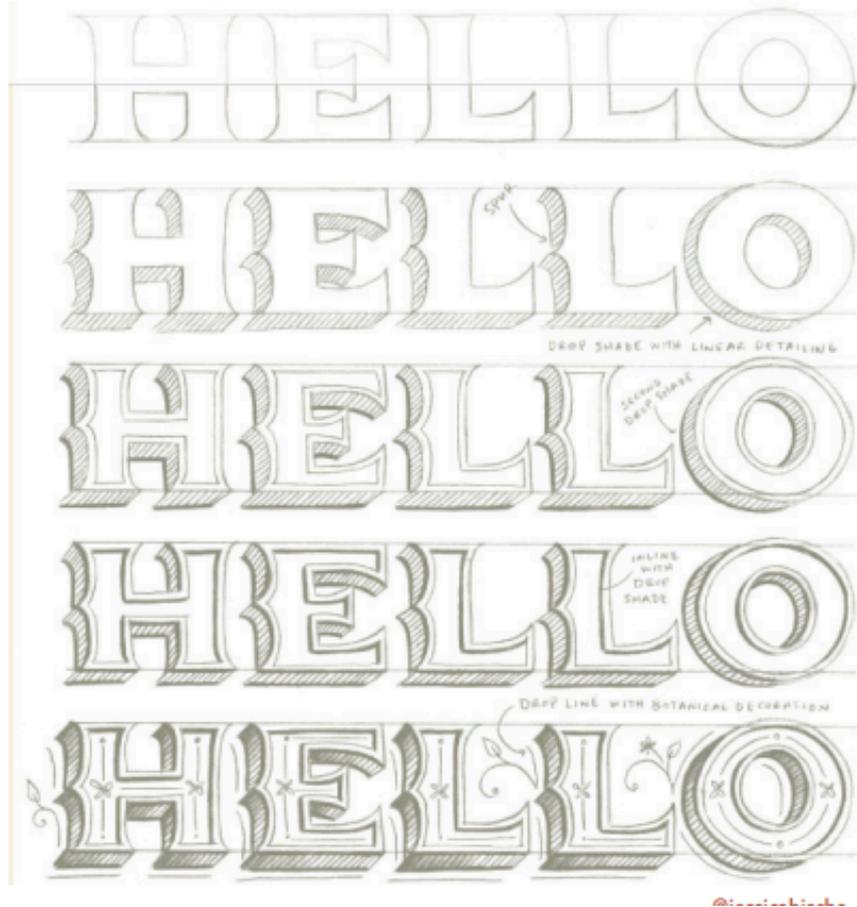
2° PASSO: O segundo passo consiste em colocar uma folha de papel vegetal ou outro papel translúcido sobre o desenho. Em seguida copiando o que julgar de acordo com os parâmetros definidos, tanto a parte de conceito, hierarquia e estética. Assim podendo corrigir, repetir, retirar ou adicionar novos elementos.

3° PASSO: É necessário repetir esse processo mais de uma vez, para ajustar tudo o que julgar necessário. Sendo possível adicionar camadas com hachuras, “floreiros”, textura e testando de diversas formas o lettering.

4° PASSO: Como todo processo de criação e criatividade é importante dar uns dias para não encarar o desenho final e voltar após isso para analisar e talvez encontrar outras possibilidades no lettering. Sendo possível encontrar alguns ajustes e alterações.

5° PASSO: O quinto passo diz respeito a fase de digitalização do lettering, que será abordado no próximo tópico da metodologia proposta.

Figura 3 - Processo de criação de lettering utilizando técnica de camadas, Jessica Hischer.



Fonte: (HISCH, 2015, p30)

Vetorização

Nessa etapa após concluído é digitalizado, podendo se utilizar o programa que for de preferência desde que seja possível o transformar em vetor.

Para Hische a vetorização também segue uma sequência de passos: traçar linhas guias, desenhar o esqueleto, desenhar o corpo, desenhar as “roupas”, adicionar cor.

Após vetorizado, e diagramado é momento de incorporar as cores e texturas que foram definidas anteriormente no projeto. Em seguida são feitos os ajustes finais dependendo dos fins desejáveis para a concretização do projeto.

1.5.3 Metodologia adaptada pela autora.

Após pesquisar e definir os processos de design e de lettering foi necessário combinar esses métodos para melhor atender a esse seguinte projeto. A partir disso concluiu-se que as etapas de processos que são semelhantes seriam incorporadas em uma. Sendo a primeira etapa do processo de lettering o “Brainstorm” incorporado na etapa de Pesquisa, do mesmo modo como “Estudos” se fundir com “Geração de ideias”, “Esboços” em “Testar Protótipos” e “Vetorização” em “Selecionar”. A “Implementação” seria a apresentação desses resultados através da produção de sticker e um lambe de apoio que seriam o resultado físico deste projeto.

As etapas de Definir e Aprender por ser tratar de um projeto com o intuito de criar letterings para uma macrotendência já identificada, o briefing na etapa de Definir já possui suas características próprias, que foram concebidas na definição das estéticas da Matriz Autêntica. Ou seja, a definição de conceitos, paleta de cores, texturas e principalmente as palavras que serão desenvolvidas: O Ser, A Sedição e A Sinergia. A apresentação das estéticas se fez necessária antes da sua análise de similares e criação dos requisitos gerais, pois os similares foram reunidos a partir de conceitos já estabelecidos de cada estética. É importante salientar que por se tratar de um público amplo com o desejo de alcançar os mais diversos que a autora não criou uma persona específica para esse projeto.

Em relação a criação dos letterings a autora juntou as etapas de refinamento de esboços com a vetorização visto que foram realizadas simultaneamente, do mesmo modo como a técnica de camadas também foi adaptada com a utilização de uma “mesa de luz”. É importante lembrar que todas as alterações e adaptações na junção das metodologias são explicadas em cada tópico.

Para deixar mais claro e objetivo essa junção de metodologias, foi dado um nome geral a cada etapa é criada uma representação do processo:

Quadro 1: Junção e adaptação das metodologias

ETAPA	ATIVIDADES
Definir e Apresentar	<ul style="list-style-type: none">• BRIEFING• Público Alvo
Pesquisa e Brainstorm	<ul style="list-style-type: none">• Pesquisa utilização de lettering (como material de divulgação de conceitos/ marcas/branding/moda)• Apresentação das estéticas• Análise de Similares + painel visual• Requisitos de projeto
Estudos de Ideias + Testar esboços	<ul style="list-style-type: none">• Criação de alternativas com testes manuais e técnica de camadas
Refinamentos dos esboços e Vetorização	<ul style="list-style-type: none">• Processo de criação dos letterings
Implementar	<ul style="list-style-type: none">• Produção dos Sticker e Lambe• Aplicação dos letterings
Aprender	<ul style="list-style-type: none">• Conclusões sobre a finalização do projeto

Fonte: Rocha, Letícia F. S. Quadro de metodologia. 2024. Junção e adaptação de metodologias com base em Ambrose e Harris (2011), Hische (2015) e Flor (2021).

2. Desenvolvimento

2.1 Definir e Apresentar

2.1.1 Briefing

A importância de um briefing para o design é inquestionável, já que é ele o responsável por apresentar o problema e/ou objetivos, quais são os conceitos que definem o projeto que será realizado e a definir a quem será destinado o mesmo.

Como dito anteriormente o objetivo desse projeto é sugerir a utilização e criação de letterings para divulgação de tendências. No caso do seguinte projeto o briefing já possui algumas afirmações de definições justamente por ter como macrotendência para ser materializada: a Matriz Autêntica. Essa sendo identificada e relatada no projeto da pesquisa de tendências realizada no semestre de 2022.2, pelo curso de graduação de Design na Universidade Federal de Santa Catarina.

Para o desenvolvimento desse projeto de conclusão de curso, é de extrema importância seguir esse briefing de especificidades, desde a parte visual como paleta de cores, texturas, formas das estéticas definidas, quanto também os conceitos que as tornam o que são. Esses requisitos que foram resumidamente mencionados na introdução, serão vistos novamente na criação do painel com os mesmos para apresentados com maior ênfase e profundidade durante a fase de Estudo de Ideias, no item 2.3 onde serão apresentadas as estéticas identificadas e a justificativa de escolha em seguida retomadas na fase de quadro de requisitos.

2.1.2 Público Alvo

A definição do público surgiu com a decisão da utilização de letterings para materializar tendências aplicadas num contexto de intervenção urbana. Justamente com o propósito de atingir o máximo de pessoas possíveis em contextos diferentes e que possam ter reflexões e análises diferentes sobre a mesma temática, o comportamento atual. Devido a não ter um público específico que se quer ser atingido, não houve a necessidade da criação de uma persona.

Além do público geral, o projeto pode atingir especificamente profissionais na área de design, ilustração e comunicação em geral que possam se interessar pelo método e processo neste presente projeto para sintetizar e materializar conceitos abstratos de uma macrotendência em letterings.

2.2 Pesquisa

2.2.1 Pesquisa Visual

Visto que durante o semestre de 22.2 enquanto a autora realizava o projeto de Pesquisa de Tendências, foram procuradas e entendidas as diferentes maneiras de divulgação de tendências, como mencionadas anteriormente. Um dos lugares mais procurados era no ramo de consumo musical. Nesse processo de busca por originalidade atual e ascendendo no mercado de entretenimento, a autora passou a se interessar nas divulgações de um grupo musical específico que apresenta características similares às procuradas nesse projeto.

Fazendo história no mundo da música o grupo sul-coreano New Jeans vem ocupando as paradas de sucesso. Segundo a jornalista Virginia Oliveira, o grupo New Jeans conquista 1º lugar na Billboard 200 com o EP “Get Up”. Além disso, elas também se tornaram o primeiro girl group no K-pop a emplacar três canções na Hot 100 simultaneamente.

Com clipes e produções cada vez mais aguardados pelos fãs de todo o mundo, a autora se interessou pela maneira que o grupo divulga seus próximos singles. Observou-se que nas redes sociais do grupo, mais especificamente no Instagram é recorrente que antes do lançamento de principalmente algum single ou clipe, ou outros conteúdos temáticos relacionados à marca New Jeans, são usados para divulgação letterings temáticos com o nome do grupo.

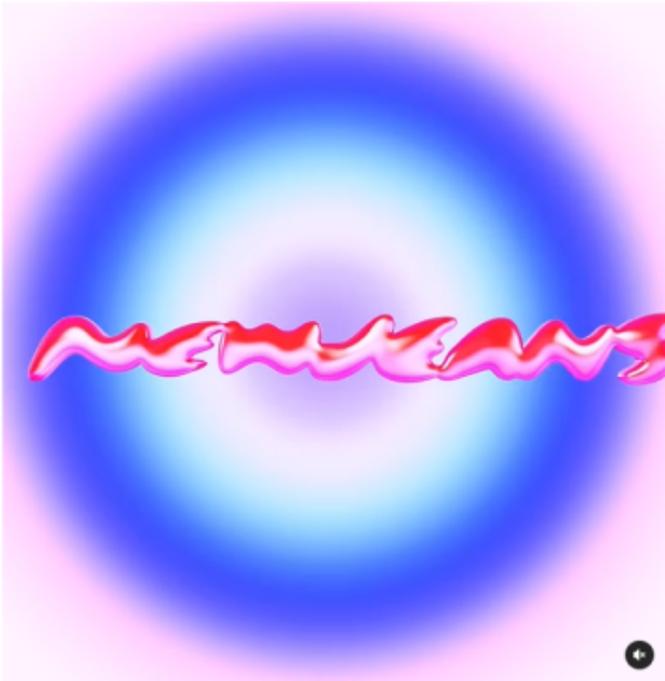
De um modo artístico e conceitual esses letterings divulgados pelo grupo possuem um caráter interpretativo, para que os fãs e seguidores possam tentar “descobrir” quais as temáticas que serão abordadas em seus próximos trabalhos. Segue abaixo alguns dos letterings postados nas redes sociais do grupo:

Figura 4: Letterings de divulgação da girl group coreana NewJeans.



Fonte: Instagram do grupo NewJens. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/CpFH5q_OKdr/> Acesso em 10 set. 2023.

Figura 5: Letterings de divulgação da girl group coreana NewJeans.



Fonte: Instagram do grupo NewJens. Disponível em:
<<https://www.instagram.com/p/CwMGUHioQzv/>> Acesso em 10 set. 2023.

Figura 6: Letterings de divulgação da girl group coreana NewJeans.



Fonte: Instagram do grupo NewJens. Disponível em:
<https://www.instagram.com/p/CynldB1y8T4/?img_index=1> Acesso em 10 set. 2023.

Após identificar essa similaridade específica que relacionava a divulgação, com a sintetização de conceitos em letterings, o grupo foi a principal referência de pesquisa.

Inicialmente o foco para análise eram maneiras de divulgação de tendências, diferentes das usuais. Porém, com o interesse se concentrando na criação de letterings que traduzem esses conceitos, a autora do seguinte projeto teve dificuldades de encontrar similaridades com o que o grupo propõe em outros segmentos.

Para ajudar no desenvolvimento do projeto a autora entrevistou uma especialista no assunto, a designer gráfica, artista de lettering e ilustradora premiada, Lygia Pires, referência em lettering no Brasil.

A entrevista foi realizada no dia 04 de abril, pelo Google Meet e possui autorização da entrevistada para ser gravada e usada para fins de construção do projeto.

Durante a entrevista, Lygia compartilhou algumas de suas técnicas e auxiliou na busca de uma fonte de referência. Ela enfatizou a importância das vivências e da autenticidade, explicando como sempre busca olhar para dentro antes de traçar suas ideias em letterings. Além disso, mencionou a utilização de sites como Behance e Pinterest, frequentemente usados por designers como referência para projetos, ilustrações e letterings em geral.

Figura 7: Entrevista com a Designer Lygia Pires.

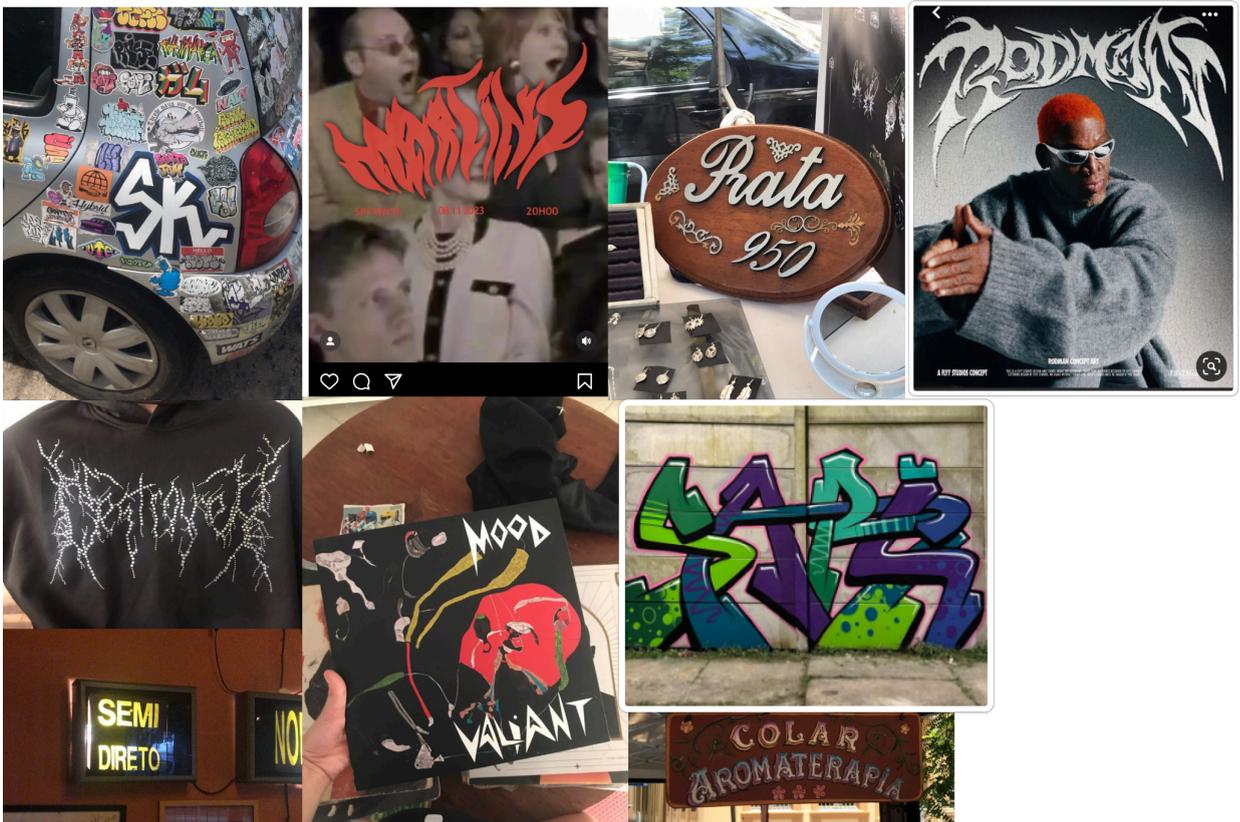


Fonte: a autora.

Com as dicas de buscas de referências a pesquisa se expandiu e foram voltadas para diversas manifestações artísticas e de comunicação além do olhar do dia a dia da autora que a cercava.

É possível observar milhares de letras diariamente, e a forma como são desenhadas e organizadas faz toda a diferença. Encontrando-se cercada de intervenções urbanas no contexto diário, autora passou a fotografar diversas manifestações de letterings seja em tags em contexto de pixo, graffiti, em stickers (autocolantes), lambes, além de outras áreas da comunicação como em identidades de branding em letreiros e placas e todos os mais diversos tipos de letterings encontrados no cotidiano.

Figura 8: Exemplo de compilados de letterings registrados e reunidos pela autora.

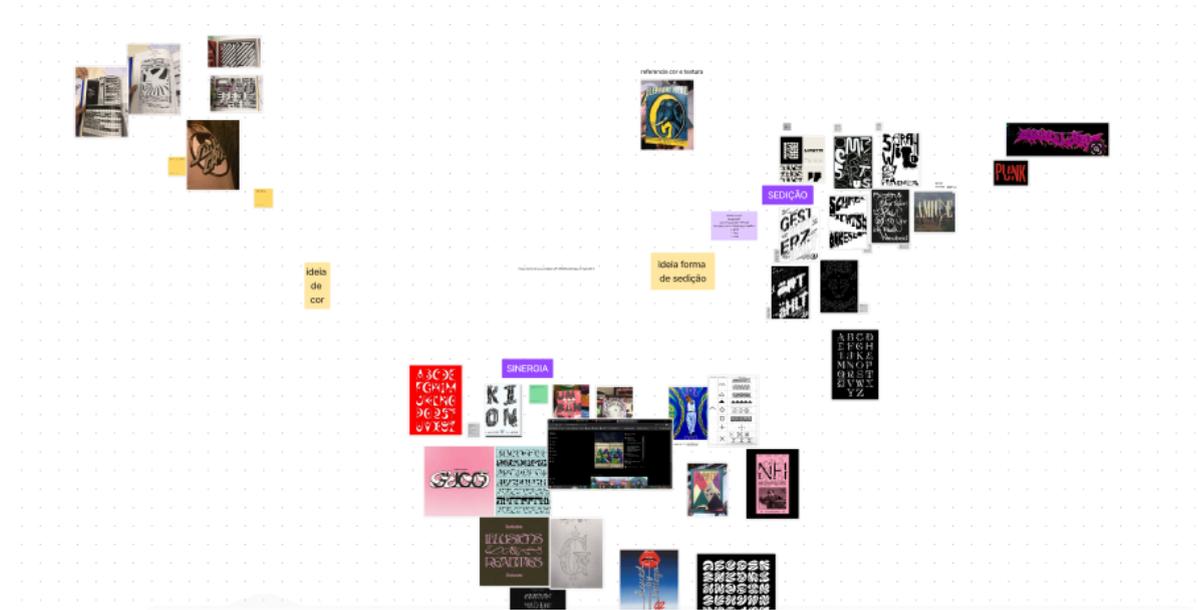


Fonte: a autora a partir de referências retiradas do contexto urbano e também em redes sociais.

Esse olhar aumentou a facilidade da autora de observar detalhes na construção de cada lettering, foi criado então um painel visual para identificar similaridades com as três estéticas da macrotendência.

Neste painel também foram adicionadas referências que a autora encontrou em sites também frequentemente utilizados na busca de referências por designers em geral, como Lygia havia comentado. Além de letterings que a autora esbarrava no cotidiano do uso das redes sociais de comunicação que também fazem parte do seu dia a dia digital.

Figura 9: Painel de pesquisa de referências de letterings criado e organizado pela autora deste projeto.



Fonte: a autora.

2.2.2 Apresentação das estéticas

Para um melhor entendimento sobre as características de cada estética, estão registradas a seguir as definições de cada uma junto às especificações de briefing (conceitos, cores e formas). A autora colocou em quadros os requisitos mais conceituais mais representativos de cada estética devem ser seguidos. Junto a essas informações estão as páginas de apresentação de cada estética realizadas como resultado para o Trendbook da Matriz Autêntica, juntamente com as suas especificidades/ briefing: CONCEITOS, CORES, FORMAS.

Um adendo interessante e que facilitou o trabalho da autora foi o de que no Projeto de 22.2 a mesma ficou responsável pela criação dos grafismos no livro, que são uma das principais referências visuais de materialização de cada estética. Logo já existia uma familiaridade com as especificidades de cada uma.

a) O SER:

A primeira estética trabalhada no trendbook foi o SER que resumidamente se refere a maneira como a busca por “ser autêntico” se torna cada vez mais presente, expondo assim individualidades como forma de comunicar sua liberdade. Essa vontade de transparecer pode ser traduzida a partir de um “exagero planejado”, com paletas de cores chamativas e saturadas além formas e estruturas que causem impacto, outra característica é o uso de contrastes entre cores, formas e texturas. Assim é possível encontrar uma conexão entre esses aspectos reforçando a existência do indivíduo e consequentemente manifestando sua autenticidade.

Figura 10: Páginas da estética “SER” retiradas do Trendbook criado em 2022 para apresentar a Matriz Autêntica, macro-tendência identificada pelo grupo de projeto de pesquisa de tendências.



Fonte: Grupo Tendenciosas. Trendbook Matriz Autêntica, 2022.

Quadro 3: Requisitos específicos para criação do lettering “Ser”

SER		
Requisitos	Classificação	Fonte
Contraste de cores e formas	obrigatório	Briefing
Transparência	obrigatório	-
Autenticidade entre as letras	obrigatório	-

Fonte: a autora.

- Conceitos: Autêntico; Transparente; Vibrante.
- Cores: Laranja #F67A04, Amarelo #FFE504, Azul #2CF4F8, Azul #0A83EB, Roxo #821185, Rosa #F61DCA, Cinza #D93C0B
- Formas: Contrastantes, Transparência, únicas.

b) A SEDIÇÃO:

A SEDIÇÃO refere-se a revolta com os critérios impostos, sendo contraponto e buscando romper com a hegemonia cultural. Isso se faz a partir de um movimento visual com uma proposta disruptiva. Desejando causar incômodo com a utilização de materiais desgastados, desconstruídos que prezam pela assimetria e manifestam um desapego a

higienização estética. Esse rompimento colabora com a quebra de códigos predominantes na sociedade, assim fortalecendo culturas dominadas.

Figura 11: Páginas da estética “SEDIÇÃO” retiradas do Trendbook criado em 2022 para apresentar a Matriz Autêntica, macro-tendência identificada pelo grupo de projeto de pesquisa de tendências.



Fonte: Grupo Tendenciosas. Trendbook Matriz Autêntica, 2022.

Quadro 4: Requisitos específicos para criação do lettering “Sedição”

SEDIÇÃO		
Requisitos	Classificação	Fonte
Estruturas ornamentadas	obrigatório	Briefing
Formas Pontudas	obrigatório	-
Irregularidades	obrigatório	-

Fonte: a autora.

- Conceitos: Revolta; Desgaste; Incômodo.
- Cores: Cinza #C7C088, Cinza #919293, Azul #335359, Vermelho #800303, Laranja #C83D1F, Verde #B0E323, Verde #093C0B, Preto #000000
- Formas: Irregulares; Pontiagudas; Ornamentais; com movimento

c) A SINERGIA:

Por último temos A SINERGIA que se refere a crise sanitária global que exigiu em 2020 que acabou criando e exigindo conexões sociais não convencionais. O fator colaboração começou a ser visto de maneira cada vez mais intensa mesmo que distante. Sendo assim a necessidade inerente em socializar, foi baseada pelo sentimento em ascensão de pertencer.

Esse sentimento de colaboração pode ser observado de duas maneiras, tanto a questão do ato em si de colaborar, crescer em conjunto, como a uma valorização de sabedorias e culturas ancestrais, que de certa forma pode conectar o ser a algo que veio antes dele e que se faz presente de maneira coletiva nos dias atuais. Combinando essas duas valorizações é possível materializar esses conceitos de forma interligada com uma perspectiva contemporânea e tecnológica. Sendo demonstrado a partir das misturas de materiais, ascensão de estampas e suas diferentes combinações, texturas que representam a valorização ancestral de diferentes culturas, com padrões focados no biodiverso.

Figura 12: Páginas da estética “SINERGIA” retiradas do Trendbook criado em 2022 para apresentar a Matriz Autêntica, macrotrendência identificada pelo grupo de projeto.



Fonte: Grupo Tendenciosas. Trendbook Matriz Autêntica, 2022.

Quadro 5: Requisitos específicos para criação do lettering “Sinergia”

<i>SINERGIA</i>		
Requisitos	Classificação	Fonte
Entrelaçamento/conexão	obrigatório	Briefing
mistura de materiais	obrigatório	-
origem manual	obrigatório	-

Fonte: a autora.

- Conceitos: Manual; Coletivo; Entrelaçado; Ancestral.
- Cores: Marrom #4B191F, Roxo #7E265E, Verde #806C4C, Amarelo #DF9F14, Laranja #76240C, Laranja #BB4C0F, Vermelho #BA2329.
- Formas: Misturada, Entrelaçada, Manual.

2.2.3 Análise de Similares com criação de painéis visuais.

A análise de similares partiu da junção de letterings que possuíam no mínimo um requisito específico de cada estética, seja conceitualmente quanto a formas e cores também mencionadas. Esses painéis ajudaram a autora a entender quais eram as características que poderiam auxiliar no seu processo de criação. Com esses painéis a autora pode entender quais conceitos eram mais fáceis de ser representados, quais letterings eram apenas referências de uso de cores e formas, além das similaridades de cada um.

a) O SER.

No “Ser” observou-se o uso da transparência utilizando sobreposições com baixa opacidade. Outro ponto também foi a percepção do uso de formas completas junto a apenas o contorno, muito parecido com os grafismos criados pela autora para o Trendbook. Uma característica observada e que a influenciou durante o processo de criação do lettering foram os letterings que possuíam diferentes letras em sua composição, cada uma destacando sua autenticidade.

Figura 13: Painéis de letterings como referência visual para a estética “Ser”.



Fonte: Compilação da autora.

b) A SEDIÇÃO:

Na SEDIÇÃO as formas pontiagudas são praticamente vistas em todas as referências, porém cada uma tinha uma possibilidade de forma, o que ajudou a autora a explorar diferentes alternativas. Outra característica, que será mencionada melhor no processo de desenvolvimento dos letterings, são que as letras da maioria dos exemplos possuem um corpo mais fino, com maiores espaços de abertura, justamente para causar um efeito de incômodo.

Figura 15: Painéis de letterings como referência visual para a estética “Sinergia”.



Fonte: Compilação da autora.

Além disso, foi feita uma análise específica dos letterings no grupo NewJeans onde a autora destacou: a presença da legibilidade na sua maioria e um caráter de ilustração vetorial. Em relação aos letterings encontrados no contexto cotidiano relatados na pesquisa, a autora chegou em duas conclusões: quando se tratavam de adesivos a maior parte deles continham um contorno com formas específicas que acompanhavam seus desenhos e enfatizavam suas formas. Outro ponto apresentado é a utilização em alguns deles de fundos que interagem com toda a composição.

2.2.4 Requisitos de Projeto

Os requisitos de projeto representam como por meio do design serão atendidas as necessidades do projeto. Além dos requisitos específicos de cada estética foi criada uma tabela contendo requisitos gerais de projeto onde:

Requisito (o que?), Objetivo (como?), Classificação (obrigatório ou desejável) e a Fonte onde esse requisito foi obtido). Observe abaixo na figura 14 tabela com os tópicos citados seguida da explicação de cada um deles:

Quadro 2: Requisitos gerais do projeto.

Análise de similares	Objetivo	Classificação	Fonte
Legibilidade	seguir as especificações de cada estética	obrigatório	Briefing
estruturas diferentes	ênfatar a diferença de cada estética através da estrutura dos letterings	obrigatório	briefing
legibilidade	manter a legibilidade por mais que sejam criadas letterings artísticos	obrigatório	briefing e análise de similares
Grafismos de referência	utilizar os grafismos criados para cada estética como referência para a criação da estrutura dos letterings	opcional	briefing
Stickers com fundo fazendo parte da composição.	Fazer com que o fundo interaja com o lettering, utilizando do contorno para evidenciar formas das estéticas.	obrigatório	análise de similares

Fonte: a autora.

Os requisitos mencionados foram pensados e tidos como necessários para a autora a partir de todo o processo realizado até agora, justamente por isso contém a fonte de onde cada requisito foi obtido.

Tendo um briefing bem estabelecido sobre as formas, cores e conceitos de cada estética se torna obrigatório seguir cada uma dessas definições, justamente para criar letterings condizentes com a tendência identificada. Respeitando esse briefing será possível também realizar o último requisito que é a diferenciação dessas estéticas. Visto que cada uma delas tem uma proposta diferente, se faz obrigatório a diferença visual de cada uma.

Outro ponto importante destacado é a necessidade da legibilidade, pois cada estética precisa ter seu nome bem estabelecido, para que as margens de interpretações sejam em cima da característica estética artística criada para cada uma e não para tentar identificar o seu nome.

E também a criação de grafismos para auxiliar na composição ficou com classificação de desejável, justamente por cada estética já possui grafismos que foram desenvolvidos para o Trendbook da Matriz Autêntica, seria interessante se fosse possível aproveitá-los para criar uma composição visual, mas não se faz obrigatório devido a vontade pessoal da autora de conseguir sintetizar esses conceitos visuais e comportamentais somente nos próprios letterings. Esses grafismos podem ser ao longo do projeto adaptados por imagens, fundos ou outros elementos que a autora julgar importantes para compor a divulgação de cada lettering.

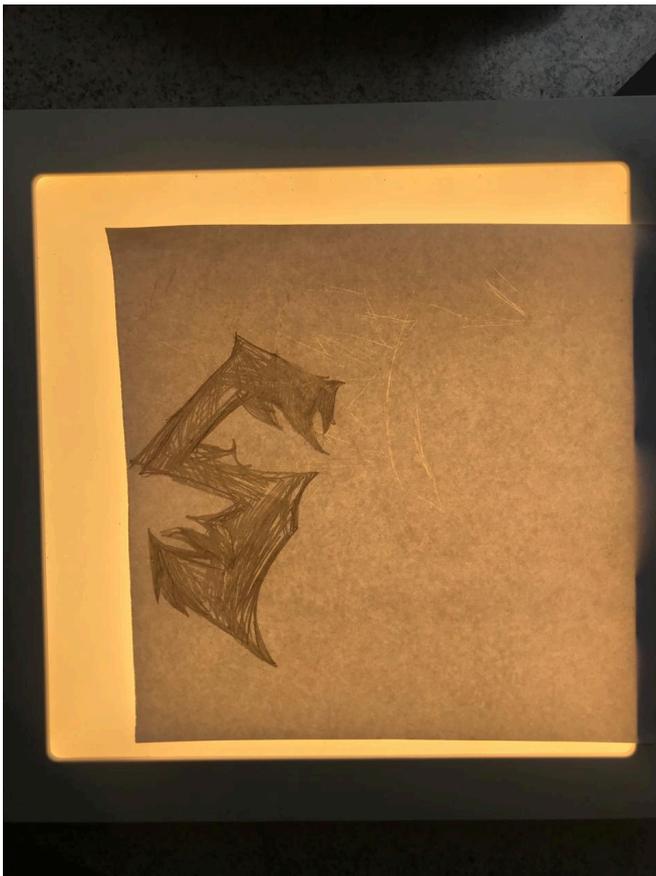
Para caracterizar os letterings como sticker visto cotidianamente, a autora adicionou o requisito de conter um fundo que interaja com o lettering, aumentando a possibilidades de conceitos que a autora pode trabalhar no mesmo lettering. Além disso, outro requisito escolhido como obrigatório foi a de um contorno específico para cada lettering, desse modo os sticker teriam um formato que os valoriza-se e que se contrastam evidenciando as características de cada estética.

2.3 Estudo de Ideias

2.3.1. Criação de alternativas com testes manuais e técnica de camadas

Com uma base de mão livre sem réguas ou pontos de origem, a autora pode ir explorando formas baseadas no briefing de cada estética. A técnica de camadas que a autora Jessica Hische sugere foi adaptada pela autora, que encontrou de maneira mais facilitada um modo de realizar esses testes. Utilizando uma luz de LED em formato quadrado que serviu como uma mesa de luz, a autora pôde utilizar a técnica de camadas, não necessariamente usando um papel manteiga e repetindo todo o processo da letra. A escolha do papel quadriculado foi outro ponto bem interessante, pois auxiliou a autora mesmo que a mão livre mantivesse uma noção de tamanho e perspectiva mais aparente. Mas também foi possível utilizar folhas comuns sobre camadas, adicionando detalhes, como o processo mencionado pela Jéssica. Observe esse processo na Figura e em seguida o processo específico da escolha de esboço final de cada estética:

Figura 16: Luz de Led utilizada como mesa de luz adaptando a técnica de camadas.

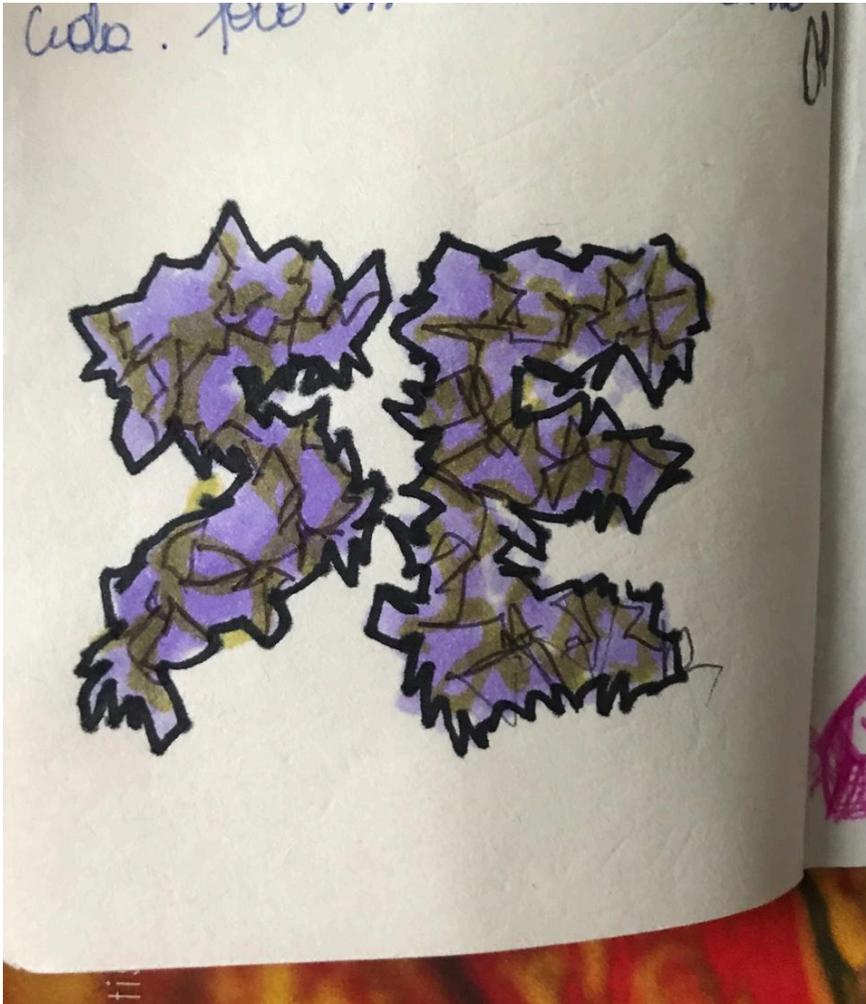


Fonte: a autora.

Durante o estudo de esboços, foi testada a possibilidade de texturas na parte interna das letras, mas chegou-se à conclusão que a utilização que não se encaixaria na aplicação de stickers, por uma questão de tamanho e legibilidade. Foi decidido pela autora que as

características estéticas tinham que prevalecer a partir, principalmente, das formas. Além, claro, da utilização das paletas de cores que fazem também a diferenciação entre elas. A única estética que foi possível explorar texturas individuais internas foi no “Ser” visto que por possuir só três letras a legibilidade em um tamanho menor não influencia tanto com o uso de texturas.

Figura 17: Teste com texturas internas nas letras “SE”.



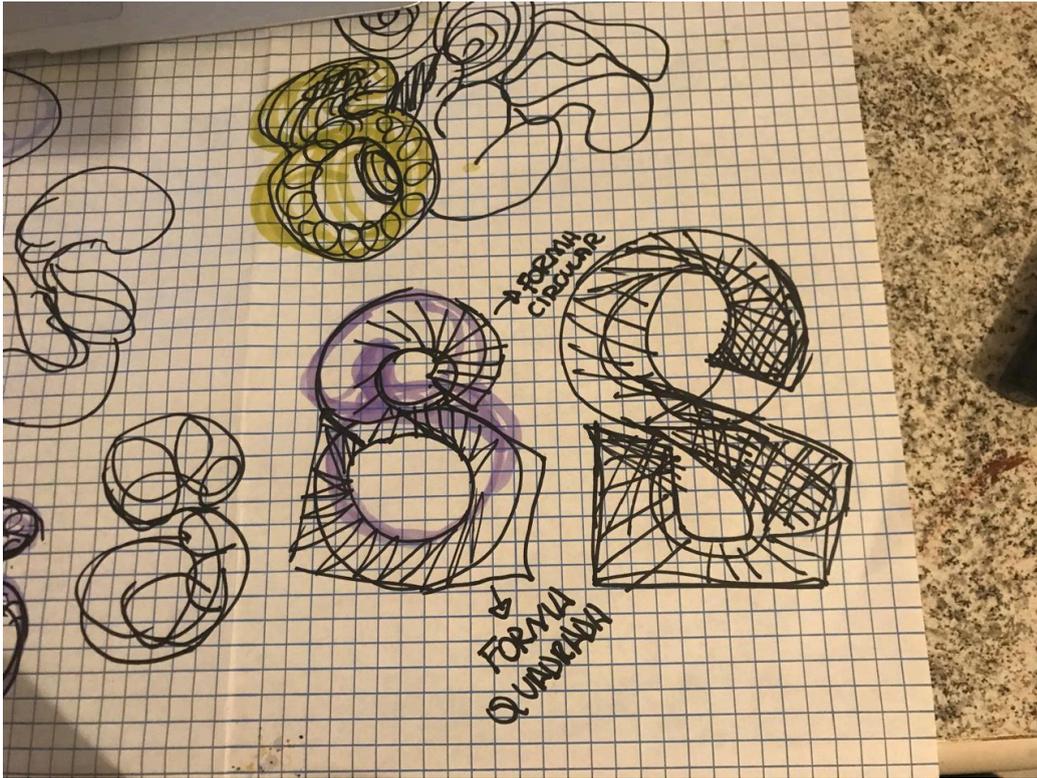
Fonte: a autora.

Depois de algumas tentativas, chegaram-se a três resultados finais. Para facilitar o entendimento do processo a autora registrou os testes de cada estética:

a) O SER:

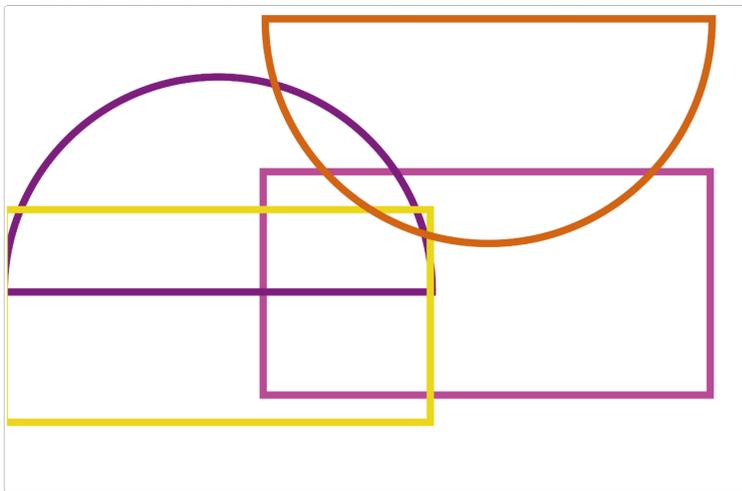
A ideia inicial foi trabalhar o conceito de contraste, juntando formas diferentes, levando como referência os grafismos criados para a estética.

Figura 18: Junção de diferentes formas geométricas para formar a letra “S”.



Fonte: a autora.

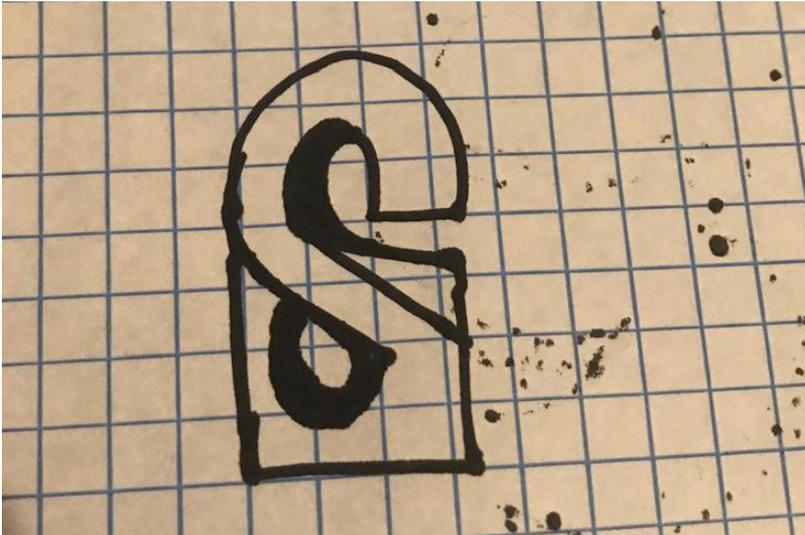
Figura 19: Exemplo dos grafismos criados para expressar a estética SER, retirados do Trendbook da Matriz Autêntica.



Fonte: Grupo Tendenciosas, Trendbook Matriz Autêntica, 2022

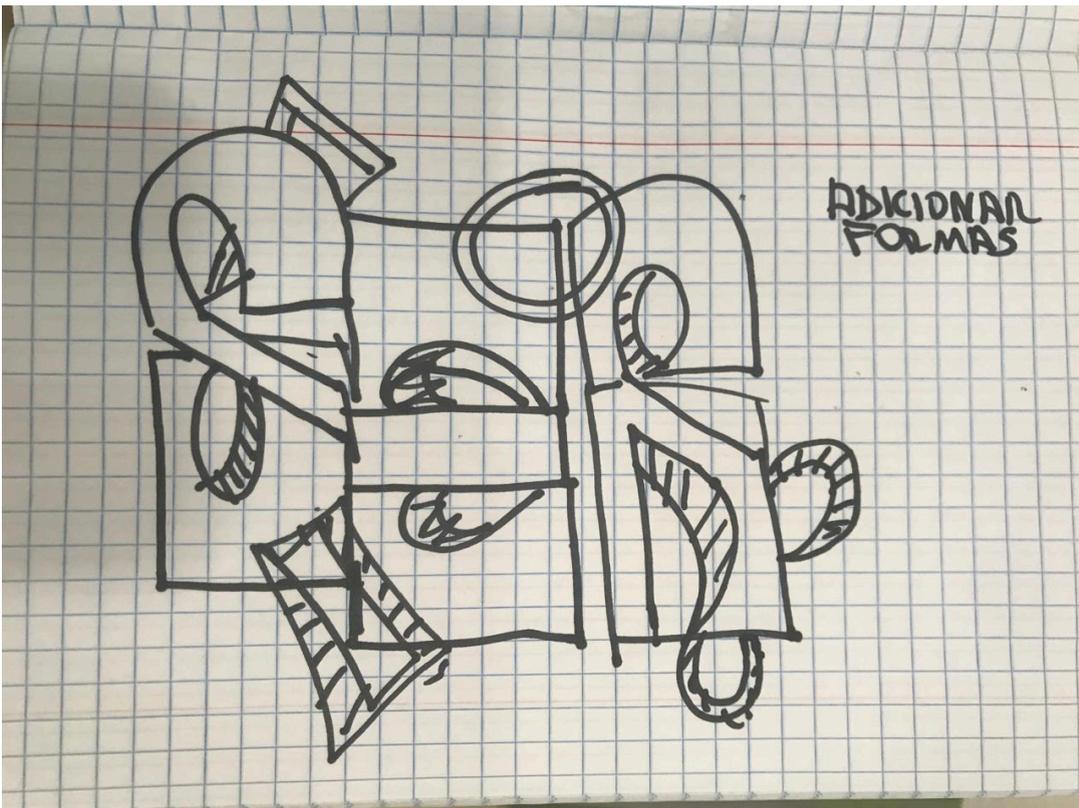
Chegou-se a um resultado onde existiam muitas linhas geométricas e formas, porém a autora sentia que faltava principalmente um dos conceitos mais específicos da estética, que era a autenticidade.

Figura 20: Resultado do “S” a partir da junção de formas geométricas quadrado e círculo.



Fonte: a autora.

Figura 21: Testes com lettering “Ser” utilizando contrastes de formas.



Fonte: a autora.

Figura 22: Esboço final da primeira ideia do lettering do “Ser”.



Fonte: a autora.

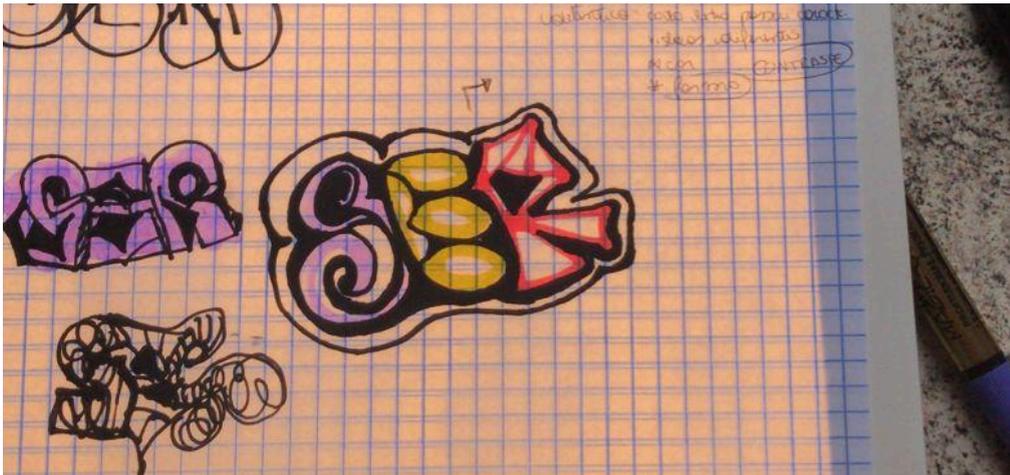
Logo a autora decidiu voltar ao processo do início e tentar criar letras a partir de formas diferentes. Retomando a referência do painel. Inicialmente, o “S” foi pensado utilizando espirais e elementos que lembrassem curvas. Do mesmo modo como o “E” foi baseado em círculos e ovas. Desde o início, a ideia do E seria que ele tivesse um aspecto tridimensional representando um tipo de balão ou algo relacionado. O “R”. Inicialmente, teve uma proposta a partir da utilização de triângulos e retângulos trazendo um caráter bastante geométrico. Observe o resultado final na figura 23:

Figura 23: Contorno no lettering final escolhido para o lettering “Ser”.



Fonte: a autora.

Figura 24: Esboço final do lettering “Ser”.



Fonte: a autora.

A SEDIÇÃO

Para a edição, os grafismos criados para o Trendbook já traziam aspectos bem característicos da estética. Então, foram aproveitadas as referências de linhas pontiagudas para a criação de um primeiro esboço. Nesse primeiro esboço, as letras ainda não tinham acabamento, porém a ideia inicial já foi concentrada

Figura 25: Primeiros esboços com a letra “S” para o lettering “Sedição”.



Fonte: a autora.

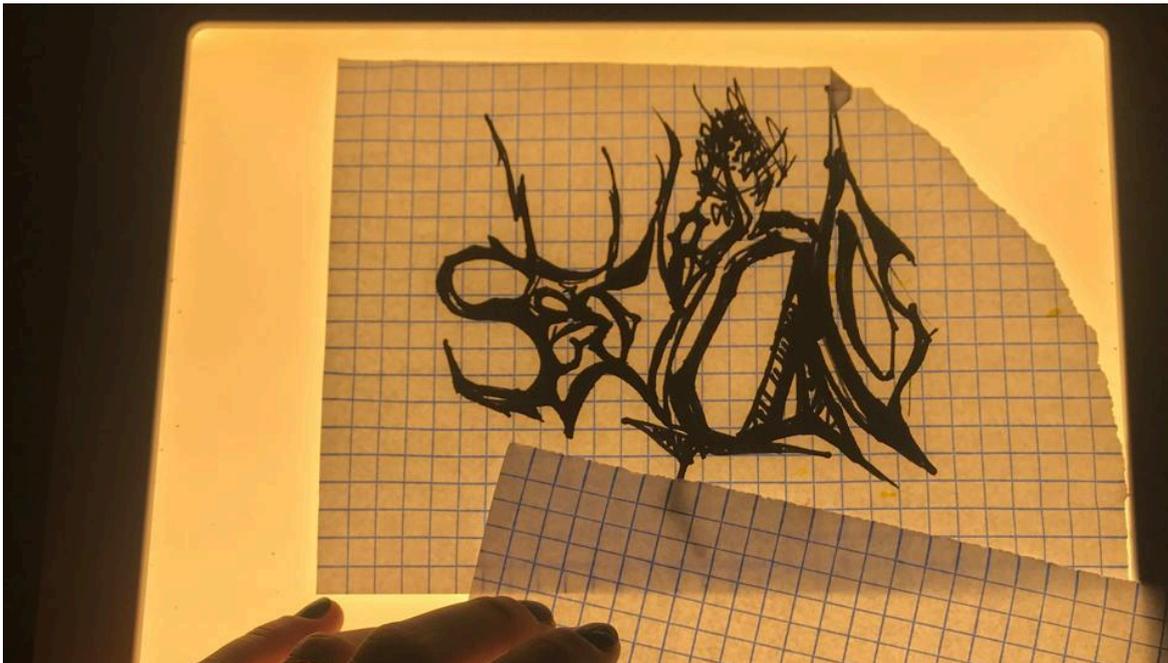
Figura 26: Teste inicial de letra “S” para o lettering “Sedição”.



Fonte: a autora.

Foram feitas diversas experimentações iniciais com a letra “S”, até que a autora do projeto percebeu que estava faltando testar uma espessura mais fina, lembrando a similaridade identificada no painel de letterings. Deste modo aumentando os espaços internos e consequentemente deixando as letras mais pontudas. A partir disso, esse foi o resultado final dos primeiros esboços. Na figura 28 é possível ver o esboço final escolhido

Figura 27: Teste aumentando os espaços internos das letras do lettering “Sedição”.



Fonte: a autora.

Figura 28: Esboço final do lettering “Sedição”.



Fonte: a autora.

A Sinergia:

Primeiramente, a ideia de mistura de materiais, onde a autora utilizou a ideia de misturar elementos em uma mesma letra.

Figura 29: Alguns testes com texturas internas orgânicas na letra “S”, para a criação do lettering “Sinergia”.



Fonte: a autora.

Figura 30: Testes com texturas internas orgânicas na letra “S”, para a criação do lettering “Sinergia”.

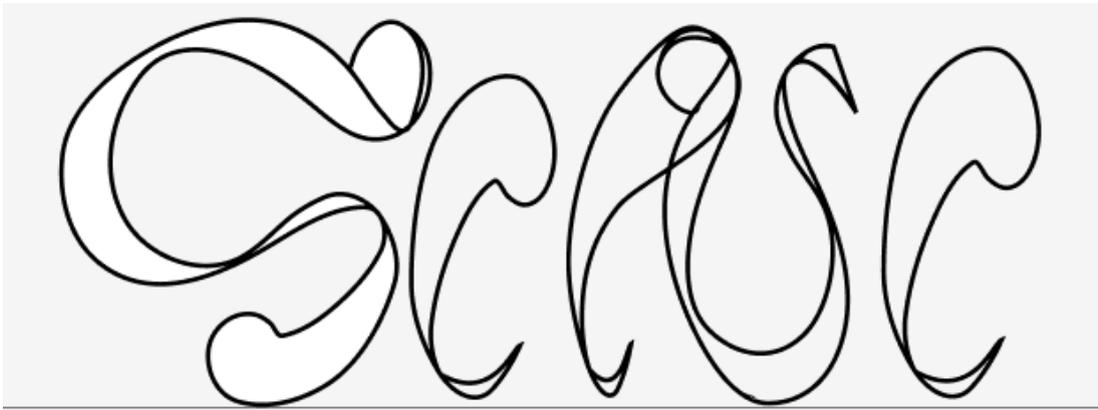


Fonte: a autora.

Inicialmente a ideia partiu de tentativas relacionando formas orgânicas, junto a texturas com aspectos mais manuais, porém como constatado que a textura na parte interna das letras poderia prejudicar a legibilidade. Logo o foco para sintetizar esses conceitos voltou a ser a forma das letras.

Diferente das outras, o esboço final que seria utilizado para começar a parte de vetorização foi criado diretamente no digital, onde a autora criou primeiro a letra S e depois utilizou das duas formas que se conectaram para criar o S, para a criação de todas as outras letras, repetindo a sua haste, adaptando cada letra para fazer parte do mesmo conjunto.

Figura 31: Teste inicial digital com formas orgânicas para a criação do lettering “Sinergia”.



Fonte: a autora.

Figura 32: Esboço final do lettering “Sinergia”.



Fonte: a autora.

2.4 Refinamentos dos esboços e Vetorização

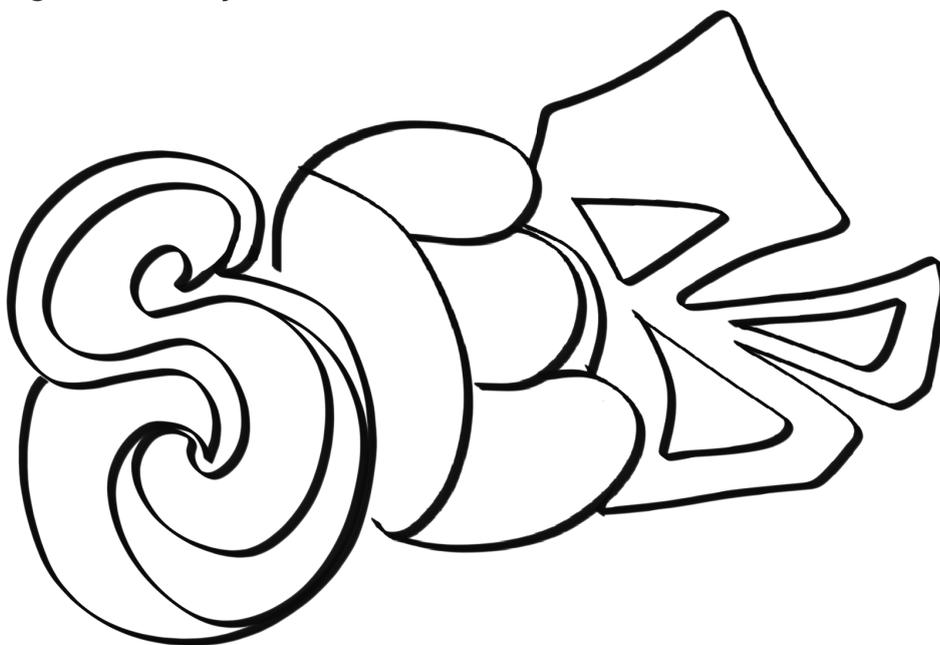
A criação de outras alternativas passou a partir da digitalização dos letterings inicialmente criados manualmente com uma abordagem de mão livre, como mencionado anteriormente. Desse modo foi possível explorar outras alternativas com uma maior agilidade, onde ferramentas como o Illustrator e o Photoshop conseguem ajudar. No processo de vetorização foi utilizado principalmente o Illustrator, pela facilidade de criação de vetores, já o Photoshop entrou para a experimentação de elementos e formas gráficas.

Com as letras em formato vetorial ficou mais acessível as possibilidades de testar efeitos com diferentes elementos gráficos.

2.4.1 O Ser:

A partir da escolha do ser com letras mais autênticas e que cada uma tivesse a sua individualidade, após a vetorização foram testados alguns ajustes em cada uma delas. Quando testados os primeiros esboços, foi constatado pela autora que a utilização de texturas específicas dentro das letras poderia prejudicar a legibilidade. Porém, como ser é uma palavra com apenas três letras, facilitou a elaboração e a utilização de texturas próprias para cada letra, justamente por se tratar de uma palavra menor que as outras duas estéticas, e assim a ampliação seria mais fácil e necessária para fazer sentido com o tamanho das outras palavras. Logo, a possibilidade da criação de texturas. Que representassem cada parte do conceito dessa estética foram possíveis de serem realizadas.

Figura 33: Esboço final do “Ser” vetorizado.

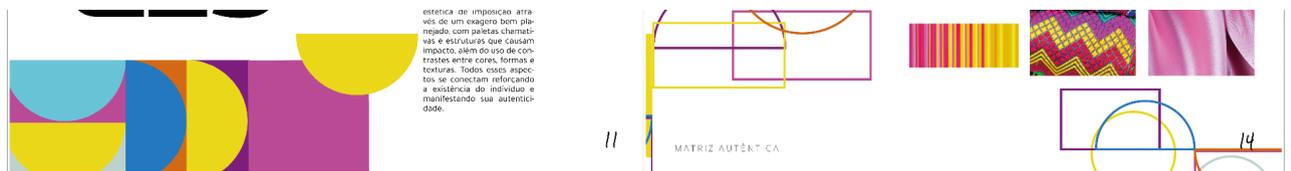


Fonte: a autora.

Descrevendo cada letra, O “S” teve algumas das formas curvilíneas simplificadas, justamente para facilitar na hora da impressão gráfica dos autocolantes. Os espaços negativos no S são propositais, pois assim também é possível se trabalhar outro conceito que justifica a ideia do ser, que é a transparência. A letra “E” continuou trazendo a ideia de ser mais tridimensional, sendo ele uma letra em que a autora decidiu tratar com uma iluminação na coloração, que lembrasse um aspecto inflado. O “R” até então com a ideia de ser construído com triângulos e retângulos não estavam chegando num resultado que fosse satisfatório e harmônico com o resto da composição. Pois por mais que cada letra possui sua autenticidade, era primordial que todas fizessem sentido juntas. Então, a

autora testou outras formas e efeitos na letra. Um dos testes foi de utilizar formas que lembravam os grafismos criados e utilizados para falar da estética do ser no TrendBook. Veja abaixo um exemplo desses grafismos:

Figura 34: Recorte de foto com exemplo dos grafismos criados para expressar a estética SER, retirados do Trendbook da Matriz Autêntica.



Fonte: Rocha, Letícia F. S. Grafismos criados para TrendBook. 2022.

Juntamente a círculos, retângulos e meio círculos, a autora quis fazer um teste sobrepondo os mesmos, utilizando principalmente as linhas apenas com o contorno, para dar a ideia de transparência entre as letras, juntamente com o contraste de formas e também algo que representasse.

Em questão de coloração, a ideia principal foi a utilização de degradês nas letras para passar o conceito de transparência. No “S” o degradê foi melhor trabalhado utilizando cores do briefing, no “E” foi importante focar no efeito de inflado então a iluminação e o degradê foram feitas de modo radial. Já no “R” a quantidade de formas que faziam parte da estrutura juntamente com o degradê acabou ficando muito destoante das outras letras:

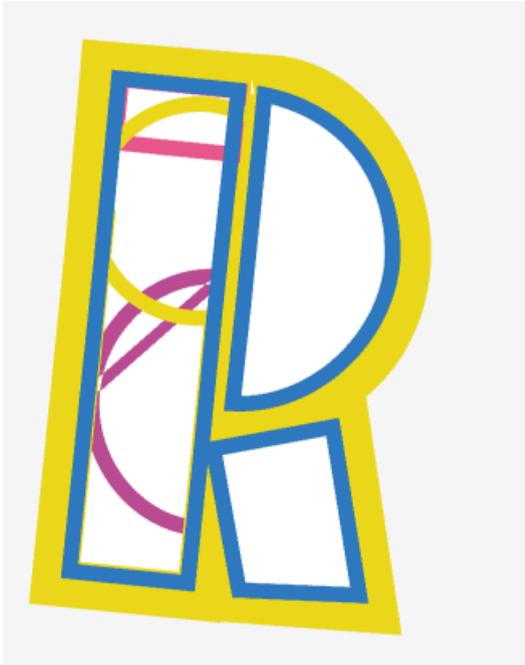
Figura 35: Teste de cores e efeitos no lettering “Ser”.



Fonte: a autora.

Então, uma alternativa para resolver esse problema foi utilizar o branco como fundo para a criação do R. Mantendo a ideia de transparência e contrastes de formas e ainda mantendo a ideia inicial de ter uma estética mais geométrica:

Figura 36: Resultado da letra “R” com a aplicação de grafismos geométricos e fundo branco.



Fonte: a autora.

Para manter uma ideia de composição e junção das letras, de modo que a autenticidade de cada uma não interferisse na sua união. A autora utilizou da criação de retângulos que envolvessem as letras representando uma ideia de colagem. Desse modo, um conceito que envolve toda a Matriz Autêntica de valorização do “feito a mão” foi destacado, onde a percepção é que como cada letra foi “tirada” de algum contexto para criar o ser autêntico. Na figura 37 é possível observar o resultado final do lettering “SER”.

Figura 37: Resultado final do lettering “Ser”.

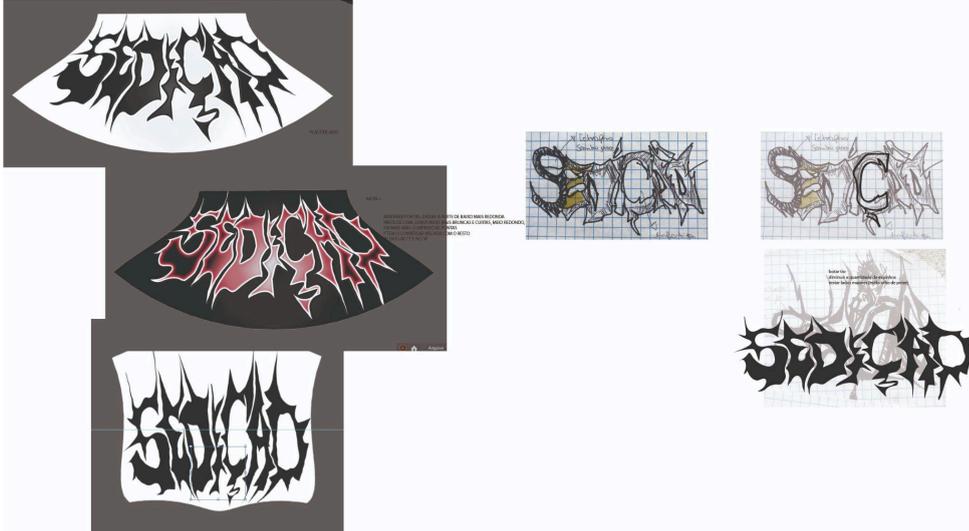


Fonte: a autora.

2.4.2 A Sedição:

Após a vetorização foram realizados alguns testes com as mesmas letras, deformando o tamanho, testando algumas cores, porém, o formato e a grossura das letras ainda não representavam para a autora a ideia pontiaguda e irregular.

Figura 38: Vetorização inicial e testes com primeiro lettering criado para “Sedição”.



Fonte: a autora.

Foi quando, durante uma orientação com a professora Mary, a orientadora, sugeriu que as letras continuassem com um aspecto mais de traço, mais fino, para que carregassem. Esse aspecto de estruturas ornamentais, pontiagudas. No Photoshop a autora utilizou o primeiro lettering vetorizado como referência para criar uma letra mais pontuda trazendo um aspecto manual:

Figura 39: Lettering ajustado para ficar mais pontiagudo e “fino”.



Fonte: a autora.

O esboço chegou a um formato com pontas mais agudas, juntamente com uma ideia de encontrar formas mais “rachadas” e desgastadas. Assim representando melhor os conceitos da estética.

Em relação a coloração, foi testado um degradê para compor dentro das próprias letras a utilização das cores principais do briefing: o vermelho e o preto principalmente, mas o cinza e o verde entraram como secundárias:

Figura 40: Primeiro teste com cores no lettering Sedição.



Fonte: a autora.

Em testes de impressão realizados a autora constatou que o degradê ficava pouco perceptível visto o tamanho das letras num contexto de sticker. Então a ideia da utilização do degradê para trazer as cores da paleta foram transferidas para o fundo. Nas letras fui criando um degradê com tons de cinza que inicialmente seriam secundários, mas que conseguiu resolver o problema de uso de cor e legibilidade, principalmente pois criar um bom contraste com o fundo:

Figura 41: Teste de cores em lettering “SEDIÇÃO”.



Fonte: a autora.

Também, durante o teste de impressão e criação do Lambe, que será explicado mais adiante, chegou-se à conclusão de que em conjunto com o resultado dos outros Letterings, a SEDIÇÃO se diferenciava muito por ser maior verticalmente que as outras estéticas. Logo para manter uma composição que fizessem sentido pertencer a mesma macro-tendência. Então, a autora decidiu aumentar a horizontalidade e diminuir a altura das letras. Com isso, a espessura do traço também mudou, potencializando as terminações pontiagudas do traço. Na figura 42 é possível observar o resultado final do lettering SEDIÇÃO:

Figura 42: Resultado final do lettering “SEDIÇÃO”.



Fonte: a autora.

2.4.3 A Sinergia:

A Sinergia se manteve fiel ao seu esboço inicial, o mesmo já feito diretamente no âmbito digital, foram feitas algumas modificações no formato das letras para que melhorasse a sua legibilidade segundo a orientação da professora e orientadora Mary.

Figura 43: Esboço final vetorizado “SINERGIA”.



Fonte: a autora.

A autora aproveitou pra perguntar para pessoas do seu ciclo pessoal de diferentes áreas, não apenas do design, para entender quais eram as dificuldades de legibilidade da palavra. O “G” estava sendo confundido com a letra C. A professora Mary sugeriu que aumentasse a curvatura superior do G. Do mesmo modo como o terminal do R poderia não ser tão extenso, para que assim não atrapalhasse o espaçamento de cada letra. Outra importante observação da orientadora foi a necessidade de padronizar os terminais, visto que alguns estavam mais redondos, outros estavam mais pontiagudos. Logo para manter o conceito de formas mais orgânicas a autora manteve-os em formato mais circular.

Figura 44: Lettering “Sinergia” com formas ajustadas .



Fonte: a autora.

Relembrando do briefing os conceitos que caracterizam a sinergia seriam a mistura de materiais, o entrelaçamento, a valorização do feito à mão do manual. Então, a autora testou a criação de um segundo lettering para compor a mesma palavra, e que comportasse o conceito de mistura de materiais. O lettering em questão foi criado digitalmente com a mão esquerda, de uma maneira mais solta.

Figura 45: Lettering criado com a mão esquerda para a realização de testes de composição.



Fonte: a autora.

Após a sua criação foi testado a possibilidade de junção dos letterings, porém por mais que transmitisse o conceito desejado, a autora concluiu que não chegou a ter muito destaque e acabou ficando um pouco confuso visualmente:

Figura 46: Teste de junção de letterings:



Fonte: a autora.

Figura 47: Teste de junção de letterings mais contorno com pincel diferenciado.



Fonte: a autora.

Uma tentativa também testada nesse momento foi de reforçar a ideia do conceito manual, foi a utilização de um contorno das letras com um pincel que possuía uma textura mais irregular parecendo um “grafite” de lápis.

Outro conceito que ainda não havia sido resolvido era a ideia de entrelaçamento, foi onde a autora decidiu utilizar do mesmo pincel para adicionar detalhes, como o acento no i, que atravessa toda a letra e ainda assim não tira o destaque da palavra principal.

Figura 48: Teste da utilização de pincel diferenciado no contorno das letras e acentos no “i”.



Fonte: a autora.

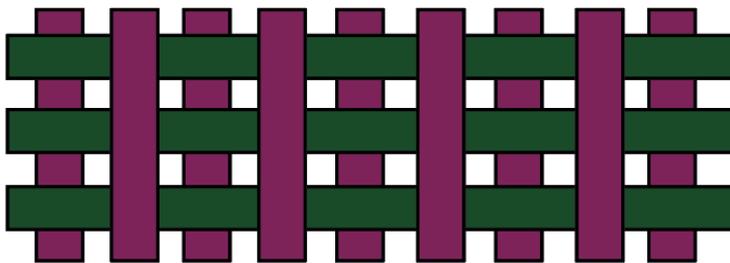
Ainda assim, a autora sentia que faltava uma maior visibilidade desses dois conceitos de entrelaçamento e de mistura de materiais que se fazem tão relevantes para definir a Sinergia. Logo, revisitando os materiais criados para a macrotendência em questão a “Matriz Autêntica” no projeto de pesquisa de tendências de 2022, a autora utilizou como referência a bolsa criada como “capa” para o Trend Book físico produzido pelo Designer Ranieri Bona, também autor do projeto (figura 49). Nessa bolsa foi utilizada uma técnica de transagem que a autora reproduziu de uma maneira vetorial (figura 50), utilizando um efeito de tecido, para então fazer parte da composição do fundo. Acompanhe na figura 51 o resultado final do lettering SINERGIA.

Figura 49: Bolsa criada como capa para o projeto de Pesquisa de Tendência.



Fonte: Bona, Ranieri. 2022. Bolsa para Matriz Autêntica.

Figura 50: Entrelaçamento digital criado para o lettering “Sinergia” a partir da referência utilizada na bolsa da Matriz Autêntica.



Fonte: a autora.

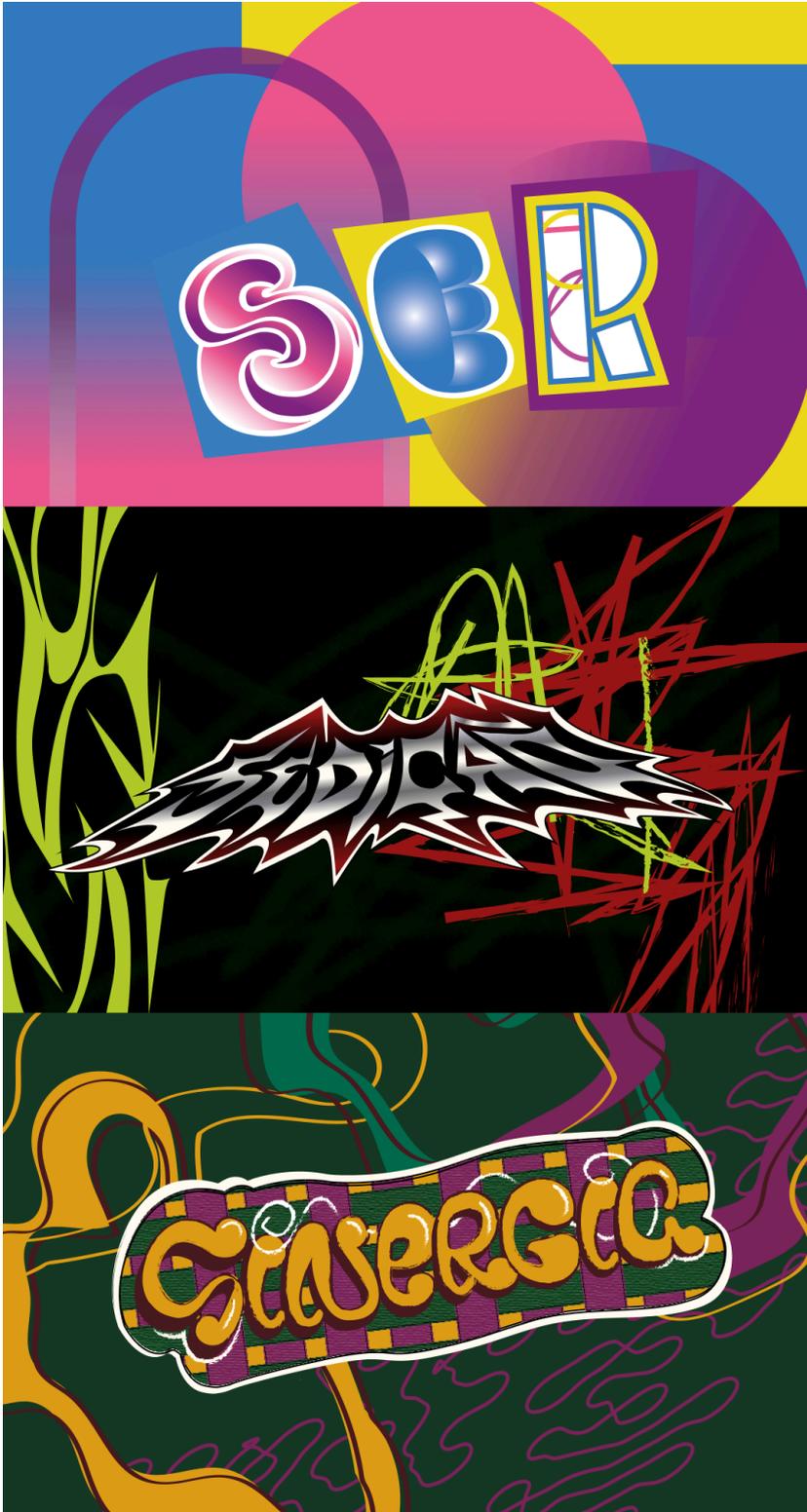
Figura 51: Resultado final da palavra Sinergia.



Fonte: a autora.

Após a criação dos letterings, a autora criou também uma composição digital dos três letterings em conjunto com os grafismos criados para o TrendBook no semestre de 2022. Onde é possível perceber as estéticas juntas suas semelhanças e diferenças (figura 53):

Figura 52: Composição digital do resultado dos letterings criados para cada estética em conjunto com os grafismos desenvolvidos para cada uma no projeto de 2022:



Fonte: a autora.

2.5. Implementação:

Como mencionado anteriormente a escolha de aplicação da autora tem origem na sua participação no projeto de extensão Design UFSC Convida, realizado no primeiro semestre de 2023. O primeiro evento do projeto contou com a participação de diversos artistas da grande Florianópolis e de outras regiões do país. Durante o evento foram realizadas diversas atividades conectando membros da cultura do Graffiti e da Arte de Rua junto a estudantes dos cursos do centro de comunicação e expressão da Universidade Federal de Santa Catarina.

A Intervenção urbana é um termo utilizado para se referir a uma expressão da arte contemporânea executada em espaços públicos. Essa forma de arte busca desafiar e modificar a vida cotidiana da cidade, frequentemente envolvendo os passantes como participantes ativos da obra.

Possuindo um caráter efêmero a ideia de permanecer na rua por tempo indeterminado de modo que possa ser entendida, antes que de algum jeito apagada, intervenções urbanas utilizando a arte oferecem uma casualidade. Onde rompem as barreiras com diferentes públicos, dando voz a interpretação e participação na vida cotidiana de uma maioria.

O que o graffiti e a arte de rua têm em comum é o poder de dar visibilidade a artistas do cotidiano. Resumidamente a arte de grafitar e deixar sua marca em espaços públicos tem o poder de dar voz a quem numa grande maioria não teria espaço em instituições, galerias e ambientes privados. Com um caráter subversivo, essas intervenções buscam promover provocações e confrontos diretos com os passantes.

Durante o evento foi possível aprender mais sobre o impacto que intervenções urbanas podem causar reflexões no dia a dia de diferentes pessoas.

2.5.1 Sticker

Possuindo uma fácil e rápida aplicação, a escolha da autora partiu da ideia de classificar no cotidiano, com a utilização de stickers, as características das diferentes estéticas apresentadas nesse projeto. Ao ver formas desgastadas ou pontiagudas, juntamente com cores escuras e texturas ásperas, por exemplo, seria um lugar perfeito para colar um autocolante da Sedição.

A ideia de espalhar esses stickers pela cidade correspondem à relação de mostrar que a Matriz Autêntica está acontecendo e que se bem observada nos detalhes da vida urbana é possível encontrar provas da veracidade dessa macrotendência.

O aumento do acesso a essas estéticas está relacionado diretamente a conceitos da Matriz Autêntica, como o coletivo, juntamente com o caráter subversivo e contra cultural causando se encaixa com outros conceitos enfatizados na mesma como o incômodo e principalmente por possuir uma interpretação própria não tem como ser mais autêntico.

Um interesse da autora inicialmente seria a distribuição desses sticker após a apresentação do seguinte projeto, para que o público após entendimento dessas estéticas pudesse julgar no dia a dia espaços, intervenções, objetos entre outras superfícies que apresentassem essas características.

Porém como a ideia é ir além de um público específico, somente os avaliadores e público da apresentação desse projeto acabaria ficando muito restrito a interpretações, principalmente sobre o entendimento do todo em questão. Por isso foi pensando na criação de um cartaz em formato de lambe-lambe como apoio, com o intuito de ser colocado próximo às classificações por stickers, possuindo um tom de reflexão onde a ideia de que a Matriz Autêntica está sendo vivenciada, ficaria exposta juntamente a uma explicação sobre ela.

Desse modo os cartazes poderiam complementar a ação de entendimento sobre os letterings criados em formato de stickers.

2.5.2 Produção dos Stickers

Os principais requisitos para a criação dos stickers foram decididos justamente por se tratar de um tamanho menor. Era necessário possuir uma boa legibilidade, com um fundo contrastante também foi pensado em cada uma justamente para auxiliar na leitura, por ser feita muitas vezes a distância. Porém se visto mais de perto seria possível observar com mais clareza os detalhes pensados para composição dos letterings.

Foi realizado um teste de impressão pela autora onde foram criados letterings de 11 a 6 centímetros. Média de tamanho que a autora identificou dos sticker observados desde o início do processo de pesquisa. Uma observação é que no caso do lettering da Sedição, foram usadas diferentes alternativas para testar a legibilidade de cada um, inclusive foi nesse momento que a autora identificou a necessidade de expandi-lo horizontalmente como mencionada anteriormente. Acompanhe na figura 53 o teste de impressão realizado:

Figura 53: Testes de impressão e tamanhos de stickers.



Fonte: a autora.

Devido a uma maior diferença de largura do SER em relação às outras estéticas por se tratar de uma palavra menor, foi necessário chegar numa medida que deixasse o sticker proporcional a largura das outras, justamente por que se todos fossem do mesmo tamanho o SER ficaria com as letras muito maiores. Então após alguns testes as

medidas escolhidas foram de 9 centímetros para a SEDIÇÃO e a SINERGIA e 7 centímetros para o SER.

Em relação a formatação dos arquivos enviados para a gráfica foi necessário que os vetores de cada lettering fossem enviados em arquivos separados. Com todos os elementos criados já agrupados entre si. E também com a configuração de cores em CMYK, ideal para a impressão. Uma dúvida era quanto à margem de corte de cada adesivo, se era necessário criá-lá. Porém após pesquisas de orçamento a autora constatou que o serviço prestado de impressão de adesivos na maioria das vezes já realiza o recorte dos adesivos respeitando e contornando sua forma

Foram realizados orçamentos em diferentes gráficas da região de Navegantes em Santa Catarina, a cidade onde a autora finalizou a produção desse projeto. Todos os orçamentos possuem um valor parecido quanto a quantidade e tipo de material e são contabilizados pela quantidade do metro quadrado. A escolhida foi a gráfica “Time Impress”, onde o valor cobrado por metro quadrado era de R\$130,00 o metro. O critério de escolha da autora foi a partir do tempo de produção, onde os adesivos levaram dois dias para ficar prontos, enquanto outros lugares pediam até uma semana para realização. Ao todo, em um metro quadrado, coube 297 adesivos 99 de cada estética.

2.5.2 Lambe

Como mencionado, a ideia de criação do lambe surgiu com a possibilidade de ser um apoio para os sticker. Inicialmente seriam utilizadas as mesmas cores dos letterings criados, porém, em uma orientação com a professora Mary, constatou-se que a utilização de uma quantidade de cores diferentes no Lambe poderia gerar um custo muito alto para a sua produção, o que acabaria por fugir de uma das ideias principais do Lambe, que é ser acessível para impressão e justamente para poder ser feito em quantidade.

A outra opção seria restringir algumas cores e efeitos para criar um caráter serigráfico e repetir essas cores. Porém, para isso precisaria ser criado um quadro serigráfico para cada lettering, o que teria um custo mais alto, além de que não seria possível reproduzir alguns efeitos criados digitalmente.

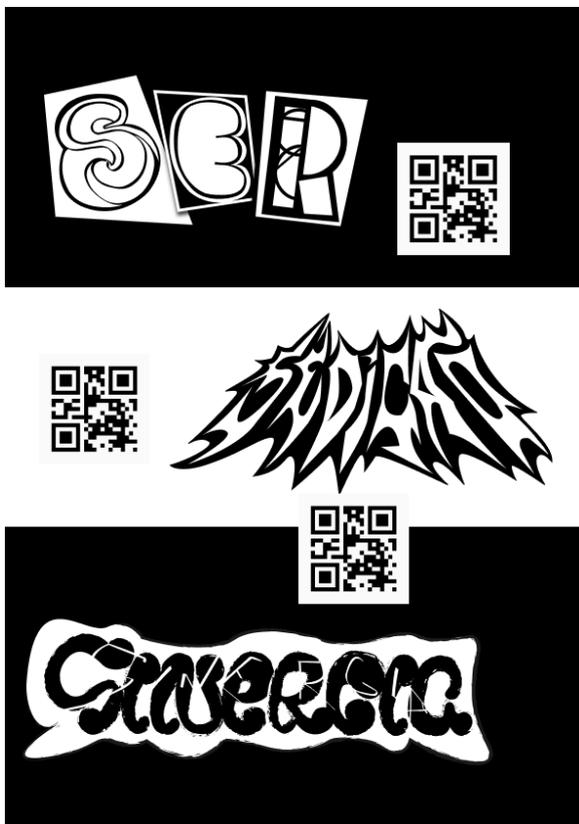
Justamente, por se tratar de um apoio, a sugestão da professora Mary seria a utilização dessas formas sem as cores originais, desse modo a silhueta de cada lettering foi feita na forma negativa assim exacerbando principalmente as formas e a diferença de cada uma delas. E baixando o custo da impressão por ser em preto e branco.

Figura 54: Primeiro teste com silhuetas dos letterings criados pela autora.



Fonte: a autora.

Figura 55: Segundo teste com silhuetas dos letterings criados pela autora, agora com a aplicação de espaços para o QR Code com informações.



Fonte: a autora.

Figura 56: Terceiro teste de diagramação com silhuetas dos letterings criados pela autora, agora com a aplicação de espaços para o QR Code com informações.



Fonte: a autora.

Além da silhueta dos letterings, o lambe também contaria com uma chamada. A frase “Você está vivendo a Matriz Autêntica” juntamente com a ideia da utilização de um QR Code que desse acesso a um perfil no Instagram contendo uma explicação mais detalhada do que seria a Matriz Autêntica, suas estéticas juntamente com a explicação desse processo.

A ideia dessa aplicação seria além de explicativa, uma maneira de registrar onde os sticker foram colados, e pudesse ser agrupado as interpretações e classificações feitas por diferentes pessoas sobre a mesma macro tendência. A ideia do perfil precisaria ser melhor detalhada e explorada para uma aplicação além da delimitada nesse projeto.

Voltando para a diagramação do cartaz após os testes realizados, foi constatado pela autora que horizontalmente as estéticas possuíam maior harmonia e a utilização do QR Code ficaria melhor localizado aproveitando o espaço restante ao lado do “Ser” que possui um tamanho menor.

Figura 57: Ideia final do lambe de apoio para os letterings criados.



Fonte: a autora.

2.5.3 Aplicação dos letterings

Após a impressão dos sticker foi realizada uma saída às ruas para identificar composições visuais que representassem as estéticas SER, SEDIÇÃO E SINERGIA no contexto urbano. Observe nas figuras a seguir a aplicação desses letterings, juntamente com uma breve explicação da escolha de cada classificação

SER:

Figura: 58: Sticker do lettering SER aplicado no contexto urbano na cidade de Florianópolis - SC.



Fonte: a autora.

Figura 59: Sticker do lettering SER aplicado no contexto urbano na cidade de Navegantes - SC.



Fonte: a autora.

Na figura 58 o adesivo do SER destacou a mistura de diferentes formas mostrando o contraste de cores saturadas entre elas. Além de representar muito bem a autenticidade. Na figura 59 já é possível observar que o ser destaca a composição de ícones geométricos contendo até mesmo um elemento com coloração em degradê enfatizando a transparência.

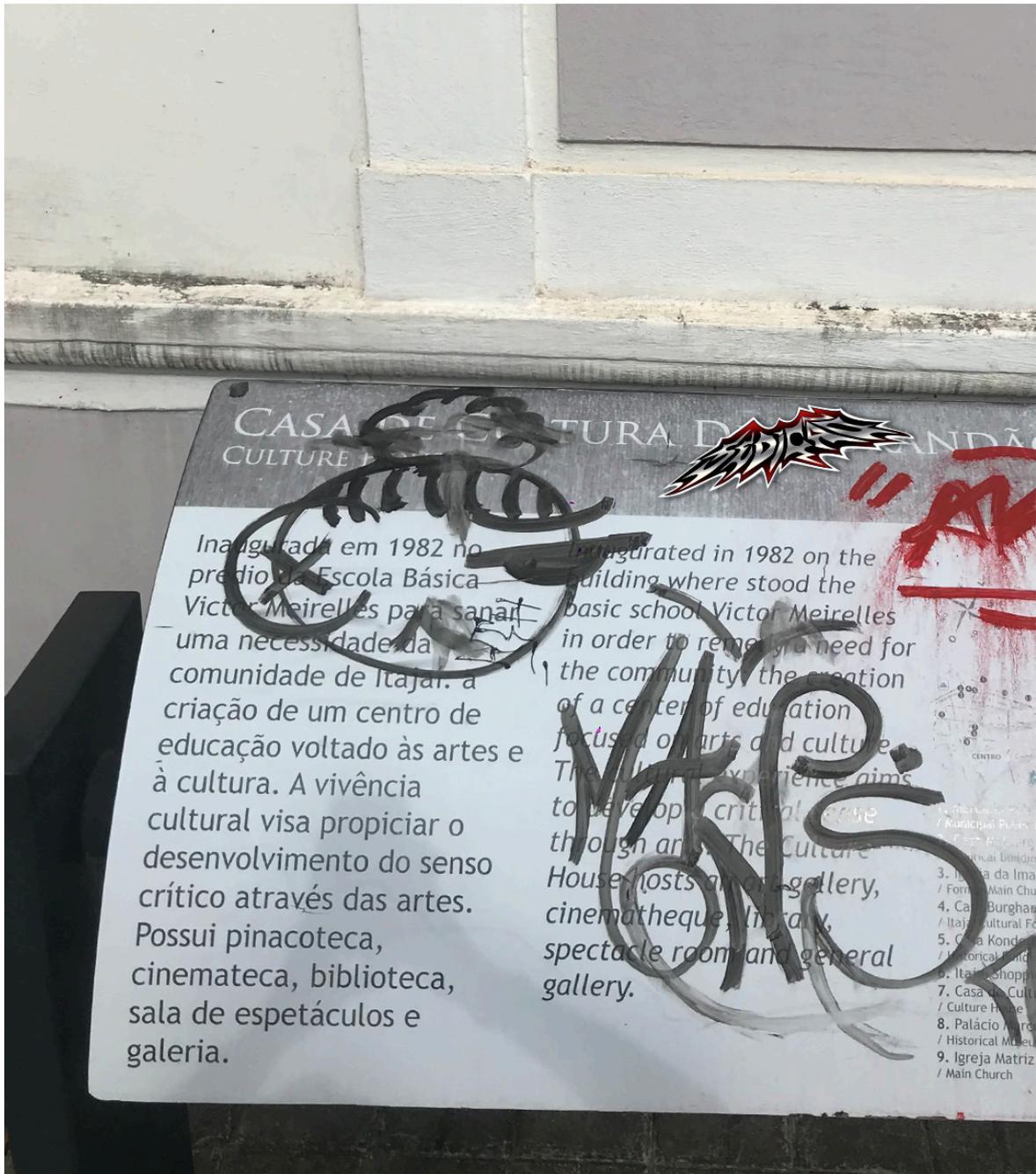
SEDIÇÃO

Figura 60: Sticker do lettering SEDIÇÃO aplicado no contexto urbano na cidade de Florianópolis - SC.



Fonte: a autora

Figura 61: Sticker do lettering SEDIÇÃO aplicado no contexto urbano na cidade de Itajaí-SC.



Fonte: a autora.

Na figura 60 a composição de pixos sobre uma parede de estrutura metálica possuem letras pontiagudas e nas cores da paleta da estética, principalmente o tom de verde que não foi utilizado no lettering criado mas está em destaque na sua composição como cor secundária.

Na figura 61 a escolha da superfície com o do adesivo da SEDIÇÃO destacou o desgaste da estrutura informativa juntamente com a estrutura arquitetônica em questão, além disso os pixos em preto e vermelho ressaltam o sentimento de “revolta” e contracultura, combinados com os tons de cinza que predominam na composição.

SINERGIA:

Figura 62: Sticker do lettering SINERGIA aplicado no contexto urbano na cidade de Balneário Camboriú - SC.



Fonte: a autora.

Figura 63: Sticker do lettering SINERGIA aplicado no contexto urbano na cidade de Florianópolis- SC.



Fonte: a autora.

Na figura 62 o lettering foi colado na vitrine de uma loja que possuía um cartaz que divulgava um evento de marcas locais da região de Balneário Camboriú, enfatizando assim o senso de comunidade através do entrelaçamento de marcas e por se tratar uma valorização do manual e regional enfatizam o conceito de feito a mãe e ancestralidade. Visualmente falando a mistura de materiais é percebida com a junção da ilustração de uma mão apenas com seu contorno em contraste com um lettering com aspecto mais digital. A segunda aplicação (figura 63) a autora colou o adesivo de SINERGIA entre uma intervenção urbana que estava localizada nas árvores da praça do bairro Trindade em Florianópolis, onde destacou-se na composição os conceitos de manual, entrelaçamento, mistura de materiais e também o orgânico. É importante destacar que os ambientes com os letterings onde serão colados não precisam necessariamente atender todos os conceitos de cada estética e sim representar

de alguma forma uma delas, a ideia é ser uma classificação livre e interpretativa de quem estiver com os adesivos. Justamente pela ideia ser de divulgar essas tendências. No caso do lambe é possível utilizá-lo de modo individual ou conjunto com outros do mesmo para formar uma composição e enfatizar a ideia.

Figura 64: Lambe aplicado.



Fonte: a autora.

2.6. Aprender

Com o resultado final do projeto foi possível considerar que ele atendeu os requisitos e expectativas iniciais, visto que foi possível materializar as estéticas da macrotendência mencionada com a criação de letterings e utilizá-los no contexto urbano, podendo atingir uma grande quantidade de diversos tipos de pessoas. A adaptação da metodologia também ajudou bastante no processo de criação da autora. Sendo possível destacar a utilização da mesa de luz para realização da técnica de camadas, do mesmo modo como a vontade de realizar um projeto com um custo baixo para possível disseminação futura.

Uma ideia futura seria a criação de uma rede onde os usuários poderiam trocar. Fotos em locais onde classificaram as estéticas utilizando seus stickers e assim divulgassem nesse perfil no Instagram ou em outra rede social para que aproximasse as visões diferentes mas que se complementam a partir do contexto urbano. Essa seria a função do QR Code que acompanha os lambes de apoio do projeto.

Outra vontade da autora como já mencionado é a distribuição desses sticker para além do ambiente universitário para aumentar o acesso a possibilidade da utilização dessas classificações no ambiente urbano.

3. Referências

AMBROSE, G; HARRIS, P. **Design Thinking**. 1. ed. Londres: AVA Publishing, 2011.

DOWNING, John D. H. **Mídia radical: rebeldia nas comunicações e movimentos sociais**. 2. ed. São Paulo: Senac, 2004.

ESTEVES, R. **O Design Brasileiro de Tipos Digitais: a Configuração de um Campo Profissional**. Edição em português. 1. ed. São Paulo: ABN, 2010.

FLOR, M. **Segredos de Ouro do Lettering**. 1. ed. São Paulo: Gustavo Gili, 2021.

GOMES, R. **Tai Doido: lambe-lambe e design**. 2017. Monografia (Bacharelado) – UFPE - Universidade Federal de Pernambuco – Caruaru. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/31751/1/GOMES%2C%20Rafaela%20Cavalcanti%20Teixeira.pdf> Acesso em: abril 2024.

HISCHE, J. **In Progress**. 1. ed. São Francisco: Chronicle Books, 2015.

MARTINS, F; LIMA, E. **Tipografia não é invisível, é espelho**. DATJournal, v. 1, n. 1, 2016.

MORAIS; ROCHA. **Intervenção Urbana: a liminaridade entre arte e espaço público**. **Revista Ponto de Vista: Nº 8 – Vol.1 Minas Gerais**. 2019.

MORAIS; SANTOS. **Aqui tem design! Reflexões sobre a percepção do design: proposta de intervenções urbanas interativas**. 2020. TCC (Bacharelado) – Universidade de Brasília – Brasília. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/29701/1/2020_BryanNichollasMoraes_DouglasDosSantos_tcc.pdf

MOTA, Â. **Marcas e arte urbana: Apropriação de street art em estratégias de marketing**. 2009. Dissertação (Mestrado) – Iscte - Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2009. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10071/1979>. Acesso em: abril 2024.