

***CARTAZES TIPOGRÁFICOS: EXPLORAÇÃO E REFLEXÃO
EM IMPRESSÕES EFÊMERAS COM TIPOS MÓVEIS COMO
MEIO DE EXPRESSÃO***



Discente: Daniel Esteves Rolo Bracons Ferreira

Orientadores: António Silveira Gomes e Ricardo Santos

**Dissertação para a obtenção do Grau de
Mestrado em Design Gráfico**

**Instituto Politécnico de Leiria
Escola Superior de Arte e Design
Caldas da Rainha, 2024**



Muito obrigado, nomeadamente, aos meus orientadores e docentes António Silveira Gomes e Ricardo Rodrigues dos Santos, pela preocupação, disponibilidade e perseverança, até ao desfecho desta investigação.

A todos os profissionais que participaram no questionário e que contribuíram no desenvolver da pesquisa.

Aos especialistas Inês Caria e Luís Gomes pela prontidão e atenção em ajudar ao desenvolver desta dissertação.

À Beatriz pela motivação e por todo apoio dado em todos os momentos, mesmo os mais difíceis. Incluindo à restante família: Mãe, Irmãos, Tia, Avó e Sogros.

Ao meu querido Pai (1963 – 2019).

Resumo

A presente investigação realiza uma pesquisa da relação do cartaz projetado através da tipografia de caracteres móveis, como objeto de expressão e meio de intervenção, na prática do design gráfico de hoje.

O cartaz, continua no nosso tempo a “resistir” às circunstâncias impostas pelas inovações tecnológicas que o afetam como canal de comunicação. As formas de produção gráfica aceleradas e inquietações sociais, conduziram em torno do design, à procura de soluções alternativas mais expressivas na era digital, ainda que remissivas ao legado histórico das artes gráficas da impressão tradicional. Nos últimos anos, a tipografia, enquanto processo de impressão manual, é reavaliada e adotada como uma potencial ferramenta de comunicação e design.

Esta dissertação, concretizada através de informação publicada, de questionários e de um trabalho prático, pretende explorar quais as potencialidades que ainda conferem os recursos tipográficos no design do cartaz, enquanto suporte de transmissão de ideias.

Com o conhecimento obtido, através da reflexão e reinterpretação de todo o percurso da pesquisa, resulta na exploração de um modelo tipográfico (tipo móvel) com atributos modulares, para criar impressões (cartazes) de grandes dimensões de caráter interventivo.

Palavras-chave

Cartaz, Exploração, Reflexão, Impressões, Efêmeras, Expressão, Tipografia, Gráfico, Design

Abstract

The present investigation carries out research into the relationship between the poster designed through letterpress printing, as an object of expression and mean of intervention, in today's graphic design practice.

The poster continues in our time to “resist” the circumstances imposed by the innovations that affect it as a channel of communication. The accelerated forms of graphic production and social unrest lead, around design in digital era, leads to the search for alternative solution that are more expressive, in spite of being reminiscent of the historical legacy of graphic arts of traditional printing. On recent years, manual processes such as letterpress have been reevaluated and adopted as a potential communication and design tool.

This dissertation, carried out through published information, questionnaires and practical work, aims to explore the potential letterpress resources still provide in poster design, as a support for transmitting ideas.

With the knowledge obtained, through reflection and reinterpretation of the entire research path, it results in the exploration of a typographic model (movable type) with modular attributes, to create large-sized prints (posters) of an interventional nature.

Keywords

Poster, Exploration, Reflection, Prints, Ephemera, Expression, Letterpress, Graphic, Design

Glossário

Caráter: Qualquer componente tipográfico que faz parte de uma fonte, seja a letra, o número ou sinal de pontuação.

Carateres móveis: Ou tipos móveis, refere-se aos elementos tipográficos, formado por letras e símbolos em blocos de madeira ou chumbo de alto relevo. Usados para compor as palavras, frases e textos para depois imprimir.

Cartaz: Também chamado de poster, é um suporte geralmente em papel, colocado de forma que possa ser observado nos locais públicos, para divulgar uma informação visualmente.

CNC: Controlo Numérico Computadorizado, é um tipo de máquina de alta precisão de corte e gravação, em materiais como metal ou madeira, com o apoio de sistemas informáticos.

Cromolitografia: Método de produção da litografia, através da qual o desenho é impresso a cores.

Impressor: Técnico que imprime ou trabalha com um prelo de impressão. Este termo também pode designar a oficina tipográfica.

Lambe-Lambe: Cartaz, em geral produzido de forma artesanal de caráter político ou artístico afixado no espaço público, cujo seu nome geralmente, associa-se à própria técnica de colagem dos cartazes na rua.

Litografia: Método de impressão que utiliza uma pedra plana com desenhos criados sobre ela com lápis gorduroso, para ser reproduzido em papel.

Material branco: Peças de metal usadas para fazer o espaçamento entre as palavras na composição com tipos móveis. Estas peças são mais baixas do que a altura das faces do tipo, pelo que não são impressas.

Medium: Canal ou sistema de comunicação para transmitir algum tipo de informação.

Offset: Método de impressão derivado da litografia, no qual a imagem com tinta gravada numa folha de zinco ou alumínio é depois transferida para o papel por meio de um cilindro de borracha.

Prelo: Máquina tipográfica de impressão manual.

Tipografia: Arte e processo de criação na composição e impressão com caracteres de um texto, física ou digitalmente. O objetivo fundamental da tipografia no design gráfico em geral,

é atribuir ordem estrutural e forma à comunicação impressa ou digital. Este termo é utilizado ainda hoje para designar as oficinas tipográficas que imprimem com caracteres móveis.

Tipo: Termo usado para referir as letras de metal ou de madeira (tipos móveis), utilizadas na composição tipográfica para a impressão de textos. Usado igualmente para referir as letras criadas digitalmente. De forma geral refere-se às letras (carateres).

Tipo de Letra Display: Destinada ao uso em grandes corpos de letra, preferencialmente de leitura curta, em vez de corpos de textos extensos.

Índice de Figuras

Fig. 1) Teste de impressão com rolo (imagem do autor). **P. 22**

Fig. 2) Lutero afixa as 95 *Teses*. Adaptado de <https://www.kcet.org/the-history-and-art-of-protest-posters> (Consultado a 26 de mai. 2022). **P. 25**

Fig. 3) Anónimo, cartaz (26,5 x 37,5 cm), *Edital* (1897). Adaptado de Barbosa (2011). **P. 27**

Fig. 4) Vários estilos de letra *display*. Adaptado de Drucker e McVarish (2009). **P. 27**

Fig. 5) Anónimo, cartaz (238 x 117,5 cm), *Men of Color! To Arms!* (1863). Adaptado de <https://letterformarchive.org/shop/strikethrough-typographic-messages-of-protest/> (Consultado a 30 de jun. de 2023). **P. 28**

Fig. 6) Ilia Zdanevich, cartaz, *Soirée du cour à barbe* (1923). Adaptado de Drucker e McVarish (2009). **P. 30**

Fig. 7) Anónimo (Biblioteca do Congresso), fotografia das Sufragistas com cartazes em Londres (S.d.). Adaptado de <https://faktografia.com/2016/04/03/the-poster-remediated/> (Consultado a 1 de abr. de 2023). **P. 31**

Fig. 8) Robin Fior, cartaz (73,5 x 50,9 cm), *Call to action* (1961). Adaptado de Bom (2013). **P. 32**

Fig. 9) Robin Fior, cartaz (76,1 x 50,1 cm), *Mass resistance against Polaris* (1961). Adaptado de Bom (2013). **P. 32**

Fig. 10) Anónimo, cartaz (35,5 x 54,4 cm), *I Am a Man* (1968). Adaptado de <https://educators.aiga.org/beyond-the-bauhaus-i-am-a-man/> (Consultado a 30 de jul. de 2022). **P. 33**

Fig. 11) Anónimo, cartaz *Honor King: End Racism!* (1968). Adaptado de <https://educators.aiga.org/beyond-the-bauhaus-i-am-a-man/> (Consultado a 30 de jul. de 2022). **P. 33**

Fig. 12) Juan Carlos Romero, cartaz (100 x 70 cm), *Violencia* (1973). Adaptado de <https://www.museoreinasofia.es/en/collection/artwork/violencia-violence> (Consultado 27 de jun. 2023). **P. 33**

Fig. 13) Armário com material tipográfico do espaço *Artes e Letras Atelier* (Imagem do autor). **P. 37**

Fig. 14) (Esquerda) Alan Kitching, cartaz (64 x 76 cm), *Why Iraq?* (2003) e (Direita) o jornal. Adaptado de <https://designmcr.com/a-voice-of-sorts> (Consultado a 30 de jun. de 2022). **P. 42**

Fig. 15) Cartazes de protesto no evento *Reverting to Type 2020*, na galeria Standpoint (dez.

2020-fev. 2021). Adaptado de <https://new-north-press.co.uk/project/reverting-to-type-2020-protest-posters/> (Consultado a 10 de fev. de 2021). **P. 43**

Fig. 16) Amos Paul Kennedy Jr., cartaz (110,5 x 76 cm), *Someone Died for Your Right to Vote!* (2018). Adaptado de <https://letterformarchive.org/news/amos-kennedy-jr/#gallery-0-2> (Consultado a 14 de jun. 2021). **P. 45**

Fig. 17) Anthony Burrill & Adams of Rye, cartaz (76 x 56 cm), *Work Hard and Be Nice to People* (2004-2011). Adaptado de <https://collections.vam.ac.uk/item/O1260432/work-hard-and-be-nice-poster-anthony-burrill/> (Consultado a 25 de ago. 2021). **P. 45**

Fig. 18) Composição tipográfica na Gráfica Fidalga (imagem do vídeo *Grafica Fidalga*) (2009). Adaptado de https://www.youtube.com/watch?v=kl5RekPMh_c (Consultado a 10 de out. de 2023). **P. 46**

Fig. 19) Ygor Marotta, cartaz, *Mais Amor Por Favor* (s.d.). Adaptado de <https://maisamorporfavor.com.br/?ref=ygormarotta.com> (Consultado a 22 de out. 2023). **P. 46**

Fig. 20) Sergei Besov, cartaz, *ПРОТИВ (CONTRA)* (2020). Adaptado de <https://www.revertingtotype.com/posters/againstprotest/> (Consultado a 9 de nov. 2022). **P. 47**

Fig. 21) Sergei Besov, intervenção com cartazes (s. d.). Adaptado de <https://www.france24.com/en/live-news/20220608-against-type-russian-print-artist-makes-posters-for-peace> (Consultado a 28 de jun. 2023). **P. 47**

Fig. 22) Antony Dunn trabalha com grupos comunitários em Bradford para ajudar a ampliar vozes. Adaptado de <https://www.bbc.com/news/uk-england-leeds-63348847> (Consultado a 7 de mai. 2023). **P. 48**

Fig. 23) Cada folha contém um letra criada com a combinação de blocos geométricos. Adaptado de <https://www.bbc.com/news/uk-england-leeds-63348847> (Consultado a 7 de mai. 2023). **P. 48**

Fig. 24) Banca de trabalho na oficina de gravura da faculdade ESAD.CR. (imagem do autor). **P. 51**

Fig. 25) Primeiras letras de caixa alta criadas digitalmente (imagem do autor). **P. 54**

Fig. 26) Esquerda: Impressão com tipos de madeira; Direita: Tinta nos tipos após limpeza (imagem do autor). **P. 54**

Fig. 27) Topo: Proposta final das letras de caixa alta; Abaixo: Exemplo das cinco diferentes estruturas de módulos das letras em cores distintas (imagem do autor). **P. 55**

Fig. 28) Grupo de módulos propostos (imagem do autor). **P. 56**

Fig. 29) Exemplo de construção e alteração da letra "R" com módulos (imagem do autor). **P. 56**

Fig. 30) Esquerda: Produção do tipo em corte CNC; Direita: Acabamento manual com lixa (imagem do autor). **P. 57**

Fig. 31) Esquerda: Última impressão, aplicado no tipo três camadas de goma-laca (esquerda) e noutro de verniz (direita) (imagem do autor). **P. 57**

Fig. 32) Direita: Última impressão, aplicado no tipo duas camadas de goma laca e uma de verniz (esquerda) e noutro uma passagem de goma laca e duas de verniz (direita) (imagem do autor). **P. 57**

Fig. 33) Tipos móveis de madeira impermeabilizados (imagem do autor). **P. 58**

Fig. 34) Imagem de publicidade do evento *Youth - Action – Culture Rumo à Democracia Cultural*. Adaptado de <https://portosantocharter.eu/the-2023-conference/press-kit/> (Consultado a 10 de fev. 2024). **P. 59**

Fig. 35) Prelo de provas na oficina ESAD.CR. (imagem do autor). **P. 60**

Fig. 36) Prelo cilíndrico *vandercook* no espaço *Artes e Letras Atelier* (imagem do autor). **P. 60**

Fig. 37) Impressões realizadas no prelo *vandercook* (imagem do autor). **P. 61**

Fig. 38) Processo de troca da composição no prelo de provas (imagem do autor). **P. 61**

Fig. 39) Implementação da prova de conceito na parede com cartazes tipográficos (imagem do autor). **P. 62**

Fig. 40) Duas impressões do cartaz *Qual quer lado!*, uma em papel reciclado A2 (esquerda) e uma em papel jornal A2 (direita) (imagem do autor). **P. 64**

Fig. 41) Impressões separadas em três o cartaz *Revolucionar a mente* em papel reciclado A2 (imagem do autor). **P. 64**

Fig. 42) Impressões separadas em duas o cartaz *Combater a intolerância* em papel *kraft* A2 (imagem do autor). **P. 64**

Fig. 43) Testes de impressão em diferentes papéis no espaço *Artes e Letras Atelier* (imagem do autor). **P. 109**

Fig. 44) Esquerda: Impressão a duas cores no prelo cilíndrico; Direita: Resultados impressos (imagem do autor). **P. 109**

Fig. 45) Composição no prelo cilíndrico após impressões (imagem do autor). **P. 110**

Fig. 46) Processo de impressão no prelo de provas na oficina da ESAD.CR. (imagem do autor). **P. 111**

Fig. 47) Explorações tipográficas em monotípias (imagem do autor). **P. 112**

Fig. 48) Parte 1: Processo de afixação dos cartazes (imagem do autor). **P. 113**

Fig. 49) Parte 2: Processo de afixação dos cartazes (imagem do autor). **P. 114**

Fig. 50) Frente: Mostra dos módulos com o tipo de letra *display* (imagem do autor). **P. 115**

Fig. 51) Traseira: Exemplos de variações do tipo (imagem do autor). **P. 116**

Fig. 52) Explicação do processo de abertura do folheto (imagem do autor). **P. 117**

Índice

Agradecimentos

Resumo

Abstract

Glossário

Índice de Figuras

17	1. Introdução
17	1.1 <i>Enquadramento e Objetivos</i>
19	1.2 <i>Questões de Investigação</i>
19	1.3 <i>Metodologia</i>
23	2. Cartaz: História, Forma e Expressão
23	2.1 <i>Importância de se Chamar Cartaz</i>
25	2.2 <i>Origens do Cartaz (Tipográfico)</i>
29	2.3 <i>Funções no Espaço Público.</i>
30	2.4 <i>O Cartaz Tipográfico como Voz da Sociedade</i>
38	3. Tipografia: Impressão, Design e Comunicação
38	3.1 <i>Design como Comunicação</i>
39	3.2 <i>Tipografia Tradicional e Design Gráfico</i>
43	3.3 <i>Perspetivas Contemporâneas</i>
44	3.4 <i>Do Prelo à Intervenção Gráfica.</i>
52	4. Projeto Prático
52	4.1 <i>Enquadramento Prático</i>
53	4.2 <i>Fase de Desenvolvimento</i>
58	4.3 <i>Fase de Impressão</i>
62	4.4 <i>Reflexão</i>
67	5. Conclusão
70	6. Referências Bibliográficas
72	6.1 <i>Bibliografia</i>
73	6.2 <i>Webgrafia</i>

77	7. Anexos
77	<i>Anexo 1: Questionários</i>
109	<i>Anexo 2: Processo Geral</i>
115	<i>Anexo 3: Folheto Informativo</i>

Todo o cartaz é político
(Ernesto de Sousa, 1977).

1. Introdução

1.1. Enquadramento e Objetivos

Nos últimos anos, o cartaz tipográfico¹ de cariz ideológico², tem vindo a reaparecer de uma forma um pouco marginal, enquanto possível estratégia de comunicação gráfica.

Esta dissertação de cariz histórica e exploratória, visa compreender e procurar quais as contribuições alternativas que confere a tipografia tradicional no design de cartazes, enquanto processo e meio de expressão, na atualidade.

No nosso tempo, as tecnologias digitais cada vez mais presentes e rápidas, exigem o repensar de como é exercida a prática do design gráfico, desde a criação à divulgação. Sobre-tudo, num contexto como os sistemas de produção em série do mercado, promovem para resultados gráficos cada vez mais homogéneos. Simultaneamente, a profissão também é influenciada pelo estado das sociedades globais, alvo de sucessivas situações adversas na vida quotidiana, que despertam nichos de insatisfação.

São estes alguns fatores que inspiram em torno do design gráfico, a procura de soluções gráficas alternativas e visíveis. Uma das possibilidades é o regresso aos processos e técnicas de manufatura tradicionais de impressão e produção, numa reavaliação e reinterpretção das suas particularidades.

Neste caso, verifica-se um interesse crescente pela tipografia tradicional, outrora afastada da produção comercial. Mas, não esquecida por designers e artistas gráficos pelas suas características expressivas metódicas e plásticas.

Os recursos tipográficos são assim explorados como uma potencial ferramenta e estratégia de design, de comunicação e até de intervenção gráfica.

A tipografia, apesar de ser considerada uma tecnologia lenta, é um processo que possibilita maior autonomia e domínio no desenvolver de uma peça gráfica e também uma participação mais pessoal do designer, que assim pode estimular para um maior envolvimento na comunidade, como um agente cultural ativo. Por meio do suporte impresso, através da palavra, aqui o cartaz pelo seu forte caráter persuasivo, continua a reafirma-se perante a sociedade para as mais diversas causas:

Ink is flowing. Current global politics, the challenge of the climate and biodiversity emergencies,

¹ Cartaz impresso ou produzido em tipografia de caracteres móveis.

² Neste caso, abordado de uma forma transversal, entende-se aqui o cartaz comprometido ideologicamente, aquele que revela questões sociais políticas ou culturais, procurando informar, consciencializar ou apelar uma ação ao leitor.

*and the state of the human condition have become catalysts for a printed dialogue. Thought-provoking work, which in its own production celebrates the power of the poster but provides a conduit to the past, is situated uncomfortably in the present. The printed word still resonates with authority, stops people in their tracks, educates, informs and questions (Middleton, 2020, p. 7)*³.

Assim sendo, de forma a compreender e procurar que particularidades únicas atribuem os recursos tipográficos analógicos ao design de cartaz, enquanto objeto de expressão. Tenciona-se aprofundar a história do cartaz, com especial atenção no método de impressão tipográfico, entendendo o cartaz como objeto gráfico e comunicativo.

Pretende-se neste sentido, referenciar exemplos, procurando atributos formais que contribuem para a criação de cartazes impressos em tipografia. Inclusivamente, perceber o valor do cartaz (impresso) na era digital, bem como compreender a importância da resistência da tipografia tradicional.

Para aprofundar esta temática, pretende-se dar a conhecer perspetivas contemporâneas de uma forma mais próxima. Através de praticantes especializados em tipografia de caracteres móveis, sobretudo focados na produção de cartazes de cariz ideológico.

O resultado dos conhecimentos obtidos, através da reflexão e reinterpretação, é reforçado em parte pelo saber considerado empírico⁴. Procura-se através da tipografia tradicional, encontrar diretrizes para desenvolver um modelo tipográfico de cartazes. Tudo com o objetivo de criar mensagens gráficas sobre assuntos do quotidiano e divulgadas no espaço público. Posteriormente, visa-se executar a prova de conceito⁵ numa conjectura momentânea.

Salienta-se, que o estudo do cartaz tipográfico, foi resultado de uma opção pessoal movida por um interesse por objetos de comunicação de carácter efémero e pelo desejo de conhecer melhor a tipografia tradicional, para além das atividades extraescolares⁶.

Existia assim, a vontade de explorar formas de criação e produção gráfica, de forma mais manual para aprender formas alternativas de como pensar, projetar e produzir design, a partir das ferramentas e técnicas menos usuais, com outras expressividade e plasticidade gráfica. E bem assim, para desenvolver conhecimentos e competências teóricas

³ Tradução livre: "A tinta está a fluir. A atual política global, o desafio das emergências climáticas e de biodiversidade, e o estado da condição humana tornaram-se catalisadores para um diálogo impresso. Uma obra instigante, que na sua própria produção celebra o poder do cartaz, mas fornece um canal para o passado, está desconfortavelmente situada no presente. A palavra impressa ainda ressoa com autoridade, para as pessoas no seu caminho, educada, informa e questiona" (Middleton, 2020, p. 7).

⁴ Conhecimento obtido pela experiência, associado aqui ao saber adquirido pela experimentação prática de carácter tátil e intuitivo, ligado ao processo de impressão tipográfico.

⁵ Implementação prática de um projeto, com o propósito de verificar se é operacional.

⁶ Ida à conferência *Hands-On Type* a 17 de set. de 2021 na faculdade ESAD de Matosinhos. Como também, a participação no *workshop* com o Coletivo Homem do Saco no evento *11º Encontro de Tipografia (ou 11ET)*, a 25 de nov. de 2021, na faculdade ESAD.CR., do Politécnico Leiria.

e técnicas, quer a nível pessoal, quer a nível profissional, que favorecessem o pensamento crítico e metódico.

1.2 Questões de Investigação

Tendo em conta o âmbito da presente dissertação, esta propõe responder às seguintes questões:

(1) Como pode a técnica de impressão tipográfica funcionar como uma forma de expressão na era digital?

(2) Que contribuições alternativas esta tecnologia pode ainda conferir no design de cartaz?

1.3 Metodologia

Os procedimentos utilizados neste estudo, desenvolveram-se, maioritariamente numa investigação de cariz qualitativo. Consistindo na recolha de informação, através de obras e de outros materiais relacionados, de forma a compreender, analisar e interpretar os dados.

Nesta pesquisa e ao longo do seu percurso foram efetuados reajustes de forma a melhorar e enriquecer o trabalho.


A presente dissertação é composta por cinco capítulos. Iniciando a investigação teórico-prática, em apresentar no capítulo *Introdução*, a contextualização do tema deste estudo, os objetivos, as questões da pesquisa e a metodologia.

O enquadramento teórico, desenvolve-se com o contexto histórico do cartaz até atualidade, para compreender a natureza deste objeto gráfico e comunicativo no capítulo *Cartaz: História, Forma e Expressão*. Aqui, aprofundando o universo do cartaz para entender o seu conceito, características e a importância atual deste artefacto enquanto canal de expressão. Esta abordagem será focada, sobretudo nos cartazes criados com recurso ao prelo tipográfico ou dos tipos móveis.

Posteriormente, realiza-se o enquadramento mais recente da tipografia tradicional no capítulo *Tipografia: Impressão, Design e Comunicação*. Visa-se entender a relevância atual desta técnica de impressão no design e identificar quais as contribuições que poderá conferir ao cartaz, enquanto instrumento de criação e comunicação gráfica. Pretende-se também, referir as considerações finais dos questionários analisados, dirigidos a um grupo de especialistas e praticantes da impressão tipográfica (designers, artistas e docentes), dentro e fora da temática do cartaz, para obter uma visão mais abrangente da forma de utilização desta tecnologia.

A partir dos conhecimentos obtidos e reflexões ao longo da pesquisa, adota-se uma metodologia intervencionista no capítulo *Projeto Prático*. Propomo-nos desenvolver um modelo tipográfico como diretriz para criar cartazes em grande escala, com o intuito de serem integrados no espaço público para comunicar de uma forma simples assuntos ligados ao quotidiano. Assim ficará aplicada e explorada a prova de conceito, através de um exercício gráfico de cariz experimental numa intervenção.

Por fim, no capítulo da *Conclusão*, realizaram-se as considerações finais desta investigação, e são expostas as conclusões do estudo, em resposta às questões formuladas, com as limitações encontradas e, apontadas recomendações para futuros trabalhos.



“O cartaz persiste ainda hoje como meio de divulgação, continuando a interessar não apenas aqueles que fazem do seu desenho a sua profissão. Um interesse que se explica talvez pela sua aparente simplicidade, um desafio de síntese onde se mistura informação e poética. Mas talvez por se tratar também de um meio que comunica no contexto da rua e que por ironia teve um lado bastante democrático enquanto a ‘afixação selvagem’ era permitida.”

(Ramalho & Rebelo, 2016, p. 9).

2. Cartaz: História, Forma e Expressão

2.1 A Importância de se Chamar Cartaz

A abordagem sobre a origem da palavra e da definição do que é um cartaz, remete para uma compreensão das suas características enquanto artefacto. Aqui, com intuito de explorar os principais atributos formais e conceptuais que reforçam o uso deste meio de comunicação no futuro.

A palavra cartaz, abrange “um conjunto de vocábulos com antecedentes etimológicos que, de alguma forma, se prendem não só com conceitos da comunicação, mas também com exposição pública” (Barbosa, 2011, p. 119). A designação “cartaz” deriva assim de termos próximo da ideia de carta⁷.

O papel⁸ como material, surge também no significado e nas letras iniciais que formam a palavra cartaz (cart), que significa folha, carta e outros documentos escritos (Barbosa 2011, p. 138). Traduzindo para outras línguas, evidencia relações com a ideia de afixar, como *affiche* em francês e *poster* em inglês, reforçando a noção do seu destino público.

Com estas primeiras descrições, considera-se que a origem da ideia do nome de cartaz, relacionava-se com objetos de comunicação, onde era registada a informação de interesse comum e afixada em público. Uma ideia que reforça a génese do cartaz enquanto “carta pública”⁹. Os valores de informar e de afixar publicamente, reforçam a forma e a utilização do cartaz no exercício prático.

Na língua portuguesa as palavras “cartaz” e “poster”, em geral, definem-se como sendo o mesmo e, o último termo pode sugerir uma função só decorativa¹⁰. Porém, a definição de algo é condicionada pelas formas do uso que se fez ao longo do tempo. Assim, em *Histórias Críticas*, Mário Moura (2015, para. 6) afirma recorrendo a Susan Sontag, não existir definições puras de como é um poster, na medida que os posters circularam por múltiplos usos e muitas vezes acumulando-se no mesmo objeto. Referindo ainda Barbosa (2011, p. 145),

⁷ Tese de Doutoramento, *Uma História do Design do Cartaz Português do Século XVII ao Século XX* de Helena Barbosa (2011, p. 121), cartaz provém do latim (*charta, chartae, carta e cartae*), do grego (*chártés, khártés e kártes*) e do árabe (*qirtás, qartás e qartáz*).

⁸ Um meio de excelência para comunicar informação caracterizado como suporte de eleição para imprimir cartazes pelo seu material flexível e económico, surge na China c. 105 por Tsai-Lun (Barbosa, 2011, p. 149).

⁹ Ideia alusiva no nomeado ser o mais antigo registo do termo cartaz, do início do séc. XVIII, no *Vocabulário Português e Latino* de Raphael Bluteau (1712), segundo Barbosa (2011, p. 127) este artefacto fazia sobretudo uma função informativa.

¹⁰ “A recente voga de utilização de cartazes grandes ou pequenos enquanto obras de arte ou elementos decorativos no interior de um apartamento – os *posters* – ilustra claramente o novo papel puramente estético do cartaz que não é feito nem para a propaganda, nem para a publicidade, mas existe em si e representa um objeto de arte ‘multiplicado’ (Moles, 1969, p. 234).

que o conceito cartaz é de uma natureza complexa porque extravasa de forma concreta a sua própria definição.

Nestas ambiguidades de circulação, as paredes são locais eleitos de afixação de cartazes, através do suporte papel ideal pelos seus atributos formais. Achou-se pertinente aplicar, a futura prova de conceito numa parede, para observar de uma forma mais consistente os resultados gráficos e comunicativos.

Apesar das divergentes opiniões como é um cartaz, em geral este define-se pela sua forma e função (Timmers, 1998, p. 7). Conhecido, pela bidimensionalidade do seu suporte, sobre o qual se escreve, pinta ou imprime para anunciar algo e afixado num local público (Ramalho & Rebelo, 2016, p. 9). Pelo que cartaz enquanto canal, deve ser hábil em comunicar o seu conteúdo de forma rápida e fácil (Godlewsky, 2008, p. 300), para que “inform, stimulate, activate, mobilize, expound, query, provoke, motivate or convince – or all these things” (Müller-Brockmann & Yoshikawa, 1971, p. 12)¹¹.

Harold F. Hutchinson (1968), descreve e reúne vários consensos das principais características do cartaz, tanto na sua constituição física bem como na sua dimensão comunicativa:

A poster is essentially a large announcement, usually with a pictorial element, usually printed on paper and usually displayed on a wall or billboard to the general public. Its purpose is to draw attention to whatever an advertiser is trying to promote and to impress some message on the passer-by. The visual or pictorial element provides the initial attraction – and it must be striking enough to catch the eye of the passer-by and to overcome the counter-attractions of the other posters, and it usually needs a supplementary verbal message which follows up and amplifies the pictorial theme. The large size of most posters enables this verbal message to be read clearly at a distance (cit. por Sontag, 1970, p. 197)¹².

O fator da dimensão acima referido, o formato grande que permite a leitura clara e rápida da mensagem verbal, através da palavra, é um aspeto a ser explorado na parte prática.

¹¹ Tradução livre: “informa, estimula, ativa, mobiliza, expõe, questiona, provoca, motiva ou convence – ou todas estas coisas” (Müller-Brockmann & Yoshikawa, 1971, p. 12)

¹² Tradução livre: “O cartaz é essencialmente um grande anúncio, normalmente com um elemento pictórico, normalmente impresso em papel e normalmente exibido numa parede ou outdoor para o público em geral. O seu propósito é chamar a atenção para tudo o que um anunciante está a tentar promover e impressionar alguma mensagem ao transeunte. O elemento visual ou pictórico proporciona a atração inicial – e deve ser suficientemente marcante para chamar a atenção do transeunte e superar a atração de outros cartazes, e normalmente necessita de uma mensagem verbal suplementar que acompanhe e amplie o tema pictórico. A grande dimensão da maioria dos cartazes, permite que a mensagem verbal seja lida claramente à distância” (cit. por Sontag, 1970, p. 197).

2.2 Origens do Cartaz (Tipográfico)

A partir da evolução histórica do cartaz, sobretudo impresso em tipografia, pretendemos realçar as estratégias gráficas e comunicativas que irão influir na criação de cartazes.

Em *What is a poster?* de Angelina Lippert (2017), refere não se saber a origem definitiva de quando ou onde apareceu o primeiro cartaz. Todavia, os primeiros cartazes impressos eram em tipografia¹³, coadjuvando-se as vezes, o uso de imagem em xilogravura¹⁴ (Hollis, 1994, p. 11).

Nesta fase inicial do cartaz, no séc. XV, espelhava a forma do seu antecessor, o aviso público. Remontando às comunicações de interesse comum (editais, proclamações, notícias e anúncios), numa folha impressa num só lado (*printed broadside*), tendo um caráter informativo e efêmero. Porém, segundo Andrew Blauvelt (2011, p. 93), esse papel de proclamação acabará por ser suplantado pelo jornal, fruto da democratização da imprensa.

Entretanto, este formato já era adotado para agitação social. Como a Reforma Protestante de Martinho Lutero (1483-1546), afixaram nas portas das igrejas as *95 Teses* (Fig. 2), um protesto que dividiu a religião. Ponderado por James Daichendt (2017) em *The History and Art of Protest Posters*, o “cartaz” provou ser uma forte ferramenta para ampliar a voz de uma pessoa.



Fig. 2) Martinho Lutero afixa as 95 teses.

O que reforça a ideia de que a ação de anunciar numa folha afixada publicamente, torna mais influente a informação a transmitir.

¹³ Técnica de impressão de alto relevo, que utiliza caracteres móveis de chumbo ou de madeira, cujas letras que formam as palavras, através do prelo imprime-se os textos ou imagens ao ser prensado no papel, este sistema foi desenvolvido e aperfeiçoado por volta de 1440, pelo alemão Johannes Gutenberg (s.d.-1468).

¹⁴ Técnica de gravação de imagens na madeira para imprimir parecido ao carimbo, surge no Oriente em 868.

Após o advento da litografia¹⁵ (1798) e da cromolitografia¹⁶ (1827), que permitiu aumentar as tiragens, economizar nos custos, difundir a imagem e da cor, surge o cartaz moderno o mais próximo de como conhecemos hoje (Samara & Baptista, 2010, p. 9), um produto da Revolução Industrial (1760-1820/40) (Guffey, 2015, p. 41-42).

A impressão litográfica, que permitiu a criação dos cartazes ilustrados, desenvolveu novas dimensões visuais, referindo Susan Sontag (1970, p. 200) que o cartaz nasceu do impulso estético. A autora caracteriza o cartaz salientando as diferenças do seu antecessor o aviso público, comparando-os enquanto objetos gráficos e comunicativos:

A public notices aims to inform or command. A poster aims to seduce, to exhort, to sell, to educate, to convince, to appeal. Whereas a public notice distributes information to interested or alert citizens, a poster reaches out to grab those who might otherwise pass it by. A public notice posted on a wall is passive, requiring that the spectator present himself before it to read what is written. A poster claims attention – at a distance. It is visually aggressive (Sontag, 1970, p. 196)¹⁷.

A informação expressa no aviso através da palavra, tem um forte caráter de ordem, pretendendo ser valorizado enquanto parte do discurso gráfico para o cartaz. No artigo *Authoritative! Sensational! History of the Public Notice* de Steven Heller (2016), para Maurice Rickards (1973) o aviso público é uma autoridade produzida em massa, representando-se como a extensão do poder do governante, que expressa as intensas forças sociais.

Todavia, como afirmam Samara e Baptista (2010, p. 9), o cartaz no início do séc. XIX, ainda seguia a forma do edital, composto sobretudo por texto e uso da imagem era rara. Em geral, a mensagem a transmitir tinha muita informação. Este cartaz português (Fig. 3) representa a forma de comunicação feita da época (Barbosa, 2011, p. 258).

Conforme Lupton (2010, p. 23), a industrialização fez expandir a comunicação publicitária do séc. XIX, exigindo novos géneros de tipografia, como tipos grandes e robustos. Alterando a letra na sua altura, largura, distorcer, engordar e adicionar florações (Fig. 4). Estes designados como tipos *display*, são usados para hierarquizar o design, com novos tamanhos e formas das letras, os cartazes adotaram um novo grafismo.

¹⁵ Técnica de impressão baseada na marcação de desenhos numa pedra plana, cuja aplicação de tinta nessa superfície imprime a imagem, inventada por Alois Senefelder (1771-1834).

¹⁶ Método de impressão pertencente à litografia, no qual a imagem é produzida com cores.

¹⁷ Tradução livre: "O aviso público pretende informar ou comandar. O cartaz pretende seduzir, exortar, vender, educar, convencer, apelar. Enquanto o aviso público distribui informação aos cidadãos interessados ou alertá-los, o cartaz alcança aqueles que, de outra forma, poderiam passar despercebidos. O aviso público afixado na parede é passivo, exigindo que o espectador se apresente diante dele para ler o que está escrito. O cartaz chama a atenção – à distância. É visualmente agressivo" (Sontag, 1970, p. 196).

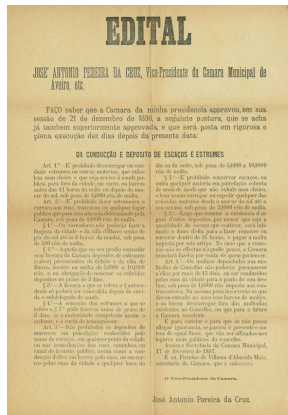


Fig. 3) Anônimo, cartaz (26,5 x 37,5 cm), *Edital* (1897).

Os tipos *display* ofereceram novas dimensões estéticas e gráficas ao cartaz impresso em tipografia. Surgindo novas tipologias de letras, como as *fat faces* (1803), grotescas (1816) e egípcias ou serifas retas (*slab-serif*) (1817) e mais tarde as versões decorativas com advento do pantógrafo¹⁸ (1828), utilizados estes tipos a partir das seis polegadas em cartazes para exibição pública (Drucker & McVarish, 2009, pp. 132-133). Considerando Eskilson (2007, pp. 24-25), as letras grotescas foram das invenções mais influentes que permanecem ainda hoje, pelo seu bom funcionar em grandes escalas e pela forma eficaz para divulgar afirmações robustas.



Fig. 4) Vários estilos de letras *display*.

¹⁸ Na década de 1820, Darius Wells (1800-1875) desenvolveu o pantógrafo combinado com a fresa, que permitiu a produção em massa de tipos de madeira (Eskilson, 2007, pp. 25). A madeira enquanto material leve, econômico e flexível face ao chumbo, facilita a criação de letras de grandes dimensões, um recurso coerente a ser adotado no futuro trabalho.

Nas pesquisas efetuadas e nos testes feitos nos cartazes tipográficos, na prova de conceito, chegou-se à conclusão de que o tamanho escolhido para a exibição pública não deverá ser abaixo de seis polegadas e a letra a desenvolver será uma grotesca pela sua eficácia de comunicação em grande escala.

Nesta época, alguns cartazes terão um discurso visual eclético, semelhante à aparência do aviso, evoluindo depois para composições com misturas mais elaboradas. Como exemplo, o anúncio de recrutamento militar, apelava aos homens negros que lutem para ganhar a sua liberdade (Fig. 5), em *Strikethrough: Typographic Messages of Protest* de Silas Munro (2022).

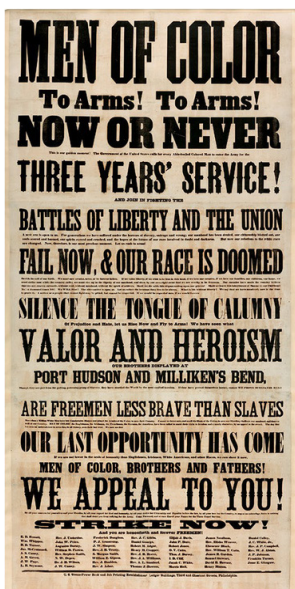


Fig. 5) Anônimo, cartaz (238 x 117,5 cm), *Men of Color! To Arms!* (1863).

Contudo, os cartazes tipográficos começaram a declinar gradualmente no final do séc. XIX. Conforme Lippert (2017) a partir de 1870, a litografia a cores (ou cromolitografia) populariza-se e Jules Chéret (1836-1933), é considerado dos primeiros artistas a mostrar o potencial desta tecnologia no mundo da publicidade e apelidado ser *O Pai do Cartaz*.

Numa perspectiva do design de cartaz, Moles (1969, p. 47) refere como atributos da tipografia, sobre a legibilidade a grande distância em visão rápida, bem como a unicidade e simplicidade dos argumentos empregues.

Estas ideias foram consideradas importantes para a prova de conceito, traduzidas no uso de poucas palavras no cartaz, tendo um cariz redutivo. Através da redução no número de tipos a usar na composição tipográfica para a leitura ser breve e impactante.

2.3 Funções no Espaço Público

A presença do cartaz no ambiente público, revela funções pertinentes que se irão reforçar na implementação prática, visto que, “um dos mais importantes aspetos do cartaz é o seu papel e seu lugar na cidade” (Moles, 1969, p. 219).

Na obra *Que Força É Essa* de Helena Sofia Silva (2019), José Bártolo refere Charles Peirce (1839-1914) que definia política no final do séc. XIX, como *folha-mundo*¹⁹. Esta analogia do papel revela um valor de cunho político, aludindo ao cartaz enquanto objeto democrático.

Para Moles (1969, pp. 53-57), o cartaz desempenha seis funções na cidade: A função informação, o cartaz transmite uma mensagem explícita. Enquanto a função convencer ou seduzir, liga-se à propaganda ou publicidade, e foca-se na comunicação persuasiva. A função educadora, o leitor torna-se autodidata, ao conhecer regras, valores e objetos da cultura em que se insere, através do cartaz. A função ambiência, o cartaz transforma a paisagem urbana e recria os espaços públicos. A função estética, liga-se à técnica de criação do cartaz associado à componente artística, podendo transcender o campo semântico da mensagem. A função criadora, o cartaz como mecanismo publicitário é um criador de desejos que os transforma em necessidades consumistas, incluído também, um outro propósito de interesse social, a da criação artística absoluta, valorizando os cartazes enquanto objetos de uma iconoteca cultural.

Guffey (2015, p. 13), afirma que no espaço público os cartazes funcionaram como uma aula aberta, ensinando as pessoas lições de estética ou democracia. Assim sendo, o cartaz que revela ter um cunho educativo, reforça a sua utilização no meio público, intervindo e modificando, numa espécie de campanha de consciencialização social²⁰.

Parte da eficácia do cartaz no espaço público, deriva da sua força de atrair e reter a atenção do leitor, através dos seus aspetos gráficos, plásticos e estéticos.

A retenção, para Moles (1969, p. 69), traduz-se também num fenómeno essencial da perceção do cartaz, a repetição.

Ou seja, a frequência da colocação do cartaz, aumenta a probabilidade de o público absorver a informação. Daí o projeto irá ter este aspeto em consideração, o de usar a repetição como elemento de reforço da mensagem, explorando a sua forma de afixação.

¹⁹ No qual, “qualquer cidadão tinha o poder de inscrever o seu discurso, traçar o seu desenho, expressar uma possível reconfiguração de um mundo entendido como suscetível de ser modificado” (Bártolo, 2019, p. 15).

²⁰ Uma abordagem colocada em prática durante o evento *The Youth Action Culture – Towards Cultural Democracy*, com mensagens que promovem e transmitem ao cidadão os valores da democracia cultural (ver no capítulo: 4. *Projeto Prático*).

2.4 O Cartaz Tipográfico como Voz da Sociedade

Ernesto de Sousa (1921-1988), ao refletir acerca das potencialidades das artes gráficas, conforme o artigo *Todo o cartaz é político* (2015), nomeia o cartaz enquanto *medium* privilegiado ao serviço da criatividade e da democracia, pela sua capacidade de síntese e de recepção ampla por parte do público. O cartaz é assim ponderado como um formato característico para a liberdade comunicativa e criativa, um manifesto de fácil criação e rápida produção.

Os artistas vanguardistas nos anos de 1910, adotam as técnicas publicitárias para promover seus princípios estéticos (Drucker & McVarish, 2009, p. 207). Assim a tipografia, para David Jury (2011, p. 63), foi um recurso ideal para mostrar a rejeição de todas as formas de comunicação estabelecidas, ao manipular um dos mais antigos e tradicionais meios para expressar uma outra causa. Como o Futurismo²¹ e o Dadaísmo²², trocam a estrutura lógica de leitura por composições caóticas, com diversos estilos e tamanhos de letras (Fig. 6). Aqui o prelo foi usado como uma ferramenta criativa de transgressão.

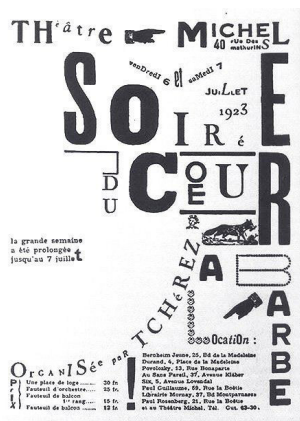


Fig. 6) Ilya Zdanevich, cartaz, *Soirée du cœur à barbe* (1923).

David Crowley (2016) em *I am a poster* na revista *Eye*, relata que sufragistas antes da Primeira Guerra Mundial, usaram grandes cartazes tipográficos exigindo o voto, protestando contra a sua exclusão na vida pública. A mensagem “votes for women” (Fig. 7), é um caso interessante dada a época, onde a informação surge sintetizada em três palavras numa comunicação breve e direta, afastado dos longos textos. Reforçando a ideia do

²¹ Movimento artístico iniciado pelo poeta italiano F.T. Marinetti (1876–1944) com a publicação o *Manifesto Futurista* (1909), que contemplava o progresso veloz da modernidade industrial e influenciado pelos termos visuais do Cubismo.

²² Movimento “anti-arte” chamado também de Dada, iniciado em Zurique em 1916, liderado pelo pacifista Hugo Ball (1886-1927), com de intuito de ser uma forma protesto à guerra, e inspirado pelos das experiências tipográficas do Futurismo.

peso da mensagem, através da redução em função da escala, e uso da letra condensada que será explorado.



Fig. 7) Anónimo (Biblioteca do Congresso), fotografia das Sufragistas com cartazes em Londres (S.d.).

A partir da segunda metade do séc. XX, outros meios de difusão da informação se expandem com outras vantagens como o outdoor, revistas, jornais, rádios, tal como a televisão, afastando o cartaz nas cidades. Porém, segundo Guffey (2015, pp. 27-29), em 1960 enquanto o cartaz perdia valor publicitário, este identifica-se como um meio de autoexpressão para a rebelião política ou solidariedade. Os designers profissionais restabeleceram o cartaz como um veículo de protesto (Eskilson, 2007, p. 369), viram a oportunidade e responsabilidade entrelaçadas, cientes do poder da arte gráfica para influir e estimular o público (Drucker & McVarish, 2009, p. 292). Alguns profissionais viram na tipografia como um meio de subversão:

The immediacy of access to a printing press and the modest scale of production that letterpress affords has historically enabled printers and designers to engage in local forms of social and political activism. Desmond Jeffery and Robin Fior both identified a potential for political resistance in their use of letterpress during the 1960s and into the 1970s (Dixon, 2022, p. 43)²³.

O designer gráfico e impressor inglês Robin Fior²⁴ (1935-2012), cuja tese de doutoramento *A praxis e a teoria no design gráfico de Robin Fior* (2013) de Maria João Bom, refere

²³ Tradução livre: "O acesso imediato a uma imprensa, e a modesta escala de produção proporcionada pela impressão tipográfica, o que permitiu historicamente que os impressores e os designers se envolvessem em formas locais de ativismo social e político. Desmond Jeffery e Robin Fior ambos identificaram o potencial de resistência política em usar a impressão tipográfica durante as décadas de 1960 e 1970" (Dixon, 2022, p. 43).

²⁴ Aprofundou os conhecimentos em tipografia com o impressor anarquista inglês Desmond Jeffery (1926-1974).

que a atividade profissional para o autor surge ligada com grupos políticos e organizações pacifistas, desenvolvendo um design de cariz ideológico.

Referimo-nos aqui, às peças gráficas criadas com recurso ao prelo e ao material tipográfico no design, sobretudo para o grupo *Comité dos 100*, que organizava ações diretas não violentas, em que o cartaz *Call to action* (Fig. 8), divulga a primeira ação a de protesto em Londres. Considerando Bom (2013, p. 157), este ser dos melhores cartazes produzidos por Fior, tendo a mensagem, criada exclusivamente com palavras.

Segundo Bom (2013, p. 160), Robin desenvolveu os trabalhos com grande rigor, garantindo a legibilidade das mensagens. Como o cartaz *Mass resistance against Polaris* (Fig. 9), reforça o sentido de urgência através das tensões visuais criadas pela grelha tipográfica.

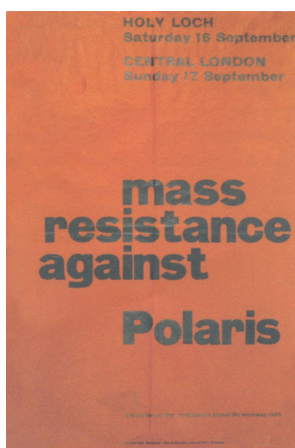
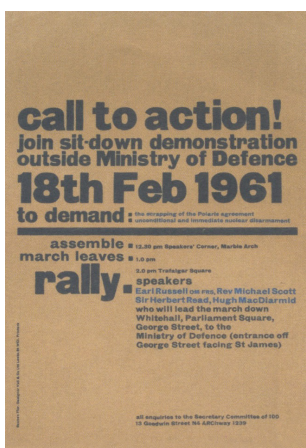


Fig. 8) Esquerda: Robin Fior, cartaz (73,5 x 50,9 cm), *Call to action* (1961).

Fig. 9) Direita: Robin Fior, cartaz (76,1 x 50,1 cm), *Mass resistance against Polaris* (1961).

Nos eventos dos direitos civis em Memphis nos EUA em 1968, a morte negligente de dois operários afro-americanos, culmina em demonstrações públicas. Para acentuar as causas que defendiam, exibem no cartaz uma declaração robusta “*I Am A Man*” (Fig. 10), reafirmando o respeito humano comum (Munro, 2022, p. 146). Novamente, os recursos tipográficos foram adotados como uma potencial forma de criação de *slogans* simples, fortes e memoráveis de ativismo gráfico e social.

Aggie Toppins (2020) em *Beyond the Bauhaus: I AM A MAN*, considera que a origem do design foi talvez, um trabalho colaborativo entre sindicalistas e um impressor, derivado de uma produção gráfica de caráter clandestino. Martin Luther King (1929-1968) que também participa nestes eventos, posteriormente é assassinado, o que impulsionou para mais protestos e a criação de outro cartaz (Fig. 11).



Fig. 10) Esquerda: Anónimo, cartaz (35,5 x 54,4 cm), *I Am a Man* (1968).

Fig. 11) Direita: Anónimo, cartaz *Honor King: End Racism!* (1968).

Uma exploração poética conceptual para despoletar a reflexão, é o trabalho do artista argentino Juan Carlos Romero (1931-2017), nos seus simples cartazes tipográficos políticos.

Lola Hinojosa (2011) em contexto da instalação *Violencia* (1973-1977/2011), Romero via a experimentação gráfica na gravação múltipla, como uma ferramenta poética e política e de agitação social. Afirmando ainda que, as suas obras saíam para intervenções públicas, permitindo exigir a participação dos espectadores em temas sobre a realidade da nação.

A palavra “*Violencia*” (Fig. 12), era colocada em friso, cuja repetição tautológica foi uma estratégia para apelar agressivamente o espectador (Hinojosa, 2011). Propondo o pensar sobre o poder da palavra e suas possíveis associações.

Estas ideias reforçaram em alguns aspetos o desenvolvimento do projeto prático. Como a da valorização da intervenção²⁵ pública, tornando o espectador um leitor ativo ao explorar o significado da mensagem, através só da palavra e da repetição dos mesmos cartazes.

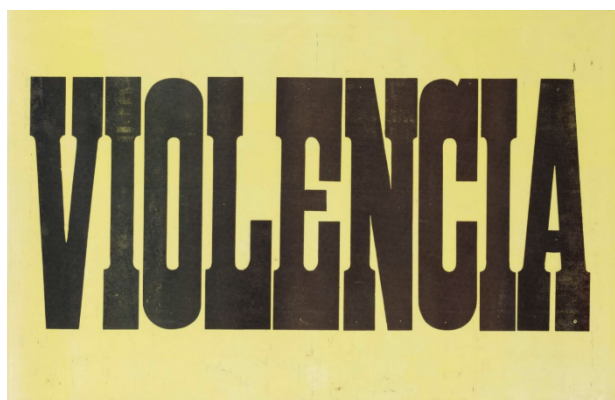


Fig. 12) Juan Carlos Romero, cartaz (100 x 70 cm), *Violencia* (1973).

²⁵ A utilização do cartaz como meio de informação no espaço público enquanto obra artística de cunho social, poder-se-á encontrar aqui uma espécie de analogia associada com a arte urbana ou *street art*.

Em 1971, Josef e Shizuko especulam dúvidas sobre as capacidades do cartaz, considerando-o como um meio quase obsoleto:

It cannot be seen whether, or for how long, the poster will have a future. Doubts regarding its future chances are justified when we consider the possible way of life of a post-industrial society with new technological resources in an environment planned according to human requirements (Muller-Brockmann & Yoshikawa, 1971, p. 239)²⁶.

Mas, o certo é que, após mais de cinquenta anos este artefacto ainda permanece.

David Crowley (2016), refere em *Is the Poster Dead, or Just Remediated?*, que a ideia da “morte” do cartaz não é novidade, e remonta o final da década de 1960, a expansão da comunicação eletrónica e agora a internet, é vista como ser a nova ameaça.

Porém, o cartaz salienta-se por continuar a ser uma forma de comunicação robusta: “Even as new mediums were born—the newspaper, the billboard, the internet—few rival the *visual aggression* of the poster, few command attention in the way a good poster can” (Fuller, 2014, para. 7)²⁷.

Hoje, a internet e as redes sociais (*Facebook, Twitter, Instagram*), divulgam a informação com um grande alcance perante o público, como novas dinâmicas e eficiências. Os cartazes acabam por serem vistos quase como marginais. Mas para Blauvelt (2011), as mensagens partilhadas nas redes sociais são em geral, expressões pessoais de natureza trivial, enquanto o cartaz é sinónimo de expressão pública, criando uma sensação de formalidade e autoridade.

Rick Poyner (2012) em *Why the Activist Poster is Here to Stay*, considera que o cartaz face aos medias digitais, ainda é eficaz ligado ao ativismo, ao protesto e à sensibilização, independentemente de ser erguido numa manifestação, afixado numa parede ou circulado online, a sua função é questionar, persuadir e inspirar.

Desta forma, parte da importância atual do cartaz, deve-se a ser um suporte gráfico adequado para divulgar mensagens agitadoras e credíveis, em que os designers podem ser agentes dessas comunicações: “As a method for giving voice, the poster retains its core function when used as a vehicle for messages about all sorts of social ills (...). In this capacity it mobilizes designers to act collectively to help visualize ‘the opposition’” (Blauvelt,

²⁶ Tradução livre: “Não se sabe se, ou por quanto tempo, o cartaz terá futuro. As dúvidas quanto às suas hipóteses futuras são justificadas quando consideramos o possível modo de vida de uma sociedade pós-industrial com novos recursos tecnológicos num ambiente planeado de acordo com as necessidades humanas” (Muller-Brockmann & Yoshikawa, 1971, p. 239).

²⁷ Tradução livre: “Mesmo com o nascimento dos novos meios – o jornal, o outdoor, a internet – poucos rivalizam com a agressão visual do cartaz, e poucos chamam a atenção da mesma forma que um bom cartaz consegue” (Fuller, 2014, para. 7).

2011, p. 93)²⁸.


Segundo Crowley (2016), o cartaz físico expande a sua visibilidade ao ser embebido e divulgado por outros medias (cinema, televisão, fotografia, jornal e internet), focada a atenção na mensagem a transmitir. Ou seja, o cartaz nasce na cidade, propaga-se e cresce com o cruzar de diferentes canais analógicos e digitais.

Todavia, numa era digital, pondera-se que o cartaz físico seja um objeto com mais consideração e vocação no seu design, através das técnicas tradicionais de impressão. Como refere Ghazaryan²⁹ (2020, p. 32), um cartaz tipográfico ou serigráfico tem impacto, devido ao seu imediatismo, simplicidade expressiva e qualidade tátil, sendo feito para provocar a mudança, porque uma voz torna-se mais forte quando é impressa.

Assim sendo, visa-se neste projeto, através da reavaliação dos recursos tipográficos analógicos, desenvolver comunicações efémeras simples e robusta no uso da palavra, com o intuito dessas comunicações textuais serem expressivas, instantâneas e interventivas.

²⁸ Tradução livre: "Como método de dar voz, o cartaz mantém a sua função central quando é utilizado como veículo de mensagens sobre todo o tipo de males sociais (...). Nesta capacidade, mobiliza os designers para agirem coletivamente para ajudar a visualizar 'a oposição'" (Blauvelt, 2011, p. 93).

²⁹ Entrevista de Carl Middleton a Armina Ghazaryan, no catálogo de exibição *Reverting to Type 2020*.



“O cartaz contemporâneo pode ser visto como síntese de vários estilos. É, como todos os frescos, monumental em resultado do seu tamanho; é *arte aplicada* porque não procura meios ilusionistas; é *tipográfico* porque é *impresso* e porque procura o *mais profundo parentesco com as letras*.”

(Lobo, 2001, p. 40).

3. Tipografia: Impressão, Design e Comunicação

3.1 Design como Comunicação

A atividade do design gráfico, em geral, é estabelecer elos de comunicação no ambiente cotidiano, mas o “design is not a neutral, value-free process” (McCoy, 1993, p. 6).

O designer pode criar convicções próprias no contexto onde se insere, tendo outro impacto na sociedade, como seja o promover de uma consciência com valores da democracia cultural:

Many designers may argue that their job is not politics, and they would be right. But this does not prevent us from developing ideas about cultural democracy. We cannot separate our work from the social context in which it is received and from the purpose it serves. If we care about the integrity of our design decisions, we should be concerned that the relations implicit in our communications extend active participation in our culture (Howard, 1994, para. 23)³⁰.

A ideia do design como potencial meio de apoiar a diversidade cultural e a liberdade de expressão, é referido por Katherine McCoy (1993) em *Good Citizenship: Design as a Social and Political Force*. Reforçando a autora que este envolvimento político-social do designer, liga-se ao dever associado com a cidadania³¹.

Numa revisão do manifesto *First Things First*³² de Ken Garland (1964), Rick Poynor (1999), considerou que esta publicação evidencia a distinção clara entre design como comunicação (dar informações necessárias às pessoas) e design como persuasão (incitar a comprar coisas). Max Bruinsma (2004-2006) em *Cultural Catalysts, Cultural Agency*, afirma que o design pode tornar-se numa agência cultural (atribui uma crítica ao contexto para o qual foi produzido) e o designer como catalisador (ativa e acelera os processos de interpretar a mensagem).

³⁰ Tradução livre: “Muitos designers podem argumentar que o seu trabalho não é político, e estariam certos. Mas isso não impede-nos de desenvolver ideias sobre a democracia cultural. Não podemos separar o nosso trabalho do contexto social em que é recebido e do fim que serve. Se nos preocupamos com a integridade das nossas decisões de design, devemos preocupar-nos com o facto de as relações implícitas nas nossas comunicações alargarem a participação ativa na nossa cultura” (Howard, 1994, para. 23).

³¹ “Designers must be good citizens and participate in the shaping of our government and society. As designers, we could use our particular talents and skills to encourage others to wake up and participate as well” (McCoy, 1993, p. 2). Tradução livre: “Os designers devem ser bons cidadãos e participar na formação do nosso governo e da sociedade. Como designers, poderíamos usar os nossos talentos e capacidades particulares para ajudar os outros a acordar e igualmente participar.” (McCoy, 1993, p. 2).

³² Manifesto assinado por vários designers e artistas, entre eles Robin Fior. Esta publicação apelava usar as aptidões mais a favor das necessidades da sociedade, do que a cumplicidade exploratória da promoção de uma cultura do consumo, criando comunicações mais úteis e duradouras (Drucker & McVarish, 2009, p. 288).

O projeto prático pretende refletir estas noções. O intuito de criar comunicações que informem e moldem o espaço público (intervenção na parede), promovendo valores e críticas a uma conjuntura da vida quotidiana, para contribuir culturalmente na sociedade.

As aptidões particulares, exigem formas alternativas de pensar e criar, afastadas dos padrões do registo gráfico comercial. Os meios de produção e impressão tradicionais atribuem maior autonomia, e aumentam a probabilidade e a capacidade do designer de intervir. Esta postura evidencia um outro papel do designer, o de produtor.

No artigo *The Designer as Producer*³³, Ellen Lupton (1998) reforça a importância do controlo dos meios de produção e a partilha com o público na construção de significado, promovendo um discurso mais crítico e refletido. Como também acontece em: “The proletarianization of design offers designers a new crack at materialism, a chance to reengage the physical aspects of our work” (Lupton, 1998, p. 13)³⁴.

Assim, o designer (cidadão, produtor e agente cultural), usa as suas aptidões e soluções alternativas, como as artes gráficas tradicionais (tipografia), para comunicar algo (cartaz), de forma a informar e ajudar a direcionar o público.

3.2 Tipografia Tradicional e Design Gráfico

Nos últimos anos, um interesse crescente pela impressão com tipos móveis surge no design gráfico e noutras áreas adjacentes, atraídos pelos seus atributos táteis e estéticos. Explora-se a pertinência atual no uso desta técnica, procurando relações com o objeto cartaz como expressão e meio de ação.

A tipografia³⁵, com um período de mais 500 anos, foi um dos meios mais eficazes para organizar e divulgar informação (Dias & Meira, 2022, p. 47). Até à década de 1960, era o método de impressão mais comum (Hollis, 1994, p. 22), executado pelos tipógrafos³⁶.

Gradualmente, a tipografia é afastada da produção gráfica comercial, com a implementação da impressão litográfica offset na década 1960, e posteriormente, com a revolução digital na década de 1980, sobretudo com advento do Apple Macintosh (1984).

No entanto, a partir da década de 1990, como refere Charlotte Rivers (2010, p. 10), os

³³ Artigo surgiu em contraposta à ideia disputada de autoria na década de 1990, interpretada a prática do designer como do artista singular, de caráter unicamente estético. Numa releitura do ensaio *The Author as Producer* (1934) do alemão crítico Walter Benjamin (1892-1940).

³⁴ Tradução livre: “A proletarianização do design oferece aos designers uma nova abordagem ao materialismo, uma oportunidade para voltar a envolver os aspetos físicos do nosso trabalho” (Lupton, 1998, p. 13).

³⁵ *Manual Prático do Tipógrafo* (2016) de Joana Monteiro (Clube dos Tipos) e Rúben Dias (Tipografia Dias), a palavra tipografia pode ter dois significados: oficina tipográfica ou área do saber que estuda e usa carateres. Atualmente por vezes, a palavra inglesa *letterpress* usa-se para referir-se mais em específico à técnica de impressão.

³⁶ Tipógrafo era um operário da oficina de tipografia, cujo seu trabalho consistia em organizar as letras, palavras e espaçamentos, que formam a informação do objeto a imprimir.

“entusiastas” da tipografia, resgataram e recuperaram prelos tornando este “ofício” um método de impressão de escolha. Desde então, a prática da tipografia evoluiu para explorações tipográficas, trabalhos decorativos e artísticos, publicações artesanais e livros de autor em pequenas tiragens, e recentemente, um catalisador para uma resposta impressa (Middleton, 2020, p. 5). O que faz reconhecer existir um valor do meio impresso, através da tipografia como veículo de comunicação.

Hollis (1999), refere que os avanços tecnológicos estavam a mudar o pensamento e o processo de design, enquanto a tipografia exigia *layouts* prévios, criando dois efeitos:

First, the laboriousness of the process engraved the shape of letters on the designer's unconscious mind. Second, it necessitated the rough layout of the words before this task began. The shape of the message was determined first. The choice of typeface came later. This is not a common procedure in screen-based design (Hollis, 1999, para. 13)³⁷.

A tipografia trabalha o texto como grafismo. Considera-se que, esta técnica pode ser um instrumento catalisador para a criação mais ponderada no design de mensagens gráficas simples e impactantes.

Em *Poiesis and Purpose: Lessons in Making*, Catherine Dixon (2022, pp. 41-42) refere que, a tipografia persiste pelos contextos educacionais, justificada no design, sobretudo num clima da pedagogia tátil, através de reavaliar as possibilidades da impressão tipográfica com inteligência criativa, por meio do “pensar através do fazer.” Uma perspetiva ligada em reinterpretar as restrições físicas desta técnica, promovendo uma forma diferente de pensar no design: “Cada processo de impressão tem os seus pontos fortes e os seus pontos fracos. Aquilo que alguns consideram defeitos de impressão são apenas as suas características distintas” (Barbosa, 2012, p. 97).

A experiência tátil da tipografia, atribui conhecimento empírico pelo seu processo de produção de cariz manufatura (lento, cuidadoso e rigoroso). Em que a interação física, através da tipografia, obriga e estimula o pensamento criativo, garantido que o ato de projetar que seja uma atividade intelectual (Jury, 2011, p. 134).

Outras abordagens tipográficas, reforçam na experimentação prática, uma forma para o empoderamento cívico no design. Como o projeto *Praxe. Workshop on Activism* (2019), da docente de design de comunicação Rita Carvalho, da DELLI (Design Lusófona Lisboa).

Este projeto na forma de um *workshop*, consistiu em criar, imprimir e implantar uma

³⁷ Tradução livre: “Primeiro, a laboriosidade do processo fez gravar de forma inconsciente na mente do designer o formato das letras. Segundo, é necessário um esquema prévio das palavras antes de começar a tarefa. A forma da mensagem é determinada em primeiro lugar. A escolha da fonte surge mais tarde. Este não é um procedimento comum no design baseado em ecrã” (Hollis, 1999, para. 13).

campanha social, através da tipografia de caracteres móveis, com o objetivo de promover o envolvimento dos alunos em causas sociais, enquanto agentes gráficos ativos, por meio do cartaz (Carvalho, 2022, p. 78). O resultado deste exercício, a autora anota que os alunos experienciaram dois aspetos na tipografia tradicional:

1. Its ability to autonomously display ideas and beliefs, giving “power to the people” (...). It should be added that the irreversibility of printing provided the students with an important experience of responsibility. By inscribing words or images on a piece of paper which was then printed, students had to assume choices, becoming courageously active in society. (...) 2. Its adequacy for social issues - a grafica povera affect, the feeling of anti-establishment and strong convictions suggested by the imperfections of the graphic object (...). Indeed, a certain naiveness makes letterpress a privileged medium for expressing a point of view, in particular a political one (Carvalho, 2022, pp. 79-80)³⁸.

Outras abordagens semelhantes, fazem considerar, que a tipografia tradicional, através do cartaz, pode ser um catalisador para a liberdade de expressão³⁹. Como refere Jury (2011, p. 86), a impressão tipográfica atribuí um maior controlo e uma experiência fortalecedora.

Promovendo assim que os designers sejam cidadãos mais conscientes, ativos e participativos enquanto agentes de mudança cultural.

O que tudo nos fez considerar, a realização de um projeto prático de design gráfico de carácter social-educativo. Através de uma releitura dos atributos associados aos tipos móveis, na experimentação prática e como catalisador para a comunicação.

O impressor tipográfico e artista comercial inglês Alan Kitching, Kasper de Graaf (2017) em *A voice, of sorts*, afirma que Kitching permanece na vanguarda, lembrando-nos que o conhecimento é valioso, o “ofício” é necessário e a palavra impressa é importante.

No virar do século o trabalho de Kitching influi mais para política, música e causas

³⁸ Tradução livre: "1. A sua capacidade de expor ideias e crenças de uma forma autónoma, atribui o “poder ao povo” (...). Acrescenta-se que a irreversibilidade da impressão proporcionou aos alunos uma importante experiência de responsabilidade. Ao inscreverem palavras ou imagens num pedaço de papel que depois é impresso, os alunos tinham de fazer escolhas, tornando-se corajosamente ativos na sociedade. (...) 2. A sua adequação às questões sociais – o efeito *grafica povera*, um sentimento de antissistema e fortes convicções sugeridas pelas imperfeições do objeto gráfico (...). Realmente, uma certa ingenuidade faz da impressão tipográfica um meio privilegiado para expressar um ponto de vista, em particular político" (Carvalho, 2022, pp. 79-80).

³⁹ "Letterpress printing has transitioned from a tool of trade to a technology of craft, art and design and a method for experiential learning, exploration and expression. (...) I introduce the role of the poster as an impactful form of communication as advertisements and empowering people to express their ideas, and each-student creates an event poster or broadside" (Beckloff, 2020, pp. 17-19). Tradução livre: "A impressão tipográfica passou de uma ferramenta de ofício para uma tecnologia de artesanato, arte e design e um método de aprendizagem experimental, exploração e expressão. (...) Apresento o papel do cartaz como uma forma de comunicação impactante como propaganda e capacitar as pessoas a expressarem as suas ideias, e cada aluno cria um cartaz ou anúncio de evento" (Beckloff, 2020, pp. 17-19).

locais, como o cartaz contra a guerra no Iraque, pretendeu expressar a voz da fúria das pessoas (Graaf, 2017). E surgiram ainda outras variações desta peça gráfica, num anúncio no jornal *The Guardian*, feito para uso livre em demonstrações públicas (Fig. 14).



Fig. 14) (Esquerda) Alan Kitching, cartaz (64 × 76 cm), *Why Iraq?* (2003) e (Direita) o jornal.

O cartaz, para Blauvelt (2011), oferece um formato conivente⁴⁰ como uma “tela em branco,” equivalente à pintura do design gráfico. Um “interesse que se explica talvez pela sua aparente simplicidade, um desafio de síntese onde se mistura informação e poética” (Ramalho & Rebelo, 2016, p. 9).

David Jury (2011, p. 30), afirma que imprimir com tipos de metal ou madeira, cria um objeto mais original, conferindo uma autoridade distinta às palavras, face à impressão comercial contemporânea que fornece cópias dos originais. O que pode reforçar a expressão gráfica e comunicativa da mensagem a transmitir.

Como explica Jury (2011, p. 20), durante o procedimento da impressão tipográfica, o designer ou impressor reavalia constantemente o processo, podendo haver imprevistos derivados da pressão e quantidade de tinta, ocorrer desvios e irregularidades, o que tudo faz parte do contraste e tensão inevitáveis que estão no cerne da tipografia de caracteres móveis.

Assim sendo, compreende-se que a tipografia tradicional, tem ainda um papel rele-

⁴⁰ "Posters remain 'the chair' of graphic design. Industrial designers return again and again to the chair as a means of exploring theoretical, formal, technical, and expressive approaches; likewise the poster provides designers and typographers with a common format for investigating and testing the interplay of ideas, technologies, and communication strategies" (Guffey, 2019, para. 3). Tradução livre: "Os cartazes continuam a ser 'a cadeira' do design gráfico. Os designers industriais regressam continuamente à cadeira como um meio de explorar abordagens teóricas, formais, técnicas e expressivas; da mesma forma, o cartaz fornece aos designers e tipógrafos um formato comum para investigar e testar a interação de ideias, tecnologias e estratégias de comunicação" (Guffey, 2019, para. 3).

vante enquanto instrumento de design e meio de comunicação. Relembrando que a continuidade da tipografia tradicional, centra-se numa releitura da tradição passada. Como refere Jury (2011, p. 24), o futuro e a sobrevivência da tipografia, residem no design e no pensamento criativo e no reconhecimento das qualidades únicas que o meio ainda pode proporcionar.

Qualidades que podem ser adotadas para o design de cartaz na comunicação mensagens relevantes. Uma ideia explorada na exposição *Reverting to Type 2020: Protest Posters* (Fig. 15), que incentivou os donos com prelos, em expressar vozes originais. E, poder-se-á conectar o prelo a uma comunidade “have something worthwhile to say”⁴¹ (Dixon, 2022, p. 43).



Fig. 15) Cartazes de protesto no evento *Reverting to Type 2020*, na galeria Standpoint (dez. 2020-fev. 2021).

3.3 Perspetivas Contemporâneas

Como parte do processo da pesquisa, incluiu-se o uso de questionários para obter opiniões mais próximas, em torno do processo de impressão tipográfico e a relação do cartaz como objeto de expressão. Para recolher informações que pudessem contribuir, na questão de como pensar o cartaz tipográfico para o desenvolvimento prático.

Os questionários foram enviados a 17 participantes com diferentes perfis (designers, docentes e artistas), familiarizados com a técnica de impressão tipográfica.

Em resultado, dos dez que responderam, seis tinham uma relação mais próxima do uso do cartaz de cariz ideológico. A opção de incluir outros especialistas da tipografia tradicional, foi com a intenção de conhecer e compreender outras opiniões críticas⁴².

Face à interpretação das respostas recebidas e as informações obtidas contribuíram e

⁴¹ Tradução livre: “tem algo que vale a pena dizer” (Dixon, 2022, p. 43).

⁴² Salienta-se que, três questionários adaptaram-se num corpo de cariz de entrevista, por motivos de disponibilidade que havia para responder às perguntas, pretendendo conhecer as opiniões críticas dos autores.

consideraram-se, para a criação do cartaz impresso em tipografia, como meio de comunicação.

Our Protest Poster exhibition was an attempt to encourage the community who own type and presses to use them to communicate relevant social messages. (...) The diversity of engaging posters submitted showed that letterpress can be a fantastic production method for social expression (Ardagh, 2022)⁴³.

No que refere ao contexto temático desta pesquisa, existem autores que consideram que, a tipografia tradicional pode ter algum tipo de potencial, como uma forma de comunicação e expressão numa era digital. Mas, para tal abordagem é reforçado que dever-se-á ter em consideração, a reavaliação das particularidades únicas desta técnica de impressão, que podem ainda contribuir no design.

Estas opiniões, inspiraram para uma forma diferente de como pensar a tipografia tradicional, influenciando o projeto prático. Através da reavaliação das possibilidades alternativas que os recursos tipográficos analógicos (tipos móveis), podem ainda conferir na criação de cartazes.

Relativamente às características técnicas e formais, são considerados alguns aspetos pertinentes para a criação prática. A técnica de impressão tipográfica, pode atribuir visibilidade, através do uso de diferentes cores dos papéis e o impacto do texto em grande escala. Como também a cor escolhida, em geral, condicionada às existentes na oficina, a tinta preta oferece maior contraste e adequação para leitura no espaço urbano.

A tipografia tradicional, que permite difundir mensagens pela força da palavra impressa. Para o efeito, a comunicação deve ser clara, a composição textual deve ser de leitura fácil e rápida e, garantidos estes aspetos, posteriormente incluem-se outros elementos gráficos.

Através da tipografia, pode-se reforçar o tom das mensagens gráficas. Ao imprimir com os tipos, atribui-se às impressões um caráter mais humano, autêntico e desarmante.

A partir dos questionários, as opiniões inspiraram e ajudaram, para o reforçar na criação de algumas diretrizes para a execução prática dos cartazes, desenvolvido na forma de um corpo de uma prova de conceito.

3.4 Do Prelo à Intervenção Gráfica

A produção de cartazes tipográficos como objetos de comunicação e a sua difusão

⁴³ Richard Ardagh em *Anexo 1: Questionários*. Tradução livre: "A nossa exposição de *Cartazes de Protesto* foi uma tentativa de encorajar a comunidade que possuem tipos e prelos para utilizá-los em comunicar mensagens sociais relevantes. (...) A diversidade de cartazes envolventes apresentados mostrou que a impressão tipográfica pode ser um método de produção fantástico para a expressão social" (Ardagh, 2022).

pública dos últimos anos. Reavaliado o prelo como um instrumento de engajamento cívico e expressão da democracia: “When access to the printing press is shared, it amplifies voices and becomes a powerful tool for democracy” (Partners in Print [PP], s.d., para. 4)⁴⁴.

Encarado como um método de impressão um pouco marginal, a tipografia tradicional continua em diversas práticas criativas, experimentais e subversivas. Praticantes como Anthony Burrill e Amos Paul Kennedy Jr., imprimem com antigas técnicas analógicas, numa reavaliação da tecnologia moderna e da cultura que ela representa (Wilson, 2022, p. 65).

O ativista e artista americano Amos Paul Kennedy Jr., usa o prelo para expressar declarações robusta com misturas de variados tipos e sobreposições (Fig. 16). Segundo Munro (2022, p. 129), Kennedy revira antigos estereótipos raciais ao referir-se como “just a humble Negro printer,” mostrando também em si, como um cidadão pode adotar dos meios de produção para falar ao poder. Reforçando aqui a importância da ação cívica, através da impressão tipográfica.

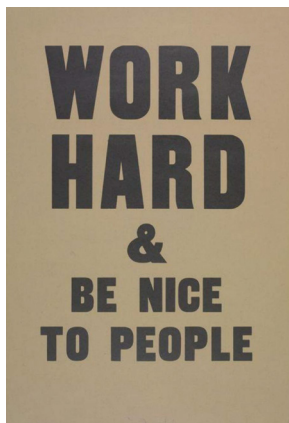
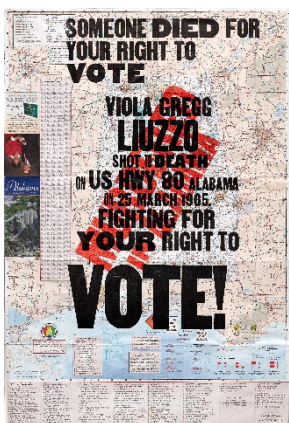


Fig. 16) Esquerda: Amos Paul Kennedy Jr., cartaz (110,5 x 76 cm), *Someone Died for Your Right to Vote!* (2018).

Fig. 17) Direita: Anthony Burrill & Adams of Rye, cartaz (76 x 56 cm), *Work Hard and Be Nice to People* (2004-2011).

A cultura contemporânea da mensagem de autoridade é uma temática de Anthony Burrill, nos seus cartazes (Fig. 17), em xilogravura e em tipografia de grande escala que admoestam ou animam o leitor (Blauvelt, 2011, p. 98). Stephen Barrett (2011) afirma que, no trabalho de Burrill focado na palavra impressa, a simplicidade é considerada não só pela mensagem, como também a fisicalidade da própria linguagem no espaço que ocupa. Neste sentido, a área de impressão tipográfica disponível promove o design com uma articulação mais sucinta e sólida da informação. Aqui uma ideia considerada enquanto diretriz para o design do cartaz.

A pluralidade funcional que o cartaz pode ter como antes referido, evidencia um ca-

⁴⁴ Tradução livre: "Quando o acesso à uma imprensa é partilhado, amplifica vozes e torna-se uma ferramenta poderosa para a democracia" (Partners in Print [PP], s.d., par. 4).

ráter associado com a arte urbana, visto que existem os dois no mesmo meio, a rua. A plasticidade gráfica permitida pela impressão direta dos tipos móveis, pode atribuir ao cartaz um certo valor estético⁴⁵. No Brasil, o Lambe-Lambe é um cartaz, em geral, produzido de forma artesanal e com conteúdo político ou artístico, afixado no espaço público.

Ainda hoje, em São Paulo a Gráfica Fidalga⁴⁶ (Fig. 18) imprime Lambe-Lambe em tipos móveis. Segundo o site *Lambe-Lambe: de peça publicitária a elemento de arte urbana*, quando o seu método de impressão se tornou quase obsoleto comercialmente, foi adotada uma abordagem próxima com a arte urbana, dando suporte a artistas locais. Como o projeto de intervenção e consciencialização social de Ygor Marotta iniciado em 2009, que divulgou mensagens como *Mais amor por favor* (Fig. 19). Com o intuito de ativar a reflexão e transformar a vida quotidiana das pessoas através do ambiente público da cidade.



Fig. 18) Composição tipográfica na Gráfica Fidalga (imagem do vídeo *Gráfica Fidalga* (2009).



Fig. 19) Ygor Marotta, cartaz, *Mais Amor Por Favor* (s.d.).

A apropriação do espaço público, através da intervenção gráfica, ao usar democraticamente os materiais impressos, na rua como um meio dinâmico para comunicação e promoção da democracia. A estratégia de comunicação urbana, o cartaz *sniping* (ou *fly-posting*), afixado ilegalmente nos espaços públicos, é referido em *Graphic Intervention* por Steven Heller (2004), como uma possibilidade no design de intervenção crítica e de ativismo social, para agitar as consciências das problemáticas quotidianas. Uma forma de comunicação urbana de cariz subversivo: “Guerrilla street postering - ‘sniping’ - is the most direct,

⁴⁵ Na impressão tradicional pela qualidade de acabamento, confere ao cartaz características visuais únicas. Em que nos dias de hoje, dada a demora de execução e o custo de produção associado, os mesmos cartazes são também, realizados em série de edição limitada, cujos exemplares numerados, são vendidos como Moles (1969) associa, um objeto de arte “multiplicada.”

⁴⁶ Fundada na década de 1960, a Gráfica Fidalga começou a imprimir cartazes contra a ditadura e alva de repressão, foram apreendidas ou destruídas as máquinas tipográficas. Exceto uma detida no porto de Santos, depois recuperada na década 1980 para fins publicitários.

unmediated form of public expression available to pictorial artist” (Conal, 2003, p. 228)⁴⁷.

Como exemplo desta prática *fly-posting* na atualidade, reflete-se no trabalho do designer e impressor ativista russo Sergei Besov, fundador do *Demon Press* (estúdio tipográfico) e do *Partisan Press* (projeto de arte urbana). Divulga mensagens simples (Fig. 20) de leitura breve nas ruas da cidade de Moscovo, usando os cartazes nas paredes como murais (Fig. 21).

Middleton (2020) em entrevista a Besov, pergunta a preferência da tipografia como forma de expressão, considerando o autor ser um sistema eficiente pelos seus elementos reduzidos: “Letterpress is such an effective method of working. You have a box of letters, a printing press (or not), some cheap but beautiful paper and ink. (...) You just need hands to make and eyes to review” (Besov, 2020, p. 26)⁴⁸.

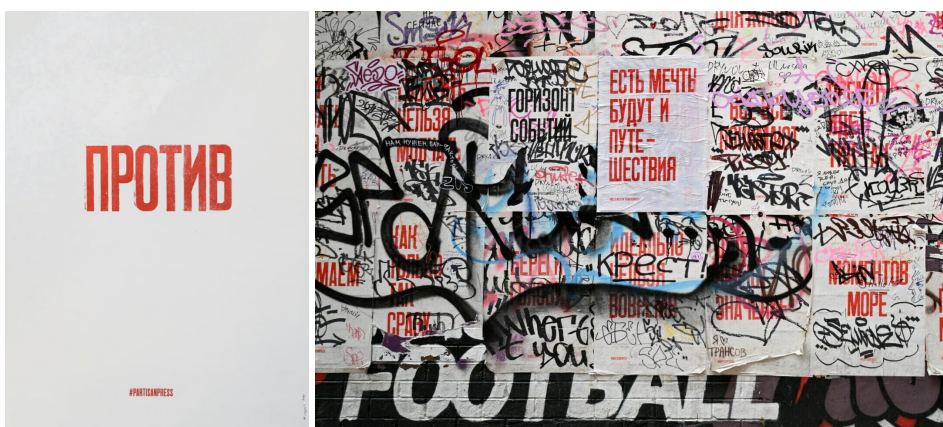


Fig. 20) Sergei Besov, cartaz, ПРОТИВ (CONTRA) (2020).

Fig. 21) Sergei Besov, intervenção com cartazes (s. d.).

Destas ideias, a impressão com tipos encarada como um sistema simples de comunicação, reforça a ideia de explorar um modelo de criação gráfica de cartazes. Através da intervenção gráfica, será uma estratégia de expressão e divulgação pública de valores ligados à democracia, servindo a parede também para testar o modelo proposto.

Um trabalho que reavaliou o uso do prelo para impressões em grande escala como meio de comunicação pública. Como o projeto *People Powered Press* (PPP), utiliza o maior prelo tipográfico criado daquele tipo⁴⁹ (Fig. 22). Na *BBC News* em *Large-scale letterpress printer gives voice to Bradford*, Antony Dunn afirma: “The mission to amplify local voices and

⁴⁷ Tradução livre: “Os cartazes de rua de guerrilha – ‘sniping’ – são a forma mais direta e imediata de expressão pública disponível para o artista pictórico” (Conal, 2003, p. 228).

⁴⁸ Tradução livre: “A impressão tipográfica é um método de trabalho muito eficaz. Tu tens uma caixa de letras, um prelo (ou não), algum papel e tinta baratos, mas bonitos. (...) Basta ter mãos para fazer e olhos para rever” (Besov, 2020, p. 26).

⁴⁹ Certificado pelo *Guinness Book of Records*, este prelo foi originalmente criado para o projeto *These Northern Types* em 2018, por Oli Bentley do Split Design, com um tipo de letra de metal de 750pt, para ampliar vozes.

spread words worth spreading became set in stone for the operation of the press” (cit. por Bryson, 2022)⁵⁰. Reforçando o interesse e propósito do prelo para criar e divulgar mensagens.



Fig. 22) Antony Dunn trabalha com grupos comunitários em Bradford para ajudar a ampliar vozes.

Posteriormente, numa colaboração entre Oli Bentley, Anthony Burrill e Thomas Mayo, introduziram um tipo de letra modular composto por quatro formas geométricas chamado *Brico.01*. Esta letra que possibilitou ampliar ainda mais a dimensão das impressões, cada folha numa letra, e depois combinadas para criar murais, estendendo o papel do PPP (Fig. 23).



Fig. 23) Cada folha contém um letra criada com a combinação de blocos geométricos.

⁵⁰ Tradução livre: “A missão de ampliar as vozes locais e espalhar palavras que valem a pena divulgar, tornou-se uma realidade para a operação da imprensa” (cit. por Bryson, 2022).

Este projeto, ajudou-nos a repensar como poderia ser utilizado não só o prelo, mas também o próprio tipo móvel, através das propriedades modulares⁵¹ para o design do cartaz, em escalas ainda maiores. Procurando assim, formas alternativas de manifestar. Salientando que este projeto foi uma forte inspiração e motivação para o desenvolvimento do projeto prático numa outra abordagem. Reavaliando os materiais da tipografia tradicional com outras perspetivas de execução.

⁵¹ Dissertação de Mestrado, *O potencial da tipografia tradicional para o Design: desenvolvimento de um conjunto modular de tipos móveis* de Ângelo Gonçalves (2021), sobre a tipografia modular.

4. Projeto Prático

4.1 Enquadramento Prático

Para esta dissertação, o projeto prático aqui apresentado de caráter experimental e empírico, tem como propósito materializar as ideias analisadas e interpretadas ao longo da investigação, referente ao cartaz impresso em tipografia como expressão e meio de ação.

A ideia inicial, concentrava-se numa abordagem de explorar as possibilidades de criação e produção do cartaz impresso em tipografia, através dos recursos tipográficos existentes. Numa fase intermédia da pesquisa, decidiu-se explorar a área de impressão, e o próprio material utilizado para a criação gráfica, relativo ao tipo móvel. Através da reflexão e reinterpretção das particularidades únicas da tipografia, procurou-se criar de uma forma mais concreta, diretrizes que correspondessem a uma comunicação simples do cartaz: “Na diversidade de critérios que caracterizam um bom cartaz, a síntese é aquela que surge de forma recorrente” (Ramalho & Rebelo, 2016, p. 10).

Desta forma, surge a ideia de uma proposta de protótipo de cartaz, enquanto instrumento de design e comunicação, para a criação de impressões tipográficas efémeras em grande escala. Estas intencionadas a serem divulgadas no ambiente público e a potenciar a expressão de temáticas que fazem parte da vida quotidiana da sociedade. Na qual, as mensagens enquanto manifestos, com o recurso à palavra, são como múltiplos estímulos visuais e comunicacionais, que incitam ao impacto e a reflexão.

In a world dominated by digital information, the analogue still has a valuable place. It affords a different tone and qualifies its voice with authority. Where so much is typed, texted and emailed but more often lost in translation, there is still a place for print, a place for something tactile, handmade, laboured over and considered (Middleton, 2020, p. 7)⁵².

Enquanto hipótese aberta o projeto prático, traduziu-se, assim, na criação de um tipo de letra num corpo de caráter móvel em madeira, concebida, a letra para tamanhos grandes (*display*). Projeto este para criar e comunicar mensagens breves no suporte cartaz, de cunho interventivo. A letra concebida terá a possibilidade de variar na sua altura (aumentar ou diminuir), potenciando a comunicação em grandes formatos, permitindo variar

⁵² Tradução livre: “Num mundo dominado pela informação digital, o analógico tem ainda um lugar valioso. Oferece um tom diferente e qualifica uma voz com autoridade. Onde tanta coisa é digitada, enviada por texto e por e-mail, mas mais frequentemente perdida na tradução, ainda há sítio para a impressão, lugar para algo tátil, feito à mão, trabalhado e considerado” (Middleton, 2020, p. 7).

a composição, e ainda possibilitando alterar alguns aspetos morfológicos, inspirado pela ideia de modularidade.

Neste sentido, optou-se por uma letra do estilo grotesco condensado, na procura de uma linguagem moderna e mais económica na quantidade de texto por linha, com pouco ou quase nenhum contraste. O que possibilitou atribuir às letras robustez gráfica e consistência para o corte e produção em madeira. Esta letra grotesca funciona bem em tamanhos grandes, em geral, contendo características mais geométricas.

Este projeto focou-se em explorar e construir um modelo tipográfico que tivesse poucos módulos, procurando ter um carácter de fácil compreensão e rápida execução. Desta forma, as letras foram criadas com um aspeto “pré-definido”, dando assim a preferência ao uso só de maiúsculas, o que reforça também o lado comunicativo. Conforme Lupton (2015, p. 182), as letras maiúsculas podem transmitir um sentido de furor, agitação ou autoridade.

Com base nestes conceitos referidos, a prova de conceito será posteriormente executada num exercício gráfico experimental de design em contexto académico. Apropriando-se de uma conjetura temática de cariz social real, através de uma intervenção gráfica com cartazes. Considerando que o tamanho grande do tipo e área de impressão disponível, promove a síntese da informação.

4.2 Fase de Desenvolvimento

Esta fase consiste em criar e desenvolver a prova de conceito da letra para exibição pública. Para a execução do sistema modular para imprimir cartazes, para além das referências abordadas, como o caso do recente projeto *PPP* aliado à letra *Brico.01*. Para reforçar o trabalho, foi necessário procurar por outras inspirações modulares, com estruturas que permitissem explorar soluções menos abstratas, focadas em letras maiúsculas.

Salienta-se aqui o *Fregio Mecano* (1920) pelas dimensões diferentes das formas e com a possibilidade de expandir as letras, o *Intermezzo* (1933) de Albert Auspurg (1868-1943), pela simplificação dos caracteres em poucas formas, e *P22 Blox* (2015/2016), de Richard Kessler e P22 Type Foundry, pelas formas centradas nas peças.

Na primeira fase, focou-se mais no desenho base da letra grotesca, esta desenvolvida com características mais geométricas e simétricas, com poucas variações de espessuras. Neste exercício, a letra foi explorada de uma forma mais livre e num lado mais moderno. A partir da estrutura das letras desenvolvidas (Fig. 25), através de exercícios exploraram-se propostas de peças para o modelo tipográfico.

A procura que as letras fossem mais facilmente reconhecíveis, fez aumentar a quantidade de diferentes módulos, de forma a reduzir o número de peças para construir cada

letra. Simultaneamente, refletiu-se o uso do espaçamento monoespçado (na horizontal), que permitia conectar melhor os módulos. Como também, reduzia a dependência de outro material tipográfico para criar o espaço entre as letras. Aqui, o peso condensado reforçou a definir o espaçamento mais curto, favorecendo a proposta em questão.



Fig. 25) Primeiras letras de caixa alta criadas digitalmente (imagem do autor).

Paralelamente, optou-se por testar algumas peças do tipo em madeira, aqui com uma precisão minuciosa, através do corte na máquina CNC disponível na faculdade ESAD.CR. Para utilizar este método, a escala da letra base foi desenvolvida com uma altura de 21 cm, aproximadamente 560 pontos, preferindo formatos a partir da folha A3. Este tipo de corte não cria ângulos retos de 90 graus internos em medidas pequenas fazendo uma curva.



Fig. 26) Esquerda: Impressão com tipos de madeira; Direita: Tinta nos tipos após limpeza (imagem do autor).

Para a produção do tipo, foi sugerido pelos técnicos usar a madeira faia com mais resistência e dureza do que o pinho. Após produzir algumas peças e realizado os primeiros testes de impressão, obtendo resultados gráficos plausíveis, foram analisados alguns aspetos (Fig. 26).

A partir destas reflexões, ajudou na fase de redesenhar partes das letras de uma forma mais precisa. Inclusive foi considerado nas letras "N" e "M", os seus ângulos mais abertos, com curvas mais pronunciadas pelas limitações do corte na máquina CNC.

Através de uma grelha dividida em seis, explorou-se por diferentes tamanhos nas formas das letras, como "I", "L", "E", "F" e ainda "A" e "H", partilham estruturas similares, o que fez reduzir o número de peças. O resultado desta proposta de modelo, funciona na sua base entre dois a quatro módulos (Fig. 27).



Fig. 27) Topo: Proposta final das letras de caixa alta; Abaixo: Exemplo das cinco diferentes estruturas de módulos das letras em cores distintas (imagem do autor).

Deste modo, a solução aqui proposta varia entre formas curvas, retas e letras individuais, com todas as formas centradas na base de modo a se articularem. Neste modelo tipográfico, decidiu-se incluir outros elementos como a pontuação e acentos, como também algum material branco para auxiliar a construção da composição. Assim esta hipótese é formada por 22 módulos, em que 17 são elementos estruturais e 5 de pontuação (Fig. 28). Esta letra *display*, é reforçado ainda mais o seu grande tamanho, através de se modificar (Fig. 29).



Fig. 28) Grupo de módulos propostos (imagem do autor).



Fig. 29) Exemplo de construção e alteração da letra "R" com módulos (imagem do autor).

Posteriormente, com a formulação do modelo, optou-se em produzir as letras. Começando o processo por alisar a placa de madeira para altura do tipo móvel (23,566 mm), conseguindo obter uma espessura de 23,55 mm. Em seguida, realiza-se o corte na máquina CNC com uma fresa de 3,175 mm, e depois à mão lixa-se cada carácter obtido (Fig. 30).

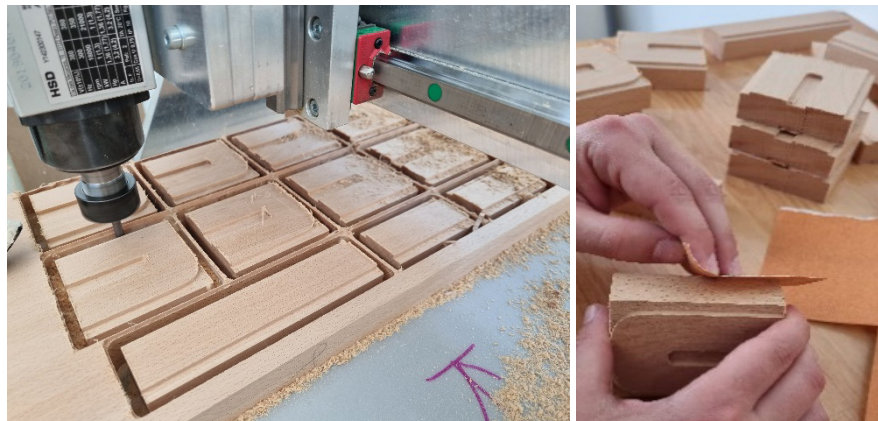


Fig. 30) Esquerda: Produção do tipo em corte CNC; Direita: Acabamento manual com lixa (imagem do autor).

Para finalizar impermeabiliza-se o tipo, porém além do verniz usado adiciona-se goma laca, realizando vários testes em casa, para encontrar a melhor solução. Iniciando com aplicação dos dois líquidos separadamente em cada peça (Fig. 31). Que após vários testes, conclui-se que, o cruzar das duas soluções, sobretudo, o tipo coberto com duas passagens de goma laca e uma de verniz, obteve-se melhores resultados de impermeabilização e impressão (Fig. 32). Considerando que a goma laca impregna melhor a madeira, e o verniz adere e transfere melhor a tinta para o papel.



Fig. 31) Esquerda: Última impressão, aplicado no tipo três camadas de goma-laca (esquerda) e noutro de verniz (direita) (imagem do autor). **Fig. 32)** Direita: Última impressão, aplicado no tipo duas camadas de goma laca e uma de verniz (esquerda) e noutro uma passagem de goma laca e duas de verniz (direita) (imagem do autor).

Após impermeabilizados os tipos (Fig. 33), optou-se por desenvolver um folheto informativo com a imagem dos módulos numerados, os caracteres desenhados e a suas possíveis variações, de forma a facilitar a compreensão do proposto modelo tipográfico (em *Anexo 3: Folheto Informativo*).



Fig. 33) Tipos móveis de madeira impermeabilizados (imagem do autor).

4.3 Fase de Impressão

Esta etapa do projeto, consistiu em fazer a aplicação prática da prova de conceito, preferencialmente inserido num contexto real.

Nesta fase, o desenvolvimento coincide oportunamente com o evento, *Youth - Action – Culture Rumo à Democracia Cultural*⁵³, nos dias 13 e 14 de Novembro de 2023, nas Caldas da Rainha (Fig. 34), em articulação com a Cátedra UNESCO. Uma conferência internacional, com o propósito de recolher reflexões dos jovens, para elaborar uma adenda à Carta do Porto Santo, sobre o papel da cultura na promoção da democracia, realçando os contributos da educação cultural e artística. Em prol de uma “cidadania cultural baseada no pluralismo: no reconhecimento da multiplicidade de vozes e na valorização das diferenças” (Carta do Porto Santo [CPS], 2021, p. 4).

⁵³ O conceito de democracia cultural, conforme a Carta do Porto Santo (CPS, 2021, p. 5), valoriza as culturas distintas e o direito ao empoderamento dos cidadãos como sujeitos culturais ativos. Reforça-se neste evento, a relevância da promoção de uma cultura mais igualitária, tolerante e inclusiva, valorizando a diversidade cultural, no contexto do papel das artes e cultura na educação, como meio transformador dos jovens em agentes culturais da democracia.



Fig. 34) Imagem de publicidade do evento *Youth - Action - Culture Rumo à Democracia Cultural*.

Através de um exercício gráfico experimental de caráter social, em contexto académico, num projeto de intervenção na parede⁵⁴ da ESAD.CR. Aqui, com frases que promovam a reflexão e o bem comum entre as pessoas, por meio de cartazes afixados com cola.

Este projeto de intervenção no período do evento, deveu-se à necessidade de validar o protótipo em questão. Os objetivos consistiam: aplicabilidade gráfica; criar e divulgar mensagens gráficas no meio público de grandes dimensões; explorar diferentes composições no design de cartaz a partir do processo tipográfico e do tipo móvel desenvolvido; reforçar a impressão tipográfica ser instrumento catalisador para a expressão através do design; descobrir pela prática limitações e possibilidades da tipografia tradicional e do protótipo apresentado.

Posteriormente à decisão do projeto, alinhou-se em responder às perguntas⁵⁵ articuladas ao evento, numa perspetiva pessoal, para definir as três mensagens de cada cartaz. O conteúdo da informação foi explorado em função da área de impressão do prelo, da escala do tipo e do formato A2, promovendo a simplicidade comunicativa através de poucas palavras.

A dimensão da folha adotada, estimulou explorar o cartaz em impressões modulares, para aumentar a escala e diferenciar das outras mensagens propostas, em que cada composição consiste numa possibilidade de dimensão da letra.

Preferiu-se o uso de papéis finos com características ecológicas (reciclado, jornal e *kraft*), com diferentes cores de folhas, explorando outras possibilidades de design. As cores das tintas para imprimir mais usadas serão o preto e vermelho pelo seu bom contraste.

⁵⁴ Como sugere a Carta do Porto Santo (CPS, 2021, p. 12), a educação promove a cidadania cultural, cujas escolas são polos culturais. Neste sentido, através desta intervenção gráfica, no espaço público quotidiano da escola, pode ser repensado e reinventado como um local aberto contínuo de aprendizagem e comunicação de valores da democracia cultural.

⁵⁵ (1) “Qual é o meu lugar nas artes e na cultura?” respondendo: “Qual quer lado!”; (2) “O que podem as artes na educação para a democracia?” respondendo: “Revolucionar a mente.”; (3) “O que proponho e como fazê-lo juntos?” respondendo: “Combater a intolerância”.

A fase de impressão, demorou oito dias (inteiros e parciais), com seis composições tipográficas, formados os cartazes por uma, ou duas, ou três folhas. Visto que a parede tinha aproximadamente 12 m de comprimento e 2,30 m de altura, exigia uma maior quantidade de tiragens, resultando em média vinte por dia. Cada com uma ou duas camadas de cores, na mesma tiragem, pelo tamanho grande do tipo.

Salientando que, a área de impressão disponível no prelo de provas (Fig. 35), da oficina de gravura da faculdade, era relativamente reduzida (37 cm x 57 cm). Assim, procurou-se por outra máquina tipográfica, em que foi disponibilizado um prelo *Asbern* (1956), da família *vandercook*⁵⁶ (Fig. 36), pelos donos do espaço *Artes e Letras Atelier*⁵⁷ com uma maior área para compor (52 cm x 63 cm).



Fig. 35) Prelo de provas na oficina ESAD.CR. (imagem do autor).

Fig. 36) Prelo cilíndrico *vandercook* no espaço *Artes e Letras Atelier* (imagem do autor).

O processo de impressão iniciou-se com a produção do primeiro cartaz, experimentado no prelo maior, em que Inês Caria e Luís Gomes, ensinaram e ajudaram de como utilizar a máquina tipográfica (Fig. 37). O segundo cartaz em forma de um tríptico, foi impresso na oficina da escola de um modo mais independente. Neste observou-se nos resultados gráficos dos dois prelos que a *vandercook* transferia melhor a tinta. Produzindo o último cartaz, dividido em duas folhas no prelo cilíndrico.

De forma a finalizar as peças gráficas, adiciona-se a cada cartaz a pergunta impressa através de um pequeno carimbo com o corte a laser. Todo o processo de criação, impressão, outras experimentações e posteriormente a afixação dos cartazes, podem ser consultados no *Anexo 2: Processo Geral*.

⁵⁶ Um tipo de prelo com maior precisão em que puxa o papel em torno de um cilindro para imprimir.

⁵⁷ Foi de extrema generosidade por parte dos impressores Inês Caria e Luís Gomes, a utilização do seu espaço em Óbidos, com o seu grande espólio de material tipográfico, para testar a primeira vez a prova de conceito. Que teve bastante relevância para o desenvolvimento do projeto prático.



Fig. 37) Impressões realizadas no prelo *vandercook* (imagem do autor).

A componente modular do tipo na hora da troca da composição, facilitou a escolha só de alguns elementos sem desmontar a totalidade da estrutura (Fig. 38).



Fig. 38) Processo de troca da composição no prelo de provas (imagem do autor).

A intervenção gráfica que durou um dia, aplicaram-se 61 folhas que formam 32 cartazes, das aproximadas 160 impressões realizadas. As mensagens foram afixadas numa lógica de repetição. O texto de cada cartaz, atribui ao espetador uma possível leitura aberta, ao criar múltiplas hipóteses de frases, explorando outros significados. Considerando que esta implementação seria de uma leitura mais fácil para cada cartaz.

Assim terminada a aplicação gráfica dos cartazes, as reivindicações expressas na parede (Fig. 39), funcionam como uma espécie de um mural de manifestos efémeros.



Fig. 39) Implementação da prova de conceito na parede com cartazes tipográficos (imagem do autor).

4.4 Reflexão

A realização experimental da prova de conceito, contribui profundamente para averiguar a sua aplicabilidade gráfica. Afirmando que, o sistema desenvolvido dos tipos móveis com características modulares para a criação, produção e comunicação de cartazes, foi considerado validado, através do projeto de intervenção. No qual, enquanto instrumento de design e comunicação, foi promovido a expressão de mensagens em grande escala do texto, por meio de ampliar as letras, podendo ainda diversificar na composição.

Na produção do tipo móvel com os recursos utilizados, considera-se ter obtido resultados plausíveis. Ainda assim, poderia ter sido interessante ensaiar outras madeiras e métodos de impregnar. Simultaneamente, ao trabalhar em prelos diferentes, reforçou o entendimento do comportamento do próprio tipo averiguando a sua precisão, e a suas diferenças na impressão. Seria interessante experimentar em prelos com áreas de impressão ainda maiores, cujas explorações seriam um contributo com mais valias para o projeto.

Salienta-se que a oportunidade de executar a prova de conceito no espaço das *Artes e Letras Atelier*, reforçou o interesse por esta hipótese de produzir cartazes tipográficos. Realçando, que este contexto oficial, superou as expectativas, e que estimulou formas alternativas de pensar e executar o design, através do trabalho colaborativo, de forma a ajudar, ensinar e partilhar conhecimentos relativos à tipografia tradicional.

Refere-se ainda que a madeira enquanto recurso natural, os tipos podem sofrer ligeiras variações na sua altura, em que alguns componentes não imprimiam na sua totalidade, reforçando a ideia da menor quantidade para um maior controlo no resultado impresso. Outro aspeto de mencionar, ao trabalhar com módulos que formam a letra inteira, impressas em vários papéis. Refletiu-se que as direções opostas do veio da madeira e da fibra do papel, fazem transferir menos tinta, criando uma espécie de resistência. Todavia, este critério deve ser avaliado pelo utilizador.

Considera-se ainda que todo o processo envolvido na criação e produção dos tipos, envolveu um aprofundar mais detalhado, do prelo e do material tipográfico, que se refletiu no modo de como pensar e projetar o cartaz.

Relativamente ao projeto de intervenção gráfica, os resultados visuais, em geral, corresponderam pela positiva. Sobretudo, esta implantação pública na parede, contribui para um entendimento mais aprofundado sobre o protótipo apresentado, foram estudadas três possibilidades de criação gráfica. Em todas as impressões experimentados papéis com cores e gramagens diferentes.

No cartaz *Qual quer lado!* (Fig. 40), foram explorados dois tamanhos de corpo e, a aplicação até duas cores no mesmo suporte. Enquanto o cartaz dividido em três folhas só de uma cor na horizontal, *Revolucionar a mente*. (Fig. 41), testou um corpo de letra mais longo, indo ao encontro com a ideia inicial. No último cartaz *Combater a intolerância* (Fig. 42), utilizou-se o corpo original da letra, em casos com duas cores na mesma tiragem.

Simultaneamente, este projeto reforçou a presença do cartaz como meio de comunicação. Como também, a importância do prelo na criação e difusão de mensagens, enquanto instrumento de design criativo, e catalisador para maior participação do designer, promovendo para uma cidadania cultural.

As long as type and presses continue to be in the hands of those who not only collect, but think of, and use them in a contemporary way, and wider communities are encouraged to utilise the medium to express relevant messages, the prospects for letterpress are good (Ardagh, 2020, p. 39)⁵⁸.

⁵⁸ Tradução livre: “Enquanto os tipos e os prelos continuarem nas mãos daqueles que não só os colecionam, mas também os pensam, e utilizam de forma contemporânea, e as comunidades mais vastas forem encorajadas a utilizar o meio para expressar mensagens relevantes, as perspetivas para a impressão tipográfica serão boas (Ardagh, 2020, p. 39).”



Fig. 40) Duas impressões do cartaz *Qual quer lado!*, uma em papel reciclado A2 (esquerda) e uma em papel jornal A2 (direita) (imagem do autor).



Fig. 41) Impressões separadas em três o cartaz *Revolucionar a mente* em papel reciclado A2 (imagem do autor).



Fig. 42) Impressões separadas em duas o cartaz *Combater a intolerância* em papel kraft A2 (imagem do autor).

REINFORCEMENT

5. Conclusão

Esta dissertação, desenvolveu um trabalho de investigação teórico-prática sobre o cartaz impresso em tipografia tradicional como meio de expressão e intervenção, procurando eixos que promovem o uso desta estratégia em torno da prática do design gráfico actual. O percurso de desenvolvimento de toda a pesquisa revelou ser, mais que um plano de referência e análise, mas uma ação de descoberta, aprendizagem e reflexão.

Através do enquadramento teórico, o recurso a questionários a especialistas e a metodologia adaptada, traçou e reuniu as informações com o propósito de compreender e responder às perguntas: (1) Como pode a técnica de impressão tipográfica funcionar como uma forma de expressão na era digital? (2) Que contribuições alternativas esta tecnologia pode ainda conferir no design de cartaz?

Concluindo, assim, numa democracia, todos os meios são válidos para divulgar convicções, destacando aqui a tipografia tradicional por reforçar o pensamento crítico e criativo no design, cujas contribuições desta técnica no cartaz incidem na reavaliação das suas particularidades, de forma a comunicar mensagens gráficas contextualmente relevantes.

A impressão em tipografia sugere ser mais do que uma técnica, é uma ação de conhecimento, mediador de expressividade e rumo de empoderamento. É uma tecnologia, que possibilita liberdade de criação e oferece um espaço amplo de intervenções e experimentações manuais. Por um lado, a tipografia tradicional para além das suas possibilidades gráficas e plásticas, proporciona outros saberes que promovem as capacidades criativas. Por outro lado, ao trabalhar com o texto físico, atribui a capacidade de expor ideias de forma autónoma, proporcionando uma experiência de responsabilidade, pelas decisões tomadas, do designer como um agente ativo.

Aqui também reforçado pelo objeto cartaz, um suporte versátil que une a liberdade à criação que persiste até aos dias de hoje. A pesquisa intencionou reafirmar o papel do cartaz impresso como meio de comunicação pública.

O resultado das ideias abordadas traduziu-se num projeto, para o qual propôs-se desenvolver um modelo tipográfico com atributos modulares, com o propósito de potenciar a criação de mensagens gráficas em grande escala. Que permitiu atribuir flexibilidade ao tipo móvel, para expandir a letra na sua altura, adaptar à composição e possíveis alterações morfológicas.

Para validar a prova de conceito, realizou-se um pré-teste através de uma intervenção gráfica de cariz social com cartazes numa parede da ESAD.CR., no evento *Youth - Action - Culture Rumo à Democracia Cultural*. Em que foi importante experimentar o tipo em duas

máquinas tipográficas e testado em parte, a sua resistência à pressão efetuada pelos prelos e aos produtos de limpeza. Os resultados obtidos das impressões, implementadas no ambiente público, foram positivos. Perspetivando que este projeto revela ter potencialidades para trabalhos futuros e com outras abrangências.

Considerando que esta investigação é um trabalho contínuo. Espera-se, portanto, que esta dissertação seja uma referência contributiva abrindo novos caminhos e forneça dados úteis nas áreas do design, cartaz e tipografia, tanto nas comunidades académicas como nas profissionais em futuros trabalhos. Incluindo, pondera-se que o projeto prático está em aberto, por ser ainda um protótipo podem ser implementadas algumas melhorias.

Relativamente às limitações do estudo, afirma-se que persistiram algumas dificuldades em encontrar referências bibliográficas, sobre a tipografia o cartaz tipográfico aqui abordado. Igualmente, o acesso a prelos tipográficos em certos momentos, limitando algumas partes da pesquisa. Além disso, considera-se que teria sido interessante experimentar prelos ainda maiores.

Em relação às perspetivas futuras, considera-se útil testar a produção do tipo em outras madeiras e formas de impermeabilização para comparar quais as melhores. Sugere-se com o tipo desenvolvido utilizar em prelos maiores potencializando as comunicações em tamanhos superiores, promovendo também, a inclusão de pessoas de forma cativar e ampliar vozes marginalizadas através de cartazes.

Como também, poder-se-á adotar o tipo modular desenvolvido enquanto recurso educativo no design, para estimular a criatividade em explorações gráficas através de *workshops*. Reforçada essa aplicação, na promoção de valores da democracia.

Por último, sugere-se explorar outras hipóteses modulares para a criação de cartazes com tamanhos maiores. Como também, adicionar ao modelo existente outro que possa expandir nas laterais para funcionarem de forma combinada e introduzir novos elementos, como por exemplo as serifas.

6. Referências Bibliográficas

Amado, P., Silva, A., & Quelhas, V. (2022). *Post-Digital Letterpress Printing: Research, Education and Practice*. Nova Iorque: Routledge.

Ardagh, R. & Middleton, C. (2020). *Reverting to Type 2020: Long Primer*. Londres: New North Press.

Barbosa, C. (2012). *Manual Prático de Produção Gráfica: Para Produtores Gráficos, Designers e Directores de Arte* (3ª ed.). Cascais: Principia Editora.

Barbosa, M. H. (2011). *Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX* (Tese de Doutoramento). Universidade de Aveiro, Aveiro.

Barnicoat, J. (1997). *Posters – A Concise History*. Reino Unido: Thames & Hudson.

Blauvelt, A. & Lupton, E. (2011). *Graphic Design: Now in Production*. Nova Iorque: Walker Art Center.

Bom, M. (2013). *A praxis e a teoria no design gráfico de Robin Fior* (Tese de Doutoramento). Universidade de Lisboa e Faculdade de Belas-Artes, Lisboa.

Bringhurst, R. (2019). *The Elements of Typographic Style* (4ª ed.). Canada: Hartley & Marks, Publishers.

Carta do Porto Santo. (2021). *A cultura e a promoção da democracia: para uma cidadania cultural europeia*. Porto Santo: CPS.

Drucker, J. & McVarish, E. (2009). *Graphic Design History: A Critical Guide*. Estados Unidos da América: Pearson Education.

Eskilson, S. (2007). *Graphic Design: A New History*. New Haven: Yale University Press.

Erlhoff, M. & Marshall, T. (2008). *Design Dictionary: Perspectives on Design Terminology*. Basileia: Birkhäuser.

- Guffey, E. (2015). *Posters: A Global History*. Londres: Reaktion Books.
- Heller, S. & Vienne, V. (2003). *Citizen Designer: Perspectives on Design Responsibility*. Nova York: Allworth Press.
- Hollis, R. (1994). *Graphic Design – A Concise History*. Londres: Thames & Hudson.
- Jury, D. (2011). *Letterpress: The Allure Of The Handmade* (2ª ed.). Suíça: RotoVision.
- Lobo, T. (2001). *Cartazes Publicitários: Coleção da Empresa de Bolhão* (pp. 26-53). Lisboa: Edições Inapa.
- Lupton, E. (2015). *How Posters Work*. Nova Iorque: Smithsonian Design Museum.
- Lupton, E. (2010). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students* (2ª ed.). Nova Iorque: Princeton Architectural Press.
- Moles, A. (1969). *O Cartaz*. São Paulo: Editora Perspectiva.
- Monteiro, J. & Dias, R. (2016). *Manual Prático do Tipógrafo*. Coimbra: Tipografia Damasceno.
- Muller-Brockmann, J. & Yoshikawa, S. (1971). *History of the Poster*. Londres: Phaidon Press.
- Ramalho, L. & Rebelo, A. (2016). *Teatro em Cartaz: A coleção do Teatro Nacional D. Maria II, 1853-2015*. Lisboa: Teatro Nacional D. Maria II.
- Rivers, C. (2010). *Little Book of Letterpress*. São Francisco: Chronicle Books.
- Silva, H. (2019). *Que Força É Essa – Protesto e participação democrática em Portugal: Cartazes artesanais do Arquivo Ephemera*. Lisboa: Tinta da china
- Sontag, S. (1970). Poster: Advertisement, Art, Artifact, Commodity. In Bierut, M., Helfand, J., Heller, S., & Poynor, R. (1999). *Looking closer 3: Classic Writings on Graphic Design* (pp. 196-218). Nova Iorque: Allworth Press.
- Timmers, M. (1998). *The Power of the Poster*. Londres: V&A Publications.

6.1 Bibliografia

- Armstrong, H. (2009). *Graphic Design Theory: Readings from the Field*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.
- Barbosa, S. (2016). *O Cartaz Serigráfico* (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Artes Aplicadas, Castelo Branco.
- Diogo, M. (2017). *A Tipografia de Caracteres Móveis no Contexto da Produção Editorial Contemporânea* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Dunn, A. & MacPhee, J. (2012). Selling Freedom: Early Twentieth-Century Anarchist Broad-sides. In *Signal: 02 A journal of international political graphics & Culture*. Califórnia: PM Press.
- Elam, K. (2007). *Typographic Systems*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.
- Farias, P. (2013). *Tipografia digital: O impacto das novas tecnologias*. Brasil: 2AB Editora.
- Foster, J. (2006). *New Masters of Poster Design: Poster Design for the Next Century*. Gloucester: Rockport Publishers.
- Gonçalves, Â. (2021). *O potencial da tipografia tradicional para o Design: desenvolvimento de um conjunto modular de tipos móveis* (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Media Artes e Design, Porto.
- Heller, S. (2004). *Design Literacy: Understanding Graphic Design* (2ª ed.). Nova Iorque: Allworth Press.
- Heller, S. & Vienne, V. (2012). *100 Ideas that Changed Graphic Design*. Londres: Laurence King Publishing.
- Leborg, C. (2006). *Visual Grammar*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.
- Lourenço, M. (2019). *Do Papel ao Movimento: O Cartaz Animado em Contexto de Design de Comunicação* (Dissertação de Mestrado). Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Meira, A. (2014). *Processos de Produção Gráfica em Vias de Extinção* (Dissertação de

Mestrado). Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha.

Moura, M. (2018). *O Design Que O Design Não Vê*. Lisboa: Orfeu Negro.

Munari, B. (1968). *Design e Comunicação Visual*. Lisboa: Edições 70.

Munari, B. (2008). *Design as art*. Londres: Penguin Modern Classics.

Paiva, A. (2018). *(Re)parar e (Re)pensar: O Poster Como Meio de Crítica e Consciencialização Social* (Dissertação de Mestrado). Universidade Europeia, Lisboa.

Pinto, A. (2015). *O Design Gráfico no Contexto da Estratégia de Guerrilha: A Guerrilha como Dispositivo de Comunicação Crítica* (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha.

Rand, P. (1985). *Paul Rand: A Designer's Art* (1ª ed.). Londres: Yale University Press.

Relvas, A. (2019). *O Cartaz Como Forma de Expressão: Pesquisa e Prática na Oficina Arara* (Dissertação de Mestrado). Escola Superior de Artes e Design, Caldas da Rainha.

Salter, C. (2020). *100 Posters That Changed The World*. Londres: Pavilion Books.

Samara, T. (2002). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop*. Gloucester: Rockport Publishers.

Shaughnessy, A. (2009). *Graphic Design: A User's Manual*. Londres: Laurence King Publishing.

Weingart, W. (2000). *Typography: My Way to Typography*. Suíça: Lars Müller.

Willen, B. & Strals, N. (2009). *Lettering & Type: Creating Letters and Designing Typefaces*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press.

6.2 Webgrafia

Associazione Archivio Tipografico. (s.d.). [Blog]. Consultado a 4 de fev. 2023. Disponível em <https://archiviotipografico.it/en-GB/collection/types/intermezzo>

Blauvelt, A. (2008). *The Persistence of Posters*. Walker Art Center. Consultado a 12 de set. 2020. Disponível em <https://walkerart.org/magazine/the-persistence-of-posters>

Bruinsma, M. (2004-2006). *Cultural Catalysts, Cultural Agency*. Design Open Data. Consultado a 5 de nov. 2022. Disponível em <https://designopendata.wordpress.com/portfolio/cultural-catalysts-cultural-agency-2004-max-bruinsma/>

Bryson, J. (2022). *Large-scale letterpress printer gives voice to Bradford*. BBC News. Consultado a 7 de mai. 2023. Disponível em <https://www.bbc.com/news/uk-england-leeds-63348847>

Crowley, D. (2016, Março). *Is the Poster Dead, or Just Remediated?*. Royal College of Art. Consultado a 11 de set. 2022. Disponível em <https://www.rca.ac.uk/news-and-events/rca-stories/poster-dead-or-just-remediated/>

Crowley, D. (2016, Verão). *I am a poster*. *Eye*, 23(92). Consultado a 15 de jun. de 2022 Disponível em <https://www.eyemagazine.com/feature/article/i-am-a-poster>

Cool Hunting. (2009). *Grafica Fildalga* [YouTube Channel]. Consultado a 10 de out. de 2023. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=kI5RekPMh_c

Daichendt, J. (2017). *The History and Art of Protest Posters*. KCET. Consultado a 26 de mai. 2022. Disponível em <https://www.kcet.org/the-history-and-art-of-protest-posters>

Eye Magazine (2012). *Lay out – speak out*. *Eye* (84). Consultado a 3 de fev. de 2022. Disponível em <https://www.eyemagazine.com/blog/post/lay-out-speak-out>

Fuller, J. (2014). *The Humble Poster*. [Blog]. Consultado a 13 de abr. 2022. Disponível em <https://jarrettfuller.com/projects/poster>

Graaf, K. (2017). *A voice, of sorts*. Design Manchester. Consultado a 30 de jun. de 2022. Disponível em <https://designmcr.com/a-voice-of-sorts>

Guffey, E. (2019). *The Poster's Place on the Planet*. Print Magazine. Consultado a 11 de abr. 2022. Disponível em <http://www.printmag.com/daily-heller/the-posters-place-on-the-planet/>

Heller, S. (2004). *Graphic intervention*. Typotheque. Consultado a 7 de set. de 2022. Disponível em https://www.typotheque.com/articles/graphic_intervention/

Hinojosa, L. (2011). *Violencia (Violence) - Juan Carlos Romero*. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Consultado a 27 de jun. de 2023. Disponível em <https://www.museoreinasofia.es/en/collection/artwork/violencia-violence>

Hollis, R. (1999), *Revolutionary language*. *Eye*, 8(32). Consultado a 30 de fev. de 2023. Disponível em <https://www.eyemagazine.com/feature/article/revolutionary-language>

Howard, A. (1994). *There is such a thing as society*. *Eye*, 4(13). Consultado a 5 de out. 2022. Disponível em <https://www.eyemagazine.com/feature/article/there-is-such-a-thing-as-society>

Lins, R. (2016). *Marginais Heróis*. Museu da Casa Brasileira. Consultado 28 de jun. de 2023. Disponível em <https://mcb.org.br/pt/programacao/exposicoes/mostra-marginais-herois/>

Lippert, A. (2017). *What is a poster?*. Poster House. Consultado a 8 de abr. 2022. Disponível em <https://posterhouse.org/blog/what-is-a-poster/>

Marotta, Y. (s.d). *Mais amor por favor*. [Blog]. Consultado a 22 de out. 2023. Disponível em <https://maisamorporfavor.com.br/?ref=ygormarotta.com>

Middleton, C. (2022). *Circle Square Triangle – Modular Printing*. Letterpress Workers. Consultado a 29 de jan. 2023. Disponível em <https://letterpressworkers.org/circle-square-triangle-modular-printing/>

Munro, S. (2022). *Strikethrough: Typographic Messages of Protest*. Letterform Archive. Consultado a 30 de jun. de 2023. Disponível em <https://letterformarchive.org/shop/strike-through-typographic-messages-of-protest/>

New North Press. (s.d). *Reverting to Type 2020: Protest Posters*. [Blog]. Consultado a 10 de fev. de 2021. Disponível em <https://new-north-press.co.uk/project/reverting-to-type-2020-protest-posters/>

Partners in Print. (s.d). *What Is Letterpress?*. [Blog]. Consultado a 16 de fev. de 2023. Disponível em <https://partnersinprint.org/what-is-letterpress/>

Porto Santo Charter. (s.d). *The 2023 Conference - The Youth Action Culture*. [Blog]. Consultado a 7 de out. de 2023. Disponível em <https://portosantocharter.eu/the-2023-conference/>

Poynor, R. (1999). *First Things First Revisited*. Emigre (51). Consultado a 10 de out. 2022. Disponível em <https://www.emigre.com/Essays/Magazine/FirstThingsFirstRevisited>

Poynor, R. (2012). *Why the Activist Poster is Here to Stay*. Design Observer. Consultado a 9 de jul. 2022. Disponível em <https://designobserver.com/feature/why-the-activist-poster-is-here-to-stay/36068>

PrintMag (2016). *Authoritative! Sensational! History of the Public Notice*. PrintMag. Consultado a 19 de mai. 2022. Disponível em <https://www.printmag.com/culturally-related-design/authoritative-sensational-history-of-the-public-notice/>

Samara, M. & Baptista, T. (2010). *Os Cartazes na Primeira República* (pp. 9-19). Lisboa: Tinta-da-china. Consultado a 2 de jan. 2022. Disponível em <https://tintadachina.pt/wp-content/uploads/CARTAZES-NA-PRIMEIRA-REP%C3%9ABLICA.pdf>

Split. (s.d.). *Brico.01 Giant Letterpress Prints – by Oli Bentley, Anthony Burrill & Thomas Mayo*. [Blog]. Consultado a 12 de dez. 2022. Disponível em <https://www.split.co.uk/product/brico-01-giant-letterpress-prints-by-oli-bentley-anthony-burrill-thomas-mayo/>

Toppins, A. (2020). *Beyond the Bauhaus: I AM A MAN*. AIGA Design Educators Community. Consultado a 30 de jul. de 2022. Disponível em <https://educators.aiga.org/beyond-the-bauhaus-i-am-a-man/>

Wrong Wrong Magazine. (2015). *Todo o Cartaz é Político*. [Blog]. Consultado a 18 de nov. 2021. Disponível em <https://wrongwrong.net/brevess/todo-o-cartaz-e-politico>

(s.a.). (s.d). *Lambe-Lambe: de peça publicitária a elemento de arte urbana*. [Blog]. Consultado a 22 de out. 2023. Disponível em <https://lambelambewebdoc.wordpress.com/>

7. Anexos

Anexo 1: Questionários

Amos Paul Kennedy Jr. (USA).

Respondido no dia 23 de fev. de 2022.

1. What makes letterpress printing relevant after so much technological evolution, worthy of being revived?

There is still a great deal of letterpress equipment and supplies in the world.

It is operational and can be used to put the message in the hands of the people.

2. Why produce posters around the protest with letterpress printing process and how can the technique itself enhance social expression?

Why not? Where there is injustice, we must confront it. Letterpress printing is just one way to confront injustice.

3. Can letterpress printing be used as a medium for social expression nowadays?

Letterpress printing IS a medium for social expression. Letterpress printers around the world use their presses to bring about progress.

4. What are the general reasons for choosing and using this technique in this scenario when there are other less time-consuming production methods? What unique qualities are relevant not found in other, newer print media?

For me it is the availability of letterpress printing. As long as the message gets to the audience its delivery is timely.

5. What are the pros and cons of the letterpress printing process and its impact on contemporary poster design?

Putting the message in the hands of the people is the pro. There are no cons.

6. Is the printed poster considered or not a reason to help in the preservation and use of this technique in the face of digital communication, applied in the social scenario?

Why throw away something that works? We believe that more and faster is better. But is it? Slow down.

7. In the production of a letterpress poster in this scenario, what characteristics are relevant in the articulation of the design and message, that is, what principles do you use to define the format, typography, composition and color? Indicate your preferences. People MUST be able to read the message. Nothing is more important than that.

8. What will be the fate of this type of printing and technique in the face of the domain of digital technologies, is it a transitory trend or does it contain capabilities that can value to be introduced in design?

Everything must die. But letterpress printing will be here for at least another 100 years.

Anthony Burrill (UK).

Respondido no dia 25 de jan. de 2022.

1. What makes letterpress printing relevant after so much technological evolution, worthy of being revived?

Letterpress printing is still relevant in the way it connects us back to the origins of print. The physicality of the process produces a unique look and feel. The aesthetics aren't the only consideration however. I'm drawn to using the process as it provides a tangible link between my work and the history of visual communication. Since my days in pre-digital art education I've always responded to the physical traces of work produced by mechanical processes and techniques. My inspiration is drawn from work outside the confines of what we know as 'graphic design'.

2. Why produce posters around the protest with letterpress printing process and how can the technique itself enhance social expression?

Again I'm drawn to the historic connections of letterpress. A couple of years ago I was re-searching a project about the Suffragette movement in Britain. The visual record is incredible, women out protesting on the streets dressed in Edwardian clothes carrying bold letterpress posters. I was struck between the power of the printed messages and the typography employed. I'm drawn to these historic typefaces for their connection with protest and their human qualities of warmth and imperfection. The fact that these letterforms were drawn over one hundred years ago and produced manually using machinery and wood as a material gives the printed work a feeling of depth, authenticity and humanity.

3. Can letterpress printing be used as a medium for social expression nowadays?

I believe it can. Letterpress typefaces give the messages they deliver a disarming quality. The message is delivered with an aesthetic quality that reinforces the tone of voice of the protestor.

4. What are the general reasons for choosing and using this technique in this scenario when there are other less time-consuming production methods? What unique qualities are relevant not found in other, newer print media?

I think you can see the time and effort put into producing work using traditional techniques. I'm also a huge fan of super quickly made placards that deftly communicate a message with immediacy and clarity. I think there are many ways of getting your message across, just don't do it in a boring way!

5. What are the pros and cons of the letterpress printing process and its impact on contemporary poster design?

One aspect of letterpress is its inbuilt green credentials. There is minimal waste produced during the print process, and even the 'mis-prints' are aesthetically pleasing. Wood type is used over and over again to set type, with the form being dismantled after every print run. Letterpress does give a similar look and feel no matter who is using it, so that may impact on the individual designer's own 'style'. But I think that's something that each designer needs to assess personally. Letterpress has become firmly linked with my output as an artist and designer, it's something I'm aware of and develop within my practise.

6. Is the printed poster considered or not a reason to help in the preservation and use of this technique in the face of digital communication, applied in the social scenario?

People like posters, a physical reminder of an idea or a moment. Digital is great for sharing images, but you only really feel like you own a piece of work if you have a tangible object in your hand. That's my personal opinion! I think the continued popularity of printed posters connects with our inbuilt need to possess objects that are significant to us and reflect our personality and how we want to project that to others through the things we live with.

7. In the production of a letterpress poster in this scenario, what characteristics are relevant in the articulation of the design and message, that is, what principles do you use to define the format, typography, composition and color? Indicate your preferences.

I work within a fairly strict set of rules that I've drawn up for myself to give my work a coherence and sense of unity. I use a handful of typefaces that are drawn from wood type examples found in my local print workshop. I use a limited colour palette, primarily black and white with occasional accents of yellow and red. I think this approach gives me boundaries to work within which forces me to be creative with how I use these simple elements. When I view my work as a whole I want it to have a strong visual relationship that connects my ideas and way of working. I want there to be a link between a small postcard and a building size mural. Each piece should feel like a piece of a jigsaw puzzle that connects together to make a larger whole.

8. What will be the fate of this type of printing and technique in the face of the domain of digital technologies, is it a transitory trend or does it contain capabilities that can value to be introduced in design?

Print will always be around and valued, maybe even more so in the digital landscape. People need a break from the constant barrage of digital information. Physical printed objects,

whether they're books or posters, cater to that need for a feeling of nourishment that digital means cannot satisfy.

Dafi Kühne (CH)

Respondido no dia 10 de fev. de 2022. (Questionário adaptado em entrevista: videochamada.)

1. What makes letterpress printing relevant after so much technological evolution, worthy of being revived?

Dafi: I don't think it is specifically letterpress that it's not that one technology that it's worth being revived. For typography, letterpress holds all the history of that we are building upon still today. So, for anything that is typographically layout, we built upon the five hundred years history of letterpress printing. Now, you don't need to know the full history of that, but it's important to know a little bit of that, because in typography specifically, there are many rules, that was a historical evolution. In my opinion, it is important to know the rules to break the rules. I mean, this is just an easy sentence. But I really believe in that, I think, more than other fields, in typography it is important to know the rules to break them; it makes sense to know a little of that history, which's in the rules, we still apply on digital typography, it's still used today. So, that is a historical relevance. Now, because we are so far away from the production today and we work with the computer all day long. I think a lot of younger designers want to fill the connection to the final product again. And letterpress is one, not the only but one to hold, that helps you to get this connection to the produced product, to the final product. Because in letterpress printing, I, myself can produce the whole edition. I can also do this on a silkscreen, I can also use a risograph for that. There's many different tools that can do that, letterpress is just one-off them.

Daniel: I see you use a lot of linocuts to create letters, and that's another one.

Dafi: Exactly. Letterpress is a technology that offers a lot of possibilities you can use so many different materials to print with. Letterpress is the only, or I say, the most flexible technology to use different materials. In silkscreen for example, you can print on any material. You can print on glass, on concrete, on wood, on paper, on textile. But you can only print with the silkscreen, the screen. In letterpress, you cannot print on all these substrates. You can't print on concrete, it doesn't work. But you can print with concrete, and you can print with wood, on paper or on thin textile maybe. So, that is the thing I am fascinated with because gives me so much room for as a designer, to design with.

2. Why produce posters around the protest with letterpress printing process and how can the technique itself enhance social expression?

Dafi: It's basically what I said before. Letterpress is a very good tool for somebody to make

their own work. You can produce your own work, I can work with my children, they can produce a poster. It's going to look different if I didn't, but that's exactly the point. If I am protesting, I want to hear your voice, and I want to hear my kid's voice, and I want to hear my voice, and each voice is different. And if you produce with the hand-cut linoleum because that's your voice, that's your visual language, that's very direct. And see as a very primitive tool of autonomous production. So, if I'm a punk and have a message, and I want to protest, that I can make my own poster, super easy. While, if I need to go an offset printing it's different, it's more work. I can do it with an inkjet printer with digitally today, but I need access and I need electricity, and I need all that stuff. So, depending on what is available. What the other makes more sense, but for me, its letterpress, a very direct tool, and it reflects my voice. Because I'm producing or I'm typesetting. That's the interesting thing.

3. Can letterpress printing be used as a medium for social expression nowadays?

Dafi: It can. And I'm getting back to the point, where we started. I said, letterpress is one tool that can do this. But it's not the only tool. And it was easily available. And has you know, the prices of the letterpress are going up. So, at some point, it will not be easily available, because young people can't afford it. But when I start my business, twelve years ago, a press it didn't cost any money. But now if a press cost you three thousand euros or five thousand euros. (...). I was interest in getting into letterpress printing because it was easily available for me as a student. (...). And if gets expensive that is not interesting for young people and it's not interesting for people to do it yourself mentality doesn't work anymore. But there are other technologies that are still cheap. Silkscreen printing, you can still find this stuff cheap, because not many people doing any. So, they will be a point where it's easier to get a cheap laser printer, or a cheap risograph, or a cheap silkscreen table, rather than a cheap letterpress printing. And that's something it's a pity! If young people want to start and they can't afford it. But also, what is very important for me is, you don't need to own this stuff, you can share, one press and people. And that's how should work. So, I think in that aspect, as long as people get access to it, then it's a cool tool. But it's not the only tool.

4. What are the general reasons for choosing and using this technique in this scenario when there are other less time-consuming production methods? What unique qualities are relevant not found in other, newer print media?

Dafi: The thing is this. I design on the computer, it is easy, everybody today, I mean, not in the world, but everybody, let's say, in Europe has access to a computer somehow. Design students have access to a computer. You can have a cheap computer, you can have a good computer or every computer you can run somehow, Photoshop or freeware, whatever. You

will find ways to design on a computer. And in the computer, you have all the freedom, you can do anything. This doesn't make people more creative. Restrictions are always a booster for creativity, especially for designers. Designers work with restrictions, there is budget, there's time, there's the medium, there technical restrictions. And again, it doesn't matter if you choose silkscreen or if you choose letterpress or if you choose risograph or if you choose inkjet printing. But you work with these restrictions. So, of course, there are faster techniques, of course, there are cheaper techniques, but faster and cheaper it's not an argument today.

5. What are the pros and cons of the letterpress printing process and its impact on contemporary poster design?

Dafi: There's only one big pro. The big pro is full control. You have full control, I'm a designer. Designing for me, is not just making virtual. I say virtual, in sense of digital layout. Designing is making the whole thing. Making it, choosing the paper quality, choosing the ink tone on the paper. This is design. I wanna control the design. I can also control if I do offset printing. I go to the offset print shop, I choose the paper, I discuss the colours. All of that also can work, but the problem is. Many people don't do it because is too much work, it's too expensive. But I like the full control and the autonomy, I, myself I do the thing. That's the thing that I like about the letterpress.

6. Is the printed poster considered or not a reason to help in the preservation and use of this technique in the face of digital communication, applied in the social scenario?

Dafi: It doesn't have to be the poster. I think in the commercial sense it's probably Letterpress printing has one quality that, besides the thing I was explaining with the different material you can print with, It's also letterpress is pressing an object into paper, and I don't like the impression, because it doesn't make sense for a poster, but it makes sense for a business card. And there I think commercially, letterpress has a future in production little cards. And I'm not doing this. But a lot of people are doing this, and that sense. The poster as a medium is not ideal for letterpress printing. It's not the best medium. I liked it because is a huge challenge to make large posters and large linocuts and that's what I enjoy. But I don't make myself easy, it's like a lot of work, but if you do, let's say small cards and little book covers and things like that. So, I don't think, poster will be the medium, that saves letterpress in that sense.

7. In the production of a letterpress poster in this scenario, what characteristics are relevant in the articulation of the design and message, that is, what principles do you use

to define the format, typography, composition and color? Indicate your preferences.

Dafi: There's basically just one factor that defines all that. And that factor is called semantic typography. So, semantic typography is connecting the content to the form. So, I'm saying, punk concert. The form needs to look, wild and dark and super crazy, because it's punk. I'm saying, classical music. The form it's different, as some rhythm but it's very more harmonic. And that's the thing. So, semantics decide about the choice of forms, of typography, of letters. Semantics decide about the colors. Semantics decide the appearance on paper. The paper itself is a rough or it's super smooth. So, all that is decided by the factor that is called semantics. So, what is good typographic design, in my opinion, it's semantic typography, never style.

8. What will be the fate of this type of printing and technique in the face of the domain of digital technologies, is it a transitory trend or does it contain capabilities that can value to be introduced in design?

Dafi: Who knows what the future brings? But it really depends on: A) availability and B) the interest of people of taking this as a serious design instrument. Not just something to play around with, because I don't see letterpress printing as something to play around with, I see it as serious piece of professional technology. So, I take it quite seriously, but I'm not sure if a younger generation will do that as well. So, I can't tell you, how important that will be in ten or fifteen or twenty years. I think the relevance toward the history is still given, and if the stuff is still available, then it makes sense. But what happens if the first generation of letterpress printers is gone, or the last real generation of letterpress printers were being gone in very soon. Now, there's people like me, that are second-hand letterpress printers and I think I take it quite seriously, but it will definitely, water down the knowledge. If you go to a museum, sometimes there is a fifty-year-old person explaining this stuff. And I think, this is not how really works but, ok that's all you know. And that's the thing like, these are second-hand letterpress printers, also and is go water down. And at some point, it's just playing around, there it doesn't make sense anymore. The good thing, analogue technology, I mean in the complexity of letterpress printing is something you can learn yourself. I mostly, I mean, not true but, learn from talking to older people and trying out my own stuff. And you can do the same thing. And in ten years from now, somebody can do the same thing. As long there's access to the materials and the material is still running, you can learn. And that's a cool thing about analog technology.

Coletivo Homem do Saco: Ricardo Castro (PT).

Respondido no dia 25 de fevereiro de 2022.

1. O que torna a técnica de impressão de caracteres móveis relevante após tanta evolução tecnológica, digna de ser revivida?

Tão relevante quanto uma mancha de um pincel ou o traço de um grafite. Tentamos atrasar o seu afinamento. Ao mesmo tempo, gostamos de sujar as mãos e de todo o trabalho manual envolvido.

2. Por que razão produzem cartazes em torno do protesto atualmente com este processo de impressão e como pode a técnica em si potenciar a expressão social?

Escolhemos o cartaz e algum protesto como objecto em si, não mentalizamos antecipadamente a escolha da técnica em particular. A serigrafia, a tipografia e a gravura são as que estão mais à mão. Além disso, há toda uma tradição, em que nos revemos, do cartaz de protesto feito com recurso a técnicas manuais.

3. A impressão tipográfica através de caracteres móveis pode ser usada como um *medium* para a expressão social na atualidade?

Claro, sempre.

4. Quais os motivos gerais da escolha e uso desta técnica neste cenário quando existem outros métodos de produção menos demorados? Que qualidades únicas são relevantes não se obtém em outros meios de impressão mais recentes?

Não conhecemos outra(s) técnicas que pela sua velocidade nos dêem mais conforto e surpresa visual.

5. Quais são os prós e contras do processo de impressão com caracteres móveis e o seu impacto no design do cartaz contemporâneo?

Nada contra e nada a favor: com a técnica remexe-se e aldraba-se os dados de tudo aquilo que já foi feito. As limitações da técnica, como o facto de termos que trabalhar com um número limitado de famílias tipográficas e só em determinados corpos, obriga-nos a procurar soluções inventivas e diferenciadoras.

6. O cartaz impresso é ou não considerado uma mais-valia para ajudar na preservação e utilização desta técnica face à comunicação digital, aplicado no cenário social?

A tradição do cartaz tipográfico em Portugal não é significativa, sobretudo na escala. En-

veredamos pela serigrafia por permitir formatos maiores, e, quando possível, acoplamos a tipografia. Por aquilo que temos visto em pessoas que têm o primeiro contacto com a técnica, o cartaz, pela maior facilidade de composição e impressão, é um formato bastante apelativo e sedutor, permitindo obter resultados razoáveis mesmo havendo pouca experiência.

7. Na produção de um cartaz tipográfico neste cenário, que características são relevantes na articulação do design e mensagem, ou seja, quais os princípios que usa para definir o formato, a tipografia, a composição e a cor? Indique as suas preferências.

-

8. Qual será o destino deste tipo de impressão e técnica face ao domínio das tecnologias digitais, é uma tendência transitória ou contém capacidades que valorizam para se introduzir no design?

-

Joana Monteiro (PT).

Respondido no dia 18 de fev. de 2022.

1. O que torna a técnica de impressão de caracteres móveis relevante após tanta evolução tecnológica, digna de ser revivida?

Todas as técnicas são válidas, quando utilizadas de forma adequada ao projeto que temos em mãos. Desenvolvo os meus trabalhos utilizando várias técnicas e misturando-as, dependendo do resultado pretendido e dos meios que tenho à minha disposição. Também costumo utilizar os tipos móveis para criar composições gráficas, que imprimo num prelo manual, digitalizo e continuo a trabalhar com auxílio do computador. São ferramentas que tenho à minha disposição e utilizo conforme me é mais conveniente.

É ainda relevante aprender a técnica que deu origem à tecnologia e aos programas de design, como os conhecemos hoje, pois facilita a sua aprendizagem. Do ponto de vista da pedagogia é mais fácil perceber o porquê da existência de grelhas, incontornáveis na tipografia tradicional, e compreender a origem etimológica dos termos associados ao design gráfico, comuns à técnica de impressão com caracteres móveis e aos programas de computador. As restrições associadas à tipografia com caracteres móveis dão também origem a exercícios gráficos que também nos ajudam a compreender a história do design gráfico, o porquê de determinado resultado, a ausência de composições livres.

Logo a relevância está na adequação ao conceito que determinamos e ao ensino do design gráfico.

2. Por que razão produzem cartazes em torno do protesto atualmente com este processo de impressão e como pode a técnica em si potenciar a expressão social?

(A mesma resposta na pergunta 3).

3. A impressão tipográfica através de caracteres móveis pode ser usada como um *medium* para a expressão social na atualidade?

Os cartazes desenhados para manifestações, eram muitas vezes no passado construídos de forma espontânea, com as técnicas manuais disponíveis no momento. Por isso vemos tantos cartazes de protesto feitos em serigrafia e também com caracteres móveis. Se desejarmos recriar graficamente um estilo gráfico específico de uma época, recorrer à mesma técnica utilizada nesse período pode ajudar. Mas não creio que no presente, observando os meios utilizados para difusão rápida de palavras de ordem, faça sentido utilizar esse recurso estilístico. A impressão digital e as redes sociais são mais eficazes para este propósito. Ou seja, o recurso à técnica faz sentido, mas imitar um resultado gráfico para um propósito que se quer imediato, na minha opinião, é desnecessário.

4. Quais os motivos gerais da escolha e uso desta técnica neste cenário quando existem outros métodos de produção menos demorados? Que qualidades únicas são relevantes não se obtém em outros meios de impressão mais recentes?

Algumas opções podem obrigar ao uso desta técnica, como por exemplo a utilização de papéis artesanais, que não podem entrar nas máquinas offset ou digital. Há determinados resultados que conseguimos obter com recurso aos caracteres móveis ou à zincogravura, como por exemplo os relevos. Mas os motivos podem ser meramente relacionados com escolhas mais pessoais. A forma como escolho ocupar o meu tempo, enquanto estou a trabalhar, é, para mim, muito importante para o meu bem-estar. O trabalho é mais prazeroso se estiver na Tipografia Damasceno. Não é apenas pela técnica ou pelo resultado, mas pela possibilidade de o fazer. E os resultados vão surgindo naturalmente, como se estivesse a jogar uma espécie de jogo com peças que vou encontrando à minha volta. É um privilégio que não quero desperdiçar.

5. Quais são os prós e contras do processo de impressão com caracteres móveis e o seu impacto no design do cartaz contemporâneo?

Não pondero prós e contras. Tomo decisões por impulso. Naturalmente que os prazos determinam logo se é ou não possível permitir-me perder-me no meio dos tipos móveis. Tudo o que se está a fazer neste momento é contemporâneo, seja de que modo for. Não creio que seja possível analisar esse impacto agora. Talvez mais tarde.

Há muitas possibilidades e recursos. Os designers fazem as suas escolhas. Estas escolhas podem ser condicionadas por nós mesmos ou pelos meios que temos à nossa disposição. Utilizo tipos móveis para realização de cartazes porque posso. Mas creio que é bastante residual.

6. O cartaz impresso é ou não considerado uma mais-valia para ajudar na preservação e utilização desta técnica face à comunicação digital, aplicado no cenário social?

Utilizar uma técnica ajuda a preservá-la, claro. Mas não tenho uma perspetiva museológica de preservação da técnica associada aos caracteres. A comunicação digital é um recurso fundamental no presente. O cartaz impresso vem reforçar a mensagem. Serve muitas vezes de complemento e confere alguma legitimidade à mensagem transmitida, à instituição que a transmite. No caso dos cartazes associados a manifestações, por exemplo, é um meio necessário, pela facilidade de leitura. Mas foram provavelmente os meios digitais que possibilitaram que a manifestação acontecesse. Logo, todos os meios são válidos.

7. Na produção de um cartaz tipográfico neste cenário, que características são relevantes na articulação do design e mensagem, ou seja, quais os princípios que usa para

definir o formato, a tipografia, a composição e a cor? Indique as suas preferências.

Quando trabalho na Tipografia Damasceno tento utilizar os materiais que estão disponíveis. Utilizo muitas vezes restos de resmas de papéis. Isto porque para construção de cartazes raramente imprimo nas máquinas impressoras os exemplares finais. Imprimo no prelo a base (por vezes apenas o título), trabalho e desenvolvo o projeto gráfico no computador e depois o cartaz é impresso em gráficas variadas, de acordo com a escolha do cliente. Neste caso tento utilizar papéis *uncoated*, pouco calandrados ou reciclados, tanto pela questão ecológica, como pelo aspeto final. Papéis *coated* não revelariam tão bem o aspeto da impressão manual dos tipos móveis. Seria contraditório.

Costumo utilizar sempre formatos convencionais, para melhor aproveitamento do papel, que chega às gráficas em tamanhos standardizados.

Os tipos de letra são os existentes na Tipografia Damasceno. Adquiri há tempos mais algumas caixas de tipos de madeira grandes, que tenho utilizado nos últimos cartazes produzidos. A composição depende dos conteúdos a colocar no cartaz. Costumo escolher as cores de forma intuitiva. Não há regras nem convenções. Quando imprimo na Tipografia Damasceno, tento utilizar restos de tintas já misturadas, que secam mais rápido por não estarem acondicionadas nas latas. Ou seja, aproveito as cores existentes, para diminuir o desperdício. Também tento trabalhar de forma o mais autónoma possível, sem pedir ajuda ao Rui Damasceno (tipógrafo, dono da tipografia). Logo, trabalho com cores diretas, das latas existentes, sem misturar para aproximar de algum tom específico. Nalguns casos, durante o processo de impressão manual, acabo por afinar alguma cor, porque percebo, durante o processo, que o resultado seria beneficiado com alguns ajustes de cor. Mas de uma forma geral a escolha é aleatória, deixada à sorte do que está mais à mão. Não tenho preferências. Pode acontecer que, em vários trabalhos meus, surjam cores semelhantes: azul caneta bic, vermelho escurecido, etc. São as cores que existem na Tipografia Damasceno.

8. Qual será o destino deste tipo de impressão e técnica face ao domínio das tecnologias digitais, é uma tendência transitória ou contém capacidades que valorizam para se introduzir no design?

Não sei responder a esta pergunta. Mas a técnica nem sempre é condicionante do estado da arte.

Jorge dos Reis (PT).

Respondido no dia 20 de jan. de 2022. (Questionário adaptado em entrevista: via chamada.)

1. O que torna a técnica de impressão de caracteres móveis relevante após tanta evolução tecnológica, digna de ser revivida?

Jorge: Todas as atividades projetuais fazem uso de tecnologias tradicionais e tecnologias contemporâneas, convivendo, reformulando-se, coadjuvando-se, isso acontece em várias atividades. Também no caso do design gráfico, a tipografia de caracteres móveis e tipografia digital, entram numa colisão positiva, coadjuvando-se e obviamente contribuindo para o próprio projeto na sua globalidade. Portanto, a utilização dos caracteres móveis e da tipografia tradicional, cumprem propósitos diferentes da tipografia digital. Nesse sentido a utilização dos caracteres móveis gera então a especificidade de nos representar no próprio tempo, da nossa profissão, gerando uma relação com o texto, mais de uma natureza táctil e também tridimensional, tendo em conta precisamente as características físicas dos caracteres móveis de madeira e de chumbo. Essa ponte com o passado afasta na verdade esta técnica, a mesma técnica que o Gutenberg utilizou quando imprimiu a sua bíblia, estamos a utilizar uma técnica antiga, que tem quinhentos anos e que representa a própria história da profissão, o tempo da profissão, esse arco temporal que a profissão tem. Por outro lado, ela tem outro aspeto importante que tem a ver com uma dimensão também ela pedagógica no campo do design gráfico, que é no fundo criar um entendimento dos próprios mecanismos desse corpo vivo que é o texto, e só com a tipografia de facto é possível compreender essa mecânica, essa corporalidade, esse encorpado do próprio texto.

2. Por que razão produzem cartazes em torno do protesto atualmente com este processo de impressão e como pode a técnica em si potenciar a expressão social?

Jorge: No meu ponto de vista, as pessoas fazem isso de modo um pouco intuitivo, mas fazem não tendo em conta que têm perceção de que os pioneiros da tipografia utilizaram o que tinham à mão, não era sequer a fotocomposição, não era o digital. Era efetivamente a tipografia de caracteres móveis. Figuras como Rodchenko, Lissitzky. Portanto, tinham à mão a tipografia de caracteres móveis e criaram peças e artefactos que correspondiam de facto a uma intencionalidade, uma representação, com uma motivação melhor dizendo, política, representando determinados acontecimentos, particularmente em Moscovo. De modo que, essa mesma forma como hoje se utiliza os caracteres móveis, bem como esse propósito, é de modo que mimetizar essas linguagens do passado, que pudessem representar as revoluções de hoje.

3. A impressão tipográfica através de caracteres móveis pode ser usada como um *medium* para a expressão social na atualidade?

Jorge: Na verdade, os caracteres móveis têm uma expressão que alude ao passado, é uma técnica que pode ser reutilizada no sentido da contemporaneidade, da pós-contemporaneidade, mas ela não representa de forma nenhuma a contemporaneidade. Ela acima de tudo é o espelho do passado. E ela pode ser utilizada com esse intuito, com intuito de nos ligar, de representar, de nos ligar com o passado, de representar uma época anterior. Agora enquanto imagem, enquanto espelho da atualidade, eu acho que é um do ponto de vista metodologia projetual, eu acho que é inadequado.

4. Quais os motivos gerais da escolha e uso desta técnica neste cenário quando existem outros métodos de produção menos demorados? Que qualidades únicas são relevantes não se obtém em outros meios de impressão mais recentes?

Jorge: A tipografia de caracteres móveis tem um tipo de abordagem tipográfica muito diferente do digital. A tipografia de caracteres móveis tem uma impressão que nos permite ver a própria presença física dos materiais, enquanto no digital nós estamos a ver as coisas que estão do lado do lado de uma fronteira, que é o próprio ecrã, que é a própria impressão em papel, impressão direta ou indireta, neste caso offset ou digital enfim, mas os caracteres móveis permitem efetivamente esse contacto direto com os materiais que geram a própria composição. Isso é uma coisa que o digital nunca conseguirá por muito que imite, sendo apenas meros enfim meros “tiques” gráficos. Além dessa alusão a matéria-prima, a um certo caráter tosco dos próprios caracteres, da composição, das texturas, das próprias falhas, das próprias rugosidades, que aludem à história da nossa profissão e ao tempo da nossa profissão. (...) Portanto, essa é grande valência da tipografia de caracteres móveis. Outro aspeto, ela gera realmente uma certa... em vez da limpeza acética e vazia do digital, os caracteres móveis permitem esse lado corporal do próprio texto e esse lado da textura do próprio texto. Portanto, eu acho nesse sentido a mais-valia tem a ver precisamente com esse lado atemporal, com esse lado histórico, que é muito evidenciado. Outro aspeto importante é que, neste caso um cartaz impresso em tipografia de caracteres móveis tem uma outra relevância, como qualquer outro cartaz impresso em qualquer tecnologia, ele é um múltiplo. No offset o múltiplo multiplica-se por muitos exemplares, no caso da tipografia esse múltiplo, está limitado normalmente a um número específico e que permite efetivamente uma série numerada. Essa ideia vem da numeração, é uma ideia também própria não só do universo das artes plásticas, da gravura ou da serigrafia, mas também do design gráfico, porque inclusivamente as máquinas offset têm contadores, portanto permitem contar as peças. Por isso essa ideia dos múltiplos está muito mais ligada a tipografia de caracteres móveis do que propriamente a offset.

5. Quais são os prós e contras do processo de impressão com caracteres móveis e o seu impacto no design do cartaz contemporâneo?

Jorge: Por um lado, a tipografia gera essa densidade de ter em conta a própria espessura da tinta sobre o papel, o talvez as contrariedades tenham a ver com as limitações da tipografia face ao digital. Portanto nós no caso da tipografia de caracteres móveis estamos limitados às formas pré-existentes e no caso da tipografia digital nós podemos efetivamente continuar a recriar a estrutura do alfabeto, a estrutura do alfabeto não está estagnada. Então penso que esse é talvez o aspeto positivo e negativo, da tipografia de caracteres móveis.

6. O cartaz impresso é ou não considerado uma mais-valia para ajudar na preservação e utilização desta técnica face à comunicação digital, aplicado no cenário social?

-

7. Na produção de um cartaz tipográfico neste cenário, que características são relevantes na articulação do design e mensagem, ou seja, quais os princípios que usa para definir o formato, a tipografia, a composição e a cor? Indique as suas preferências.

Jorge: No caso do meu trabalho particularmente. Eu trabalho especificamente com cores puras, gosto das cores primárias no sentido de serem mais verdadeiras face aos próprios processos. Elas aludem supostamente ao facto de que elas são as cores que permitem todas as outras, pronto! Não gosto que aludem à natureza, verdes, castanhos, criando um contexto artificial, que não existe, tendo em conta a natureza da própria tinta, a natureza do papel. Do ponto de vista da composição, eu trabalho muito com contraste, tipos de letras, famílias tipográficas fortes, lado a lado com famílias tipográficas mais delicadas, isto no caso da tipografia de caracteres móveis, e tenho uma preferência por formatos modelares que permitam depois um determinado sistema de arquivo.

8. Qual será o destino deste tipo de impressão e técnica face ao domínio das tecnologias digitais, é uma tendência transitória ou contém capacidades que valorizam para se introduzir no design?

Jorge: Com a expansão do computador pessoal e do digital, percebeu-se realmente que a tipografia de caracteres móveis tinha um lugar essencial. Inicialmente quando surgiu o computador pensou-se que a tipografia de caracteres móveis era então uma coisa completamente decadente, mas quando os computadores se implantarão totalmente, é que se percebeu o que tínhamos perdido. E a tipografia de caracteres móveis tem um papel absolutamente essencial. Essencial porque é um artefacto que tem uma utilidade muito pragmática, que tem um sistema de composição e impressão, da mesma forma que existe a serigrafia, gravura, a

litografia, o offset e o digital, é uma outra tecnologia com outras possibilidades, com diferentes possibilidades, mas eu acho que neste momento ela é insubstituível, tem um papel muito importante no nosso trabalho, quando precisamos efetivamente de trabalhar, encontrar uma determinada linguagem que permita transmitir um determinado conteúdo, a tipografia de caracteres móveis cumpre efetivamente esses requisitos muito mais consolidados e muito mais próprios, no que diz respeito especificamente à sua abordagem. Portanto, para terminar, a tipografia de caracteres móveis é não é só insubstituível, como fundamental no cotidiano do próprio design gráfico.

Richard Ardagh (UK)

Respondido no dia 25 de Janeiro de 2022

1. What makes letterpress printing relevant after so much technological evolution, worthy of being revived?

Letterpress is a physical process using tangible objects and, because of this, it is hugely satisfying, in my opinion. Although the typesetting elements of computer design programs are based on the same principals, creating a layout by hand using only the tools available to you requires a very different way of thinking. On screen the options can be infinite, whereas letterpress is a system with clearly defined practical boundaries. Navigating these restrictions can be slow but this provides more time to consider and, I find, also allows space for ‘happy accidents’ – unexpected discoveries that sometimes go on to inform the design.

2. Why produce posters around the protest with letterpress printing process and how can the technique itself enhance social expression?

The ability to produce the printed word used to be an immensely powerful tool (Freedom of the press is limited to those who own one – A.J. Liebling) and letterpress has had a long association with independent publishing. Prints taken from wood and metal type have a sense of authorship that is missing from digital artwork.

3. Can letterpress printing be used as a medium for social expression nowadays?

Letterpress is no longer viable for most commercial projects, it is too slow and expensive. Consequently, most of what is printed letterpress nowadays is done by enthusiasts for enjoyment. Our Protest Poster exhibition was an attempt to encourage the community who own type and presses to use them to communicate relevant social messages.

Although we chose the theme of protest in December 2019, as it turned out 2020 held a lot of events of global relevance that became big themes in the exhibition: Covid-19, Black Lives Matter, the climate crisis. The diversity of engaging posters submitted showed that letterpress can be a fantastic production method for social expression.

For our own contribution we chose to collaborate with groups that may not otherwise have had the opportunity to have their voices heard or encountered letterpress. As I wrote in the Prospects text in the exhibition catalogue, I think that providing access to people with ‘original voices with something worthwhile to say’ is very important for the future of letterpress.

4. What are the general reasons for choosing and using this technique in this scenario when there are other less time-consuming production methods? What unique

qualities are relevant not found in other, newer print media?

It allows me to be designer and maker. This means ultimate control of (and responsibility for) every element of the design and every printed copy.

5. What are the pros and cons of the letterpress printing process and its impact on contemporary poster design?

The resurgence in popularity of letterpress has reminded people of the rich history of typography. Within the letterpress community this has led to increased prices for the remaining equipment, but conversely to the rebirth of the production of type and presses.

6. Is the printed poster considered or not a reason to help in the preservation and use of this technique in the face of digital communication, applied in the social scenario? (Sem presposta)

7. In the production of a letterpress poster in this scenario, what characteristics are relevant in the articulation of the design and message, that is, what principles do you use to define the format, typography, composition and color? Indicate your preferences.

It depends what you are printing. I like to be efficient and often use paper stock that we have already, off-cuts from another job for example.

8. What will be the fate of this type of printing and technique in the face of the domain of digital technologies, is it a transitory trend or does it contain capabilities that can value to be introduced in design?

Letterpress will not disappear. Other technologies that have come since might but people care about type and presses too much – they have an inherent beauty and value. I think letterpress is now being adopted as a respected artistic medium and has an exciting future as people reinvent what can be done with it.

Rick Griffith (USA)

Respondido no dia 20 de janeiro de 2022

1. What makes letterpress printing relevant after so much technological evolution, worthy of being revived?

Because the computer is such a simple tool to use and because it has automated so many processes, it makes a space where the discretion of humans and their instincts in letterspacing and line spacing can be explored. Also, it has a history. Even if you have a computer, this does not make a poster faster or better. Letterpress printers often do not require power, so they are more flexible. They are fast. They are also fun to use.

2. Why produce posters around the protest with letterpress printing process and how can the technique itself enhance social expression?

It does not enhance the expression. The expression is a product of the tool. Wood type and lead type and printing presses are both the medium and the message. A protest may require a fast and simple solution. Letterpress posters can be very fast and very cheap to produce.

3. Can letterpress printing be used as a medium for social expression nowadays?

There is nothing to prohibit this. Why not?

4. What are the general reasons for choosing and using this technique in this scenario when there are other less time-consuming production methods? What unique qualities are relevant not found in other, newer print media?

There are no faster techniques to a finished printed product. Digital or offset printing has a lot more steps, involves more people, and the product is less durable.

5. What are the pros and cons of the letterpress printing process and its impact on contemporary poster design?

Anything can be produced on a letterpress printer. It is very simple. If you desire a more complex design to be reproduced —this is also possible. However, a designer should work with all of the tools available. Working with the time, budget, and materials that you have available is also an important aspect of the outcome. A student or a master can operate it.

6. Is the printed poster considered or not a reason to help in the preservation and use of this technique in the face of digital communication, applied in the social scenario?

No. Not really, the majority of posters in the World are not letterpress printed. But many are.

7. In the production of a letterpress poster in this scenario, what characteristics are relevant in the articulation of the design and message, that is, what principles do you use to define the format, typography, composition and color? Indicate your preferences.

Nothing is different for me. The goal is to produce a design that is correct for the moment. Correct for the struggle. Correct for the tools and correct for the assignment. Letterpress or digital or offset are all ways of achieving a goal as a designer. Letterpress is faster.

8. What will be the fate of this type of printing and technique in the face of the domain of digital technologies, is it a transitory trend or does it contain capabilities that can value to be introduced in design?

It is the history of all graphic design, does it need to be more?

Ro Barragán (AR)

Respondido no día 20 de fevereiro de 2022

1. What makes letterpress printing relevant after so much technological evolution, worthy of being revived?

La impresión tipográfica ofrece posibilidades técnicas ligadas a la historia que perviven en aquellos que valoran la tradición como forma de relación con el mundo. Asimismo, ofrece particularidades técnicas que pueden ser emuladas por tecnologías digitales, pero nunca llegan a equipararse los resultados. La impresión tipográfica ofrece calidades y particularidades que se vinculan al público/lector sensorialmente: la suavidad o rugosidad del soporte, la textura de la tipografía, la huella de la madera o el metal, el hundimiento del papel... también las variaciones en la impresión, producto de los cambios en cualquiera de las instancias del proceso, establecen diferencias que hacen única cada impresión, a diferencia de lo masivo de lo digital.

2. Why produce posters around the protest with letterpress printing process and how can the technique itself enhance social expression?

La impresión tipográfica de pósters ha estado históricamente vinculada a las protestas y pedidos de reivindicación sociales. Los bajos costos de las impresiones hacen que se establezcan como medios que sobreviven en la historia, reafianzando su rol social. Los vínculos con grupos minoritarios o sectores artísticos permanecen vigentes por las posibilidades de acceso a los sistemas de impresión, muchas veces hogareños y artesanales. Pequeños grupos pueden montar una imprenta con bajas inversiones, y los artistas pueden intervenir creativamente y de forma sencilla en el diseño visual. Estos factores favorecen la continuidad del uso de los pósters tipográficos como medio expresivo y de persuasión social.

La técnica tiene mucho alcance social por su visualidad, vinculada a especificidades técnicas, como el color de los soportes/papeles y el impacto del texto en gran escala que propician la presencia destacada en el entramado urbano.

La expresión social se ve potenciada por el medio tecnológico, al ser de fácil acceso y de potente visualidad.

3. Can letterpress printing be used as a medium for social expression nowadays?

Sí !! por supuesto.

Aquí en Argentina existe la educación universitaria libre y gratuita, es un gran medio promotor de movilidad social. Hace unos años, ha sufrido ciertos embates desde el gobierno nacional -mayormente cuestiones presupuestarias- y mi estudio, Ilusión Gráfica, fue un

medio de expresión de los derechos de los estudiantes y docentes universitarios: se armaron imprentas de pósters de carácter itinerante, con el texto “Docentes en lucha en defensa de la educación pública” -cabe aclarar que soy docente universitaria en la Facultad de Artes de la Universidad Nacional de La Plata-. Este puesto de impresión móvil se armó en el acceso de ingreso a la facultad, donde cada persona interesada podía imprimir y llevar su propio póster. También la imprenta se armó en marchas frente al Rectorado de la universidad y en la plaza central de la ciudad, para llegar a públicos diversos y hacer visible la problemática. Posteriormente, el sistema móvil de imprenta de afiches al servicio del reclamo universitario nacional, viajó a diferentes universidades del país.

Otro ejemplo, en otra latitud, puede ser el trabajo de mi amigo Amos Kennedy Jr en Detroit, quien en su imprenta Kennedy prints hace afiches contra el racismo en Estados Unidos.

4. What are the general reasons for choosing and using this technique in this scenario when there are other less time-consuming production methods? What unique qualities are relevant not found in other, newer print media?

En este tiempo, que se valora lo ecológico, lo natural, lo humano, pierde sentido la masividad impersonal de lo digital: de qué sirve tener cinco mil copias iguales realizadas en una hora?: cobra importancia el valor humano del proceso, cuántas copias puedo hacer, yo aquí, con mis máquinas y mi cuerpo en este tiempo que dispongo? Se establece una relación más cercana con el objeto impreso, más íntima y especial, que se transmite inevitablemente al lector.

5. What are the pros and cons of the letterpress printing process and its impact on contemporary poster design?

Como todo proceso, ofrece pros y contras. Creo que la diferencia sustancial se establece en el modo en que el proceso de impresión sea utilizado.

Destaco las posibilidades técnicas vinculadas a lo manual, que permiten exploraciones más amplias y la emergencia del error como medio constitutivo del mensaje. El aprovechamiento discursivo del error como medio expresivo es algo que las tecnologías digitales no pueden propiciar. La exploración manual también incita al involucramiento del cuerpo en el proceso creativo y ofrece mayores posibilidades de exploración compositiva. Inevitablemente, la poética del póster se ve modificada o condicionada por el método que se emplee para su realización, y en este punto, valoro lo manual por su versatilidad poética.

Lo digital mal entendido, quiero decir más allá de manos maestras que utilizan el medio sólo como herramienta, ofrece múltiples recursos sistematizados y estandarizados. Todos estos recursos, de muy fácil acceso on line, tienden a ser utilizados como puntos de partida, siendo el resultado final homogeneizado por las herramientas: muchos posters iguales

salen de los mismos sitios de edición. Esto no ocurre con los métodos manuales.

6. Is the printed poster considered or not a reason to help in the preservation and use of this technique in the face of digital communication, applied in the social scenario?

No lo sé. Puedo hablar desde mi experiencia, donde la impresión de pósters con procesos tipográficos se establece como una forma de resistencia: un posicionamiento político frente a la actualidad arrasadora de lo digital.

7. In the production of a letterpress poster in this scenario, what characteristics are relevant in the articulation of the design and message, that is, what principles do you use to define the format, typography, composition and color? Indicate your preferences.

En las composiciones de pósters tipográficos tengo algunas limitaciones: el tamaño de mis prensas y las tipografías de que dispongo. Para realizar los pósters de índole político-sociales⁵⁹ utilizo un sacapruetas Poco que data de entre 1920 y 1940 -sólo pude ubicar su génesis en esa franja de años-. Este sacapruetas es manual, permite utilizar papeles de 35 x 55 cm y exige entintar con rodillos una a una cada copia accionando el mecanismo mediante fuerza manual. En Ilusión Gráfica dispongo de alrededor de setenta familias tipográficas, hecho que me limita y circunscribe a ese universo material. Los papeles los hago fabricar mediante off set en una imprenta local, lo que me permite escoger el color o los colores, dependiendo del hecho a destacar.

Prefiero los fondos degradados, para enfatizar el vínculo de mis pósters con la tradición del póster tipográfico local. Generalmente para el texto utilizo tinta negra, para garantizar mayor contraste, mayor legibilidad y pregnancia en el escenario urbano.

En cuanto a la composición, busco ante todo la legibilidad, una lectura fácil y rápida. Una vez establecida la composición textual inicial, agrego algún elemento compositivo propio del medio, como manitos o estrellas, y hago algún juego compositivo con el tamaño y disposición de la tipografía. En el resultado final no puede verse dificultada la lectura, ya que la calle, donde normalmente se disponen los pósters, no siempre ofrece tiempos de lectura largos o de análisis poético formal.

8. What will be the fate of this type of printing and technique in the face of the domain of digital technologies, is it a transitory trend or does it contain capabilities

⁵⁹ Hago esta distinción en referencia con las obras de arte impresas que realizo en mi estudio, donde utilizo una prensa calcográfica de mayores dimensiones, pero no me permite el trabajo masivo.

that can value to be introduced in design?

Creo que el valor radica en las posibilidades discursivas y poéticas vinculadas a la materia misma del medio: las maderas de las tipografías, las texturas, los desgastes, las marcas; estos elementos, sumados a las particularidades propias del trabajo manual, como las cargas en los entintados, las presiones ejercidas ya sea en el entintado como en la impresión, el resultado dependiente del gramaje o grosor de los papeles, los errores involuntarios que resultan potenciadores de los mensajes... creo que todos estos elementos hacen que la impresión tipográfica se establezca como opción exquisita y método potenciador de la comunicación mediante pósters. También, como he dicho más arriba, vivimos en un tiempo de vínculos con lo natural y este tipo de impresión resulta más humano, más posible, consciente y ecológico. No creo que sea una moda, sino una re-lectura de tradiciones pasadas que nos ofrecen un campo de exploración mucho más acorde a una utopía realizable que lo digital.

Rúben Dias (PT)

Respondido no dia 24 de jan. de 2022. (Questionário adaptado em entrevista: videochamada.)

1. O que torna a técnica de impressão de caracteres móveis relevante após tanta evolução tecnológica, digna de ser revivida?

Rúben: Provavelmente umas das principais características que eu destacaria, é esta ideia de quase sermos obrigados a trabalhar com os dois contextos, com os caracteres e com o material branco, que temos de colocar para arrumar, organizar e depois produzir o objeto impresso. Depois a própria ideia de podermos finalizar o objeto nós próprios, ou pelo menos imprimi-lo. Ter esse contacto direto, com o fazer da tinta, com a plasticidade da tinta, com o esmagamento da tinta e percebermos essa interação sobre o papel ou sobre a matéria. Isso dá ao designer uma série de conhecimentos, que surgem de estar próximo dessa produção, que hoje em dia neste mundo digital, tanto um como o outro, são dados como adquiridos! Muita gente monta um *layout* no computador, sem pensar nos brancos. Envia o ficheiro para a gráfica e pronto um objeto gráfico há de aparecer produzido, portanto qualquer um destes pontos faz-nos pensar nestas coisas de outra maneira. Faz-nos equacionar como é que podemos tomar o controlo sobre estes dois elementos, tanto os brancos, como esta plasticidade da tinta, o esmagamento, o relevo que conseguimos sobre o papel e controlamos ali na hora. Tudo isto, são elementos que seriam por si só motivo para começarmos a ter outra atenção sobre estas tecnologias, mas há mais! Há mais coisas aqui no meio. A própria história que está por trás, que explica conceitos como a caixa-alta ou caixa-baixa, que vêm da parte de cima, ou da parte de baixo da caixa tipográfica, ou a própria ideia de *leading*, que aparece nos nossos computadores como a entrelinha, o *leading* era o nome que se dava às barras de metal que se colocavam para definir a entrelinha.

Há uma série de pequenas ideias que estão ali, no fundo é conhecermos de onde é que isto tudo vem, o que é que usamos hoje e o porquê das coisas serem como são? E isso faz-nos pensar de outra maneira, faz-nos continuar a fazer evoluir sem estarmos todos a tentar “inventar a roda novamente.” Há ali uma série de conceitos que podem ser reinterpretados, explorados de outra maneira. Isto ficando ainda muito preso aos caracteres móveis, porque a técnica de impressão por si mesma consegue ser ainda mais rica, e permite alargar espaço a outro tipo de explorações muito mais vasto, com ou sem os caracteres móveis. Igualmente apelativo, enquanto plasticidade e trabalho material físico, é voltarmos à oficina, como era o trabalho do tipógrafo antes do designer. Agora com outra consciência da forma, do equilíbrio, da proporção, que o tipógrafo tinha apenas com a tipografia e que nós temos agora muito mais consciência, enriquecida pela arte contemporânea.

Daniel: Eu também senti isso, num *workshop* de tipografia tradicional e percebi além o material branco tinha que ter muita noção do espaçamento, depois quando passava para o papel, via que ficava um bocado estranho comparado com o que se fazia no computador.

Rúben: No fundo aquilo que tu dizes que montas e depois quando imprimes e fica um bocado estranho, faz parte do processo. Que é imprimir e perceber. “Ah! Isto tem entrelinha a mais, tenho que tirar mais, tenho de pôr”. Isso é aprender a ver, aprender a dominar o material disponível, seja ele digital ou físico, portanto faz parte de imprimir e ver, mesmo no computador quando montamos e imprimimos [para verificar o resultado] e “ah! não era isto que eu tinha em mente,” temos de voltar a ajustar e ampliar algumas, reduzir outras, aumentar, equacionar. Portanto, faz parte desse processo de aprendizagem, de aprender a ver e de pensar, porque é que eu vou pôr aqui este espaço e não ali? Porque é que vou aumentar este espaço em relação aquele. E essa materialidade, torna essa aprendizagem, distinta do computador e faz-te pensar na coisa de outra maneira, e abre-te horizontes. Para uma outra aprendizagem para ver outras coisas. Isso só por si é muito rico!

2. Por que razão produzem cartazes em torno do protesto atualmente com este processo de impressão e como pode a técnica em si potenciar a expressão social?

Rúben: Assim de repente, diria que quem o faz, essencialmente, são os que têm a sua própria oficina. E usam-na para dar voz às causas com que se identificam. Como por exemplo o Rick Griffith, um artista e ativista que utiliza esta tecnologia para se expressar. A técnica em si permite uma exploração plástica extremamente rica que pode conferir uma proximidade e calor que se aproxima da execução manual dos cartazes de uma qualquer manifestação.

3. A impressão tipográfica através de caracteres móveis pode ser usada como um *medium* para a expressão social na atualidade?

Rúben: Eu acho que pode ser como outro *medium* qualquer, é tão válida como o computador, como a serigrafia, como a riso ou outra tecnologia. No contexto atual, se a levarmos ao limite fica cingida ao local, porque temos sempre que a digitalizar, para a fazer circular. Pode ser igualmente útil, sem que seja exclusiva ou especialmente potenciadora, sobre outra tecnologia.

4. Quais os motivos gerais da escolha e uso desta técnica neste cenário quando existem outros métodos de produção menos demorados? Que qualidades únicas são relevantes não se obtém em outros meios de impressão mais recentes?

Rúben: Eu acho que há aí uma materialidade dos caracteres, que pode provocar ou não um

relevo na impressão. A tinta que é prensada, esmagada contra o papel, vai deixar uma marca “exclusiva” e distinta do atual digital, que é a norma do mercado neste momento. Distingue-se claramente da impressão serigráfica ou da impressão riso ou outra, por isso mesmo, por essa materialidade. Depois depende da plasticidade que cada autor, impressor queira ainda trabalhar. Tenta-se fazer uma impressão *kiss print*, como era a procura do tipógrafo por excelência há cinquenta anos atrás, ou procura-se uma impressão rugosa, irregular, como é hoje uma coisa que está na moda. Depende da interpretação que cada uma faz destes materiais. Sem ser necessariamente uma característica da tecnologia, mas é algo que se pode explorar com esta tecnologia! E nesse sentido consegue-se ir buscar uma série de particularidades que faz com que esta técnica seja exclusiva pela variação de impressão para impressão. Que lhe traga alguma distinção face à produção digital. Embora a evolução tecnológica digitalmente tem sido tão grande, tão rica, que se consegue simular muitos efeitos diferentes de impressão para impressão. Embora, há uma materialidade, uma fisicalidade que não é possível de obter. Agora com uma produção reduzida e manual consegue-se obter também alguma plasticidade, que pode ser interessante de explorar e que se torna de alguma forma mais exclusiva desta tecnologia.

5. Quais são os prós e contras do processo de impressão com caracteres móveis e o seu impacto no design do cartaz contemporâneo?

Rúben: Acho que interpreto simplesmente como características que podemos explorar da maneira que entendermos. Podemos dizer que pode ser um contra ser mais difícil a sobre impressão de um caráter sobre o outro, portanto isso pode ser uma característica a explorar e não ser propriamente um contra. Portanto há limitações e essas limitações permitem-nos procurar outras soluções, que não são necessariamente negativas ou positivas, são simplesmente diferentes. Essa diferença e essas limitações que os caracteres nos trazem, podem ser interpretadas como um problema ou como uma solução plástica que potencia um determinado conceito, portanto não sei se veria como “vantagens e desvantagens,”

Bom mas temos o facto óbvio, que é naturalmente um processo mais caro hoje, porque quem opera estas máquinas, esta tecnologia hoje tem uma formação muito superior à que se tinha noutros tempos. Enquanto o tipógrafo à cinquenta anos atrás, tinha a quarta classe, hoje a pessoa que trabalha numa oficina tipográfica, frequentemente um designer, é tendencialmente licenciado, tem toda uma formação, que se reflete num custo de vida da atualidade. Isso faz com que este valor tenha um reflexo no custo da produção desta peça. O impressor tem um outro tipo de custos diferente desta figura de um designer.

Daniel: Uma característica...

Rúben: Sim. Mais uma característica do que propriamente uma vantagem. Porque podemos vê-la como uma característica que não queremos! Podemos vê-la como uma característica que potencia uma ideia.

6. O cartaz impresso é ou não considerado uma mais-valia para ajudar na preservação e utilização desta técnica face à comunicação digital, aplicado no cenário social?

Rúben: O contexto que estamos a discutir é o cenário social, e por cenário social, pode ser direto para uma manifestação, para uma escola, uma manifestação para o governo ou uma manifestação para a saúde. Fico a perguntar-me se se torna um bom veículo para essa preservação. Porque no fundo aí, em qualquer um destes três ambientes atirados a sorte, o que está em cima da mesa é o tema da manifestação em si mesmo ao invés da técnica que foi utilizada para fazer o cartaz. Até que ponto é que consegue de facto ser um catalisador para a preservação da produção do cartaz... E quando falava em manifestação, pode ser outra atividade completamente distinta, que não implique essa marcha pela rua tão pouco. São uma manifestação de um determinado tema, que pode ser com a aplicação de cartazes na rua, e ainda assim o cartaz vive para o resto da comunidade além do designer, como um objeto comunicacional. Portanto é o tema que está ali a ter valor, independentemente se a técnica foi serigrafia ou rotogravura ou tipografia de caracteres móveis ou uma impressão tipográfica. Creio que a mensagem no cartaz prevalece, sobre a tecnologia de reprodução... Será apenas marginal, a uma pequena franja da sociedade que conseguirá ter perceção dessa diferença, eu diria.

7. Na produção de um cartaz tipográfico neste cenário, que características são relevantes na articulação do design e mensagem, ou seja, quais os princípios que usa para definir o formato, a tipografia, a composição e a cor? Indique as suas preferências.

Rúben: Eu acho que é, neste contexto, como outro qualquer, estas relações podem ser obtidas em qualquer um dos sentidos, podemos partir pelo formato do papel que o mercado disponibiliza e trabalhar a partir daí numa forma descendente, do maior para o menor. Ou ao contrário, partir dos caracteres disponíveis e trabalhar tudo a partir daí, fazendo com que o formato seja um reflexo da composição tipográfica. E qualquer um desses caminhos é igualmente válido sem que um tenha mais peso um que o outro, são apenas abordagens que podem fazer sentido. Mesmo a questão da cor, se trazemos a cor de algum elemento do cartaz ou trazemos algum elemento para o cartaz por causa da cor. É igualmente válido sem ter de ser limitativo de todo. Quando vamos para estas tecnologias também podemos ir buscar outro tipo de tintas, que como a impressão digital por exemplo, ainda são pouco acessíveis. Agora já chegaram os fluorescentes ao digital, mas os metálicos ainda são difíceis

de obter. Implicam outro tipo de custo, portanto pode ser uma forma também de explorar esse tipo de vantagem, mais uma vez, são pertinentes estamos a falar de pequenas tiragens. Acho que é isso.

8. Qual será o destino deste tipo de impressão e técnica face ao domínio das tecnologias digitais, é uma tendência transitória ou contém capacidades que valorizam para se introduzir no design?

Rúben: Eu acho que será sempre marginal e creio que se irá manter como tal. (Parece que estou aqui a rimar, mas não é essa a ideia.) No sentido em que é uma tecnologia difícil de implementar, e de manter. Desde as máquinas aos tipos, todas as ferramentas associadas, é complexo e difícil. Depois de começar afinal não é assim tão complexo, mas para começar a reunir um conjunto útil no início não é assim tão simples. Mas existe sempre mais alguém interessado, que vai mantendo estas tecnologias, que deixaram de ser utilizadas, comercialmente. Existem talvez uma dezena em Portugal, umas centenas na europa? E talvez poucos milhares no mundo inteiro, manter isto a funcionar e vivo. Parece quase impossível que estas oficinas desapareçam, mas também me parece praticamente impossível que tenham uma entrada no mercado significativo. Será sempre uma coisa extremamente marginal, por todas estas condicionantes que falávamos à pouco. Mas desaparecer também não me parece. Antes pelo contrário, estão a tentar retomar, a tentar repescar este material, ainda que seja sempre uma coisa residual na produção gráfica. Vão desaparecer as pequenas tipografias de esquina, já só existem essas, as grandes já se converteram tecnologicamente. Ficaram aquelas de pequeninas de esquina que faziam as faturas e uns blocos para restaurantes escreverem à mão o pedido e tal, mas mesmo essas estão a desaparecer lentamente e em alguns casos estão a surgir as oficinas de designers ou artistas, que querem manter esta tecnologia a funcionar para uma exploração mais pessoal, e que resulta em alguns trabalhos tipográficos, estamos a falar de pequenas produções com pequenas tiragens. Acho que nesse contexto vão sempre manter-se, serão passadas de um lado para o outro. Algumas escolas, mesmo em Portugal, também estão a tentar construir essas oficinas, ainda que seja cada vez mais difícil conseguir materiais, tipos e prelos. E mais recentemente têm surgido projetos em que se fazem brancos, tipos e mesmo prelos de raiz. Portanto, acho que isso demonstra que dificilmente essa tecnologia vá desaparecer por completo.

Daniel: Ou até mesmo a ideia dela em si, o próprio processo de como ela produz.

Rúben: Estará sempre presente em alguns museus. Mas fica patente como uma coisa congelada. Quando as escolas e estes pequenos ateliers como o meu ou designers e artistas

como a Joana Monteiro, a Oficina do Cego, o Homem do Saco ou o Jorge Reis, usam estes materiais dão-lhe uma vida. Distanciam-se dessa ideia de museu que congela o processo e o coloca quase a um nível de conhecimento literário, que está ali, intocado, imaculado e não se pode mexer. E eu diria que essa prova de fogo já passou! Já há uma série de pequenos ateliers que têm todo esse material a funcionar e o vão manter a funcionar. Dificilmente vai desaparecer, mesmo que pensemos que daqui uns anos essa pessoa já não está para manter isto, esse material irá passar alguém para uma escola, para outros designers que vão dar continuidade, dificilmente esse material vai desaparecer em absoluto. Esse material, essa técnica, essa tecnologia a possibilidade de podermos fazer isso, ter *workshops* sobre isso e podemos aprender sobre isso.

Anexo 2: Processo Geral



Fig. 43) Testes de impressão em diferentes papéis no espaço *Artes e Letras Atelier* (imagem do autor).



Fig. 44) Esquerda: Impressão a duas cores no prelo cilíndrico; Direita: Resultados impressos (imagem do autor).

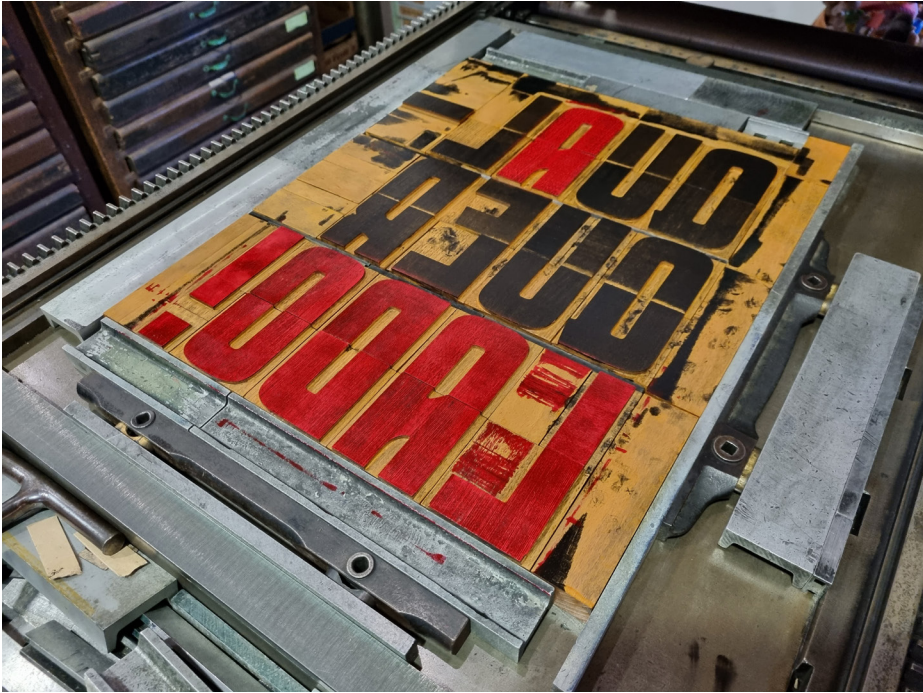


Fig. 45) Composição no prelo cilíndrico após impressões (imagem do autor).



Fig. 46) Processo de impressão no prelo de provas na oficina da ESAD.CR. (imagem do autor).



Fig. 47) Explorações tipográficas em monotipias (imagem do autor).



Fig. 48) Parte 1: Processo de afixação dos cartazes (imagem do autor).



Fig. 49) Parte 2: Processo de afixação dos cartazes (imagem do autor).

Anexo 3: Folheto Informativo

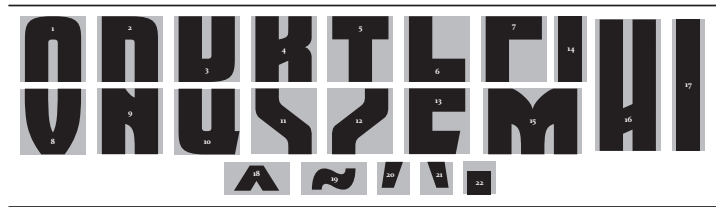


Fig. 50) Frente: Mostra dos módulos com o tipo de letra *display* (imagem do autor).



Fig. 51) Traseira: Exemplos de variações do tipo (imagem do autor).



Fig. 52) Explicação do processo de abertura do folheto (imagem do autor).

