



PERERIA, F. M. C.
FARIAS, P. L.

Doutorado
Teoria e História do Design

FABIO MARIANO CRUZ
PEREIRA
fabiomariano@usp.br

Fabio Mariano Cruz Pereira é designer gráfico e doutorando em Design pela Universidade de São Paulo (USP, Brasil) e Università IUAV di Venezia (IUAV, Itália). Bolsista FAPESP 2018/03383-1.

lattes.com/6379117193624957
ORCID 0000-0003-0757-072X

PRISCILA LENA FARIAS
prifarias@usp.br

Priscila Lena Farias é professora Associada e coordenadora do LabVisual na FAU USP. Seus interesses atuais de pesquisa são história da tipografia e letreiramento no espaço público.

lattes.com/720493094003076
ORCID 0000-0002-2540-770X

Categorização das marcas presentes na identificação das tipografias paulistanas (1900-1930)

Palavras-chave: marca gráfica; tipografia paulistana; oficinas tipográficas.

Este resumo apresenta uma categorização das marcas gráficas criadas para identificar oficinas tipográficas paulistanas entre 1900 e 1930. Este período foi caracterizado por um acentuado crescimento da indústria gráfica na capital paulista (Farias et al. 2018). Entende-se por marca gráfica o agrupamento de elementos verbais (logotipo) e não-verbais (símbolos) aplicados de modo integrado e recorrente para designar a marca. Entre os autores que se já se dedicaram a categorizações de marcas encontram-se Wzma (1999); Chaves (2003); e Mollerup (2006). O método adotado teve como referencial teórico os 3 elementos da linguagem gráfica definidos por Twyman (1979), que distingue elementos verbais (letras), pictóricos (imagens figurativas) e esquemáticos (sinais abstratos). As marcas gráficas analisadas foram encontradas em anúncios, etiquetas, papéis timbrados e fotografias, reunindo um total de 220 empresas atuantes na cidade de São Paulo nas primeiras 3 décadas do século XX. Desse universo, apenas 13 oficinas se identificavam por meio de marcas gráficas (duas delas registradas: Companhia Paulista de Papeis e Artes Gráficas e Gato Preto). A análise resultou em 4 categorias: *Marcas gráficas heráldicas*, envolvendo a presença de símbolos dos sistemas heráldicos medievais (escudos, cavaleiros...); *Marcas gráficas alegóricas*, envolvendo a presença de símbolos mitológicos (divindades, querubins...) ou símbolos de tradições religiosas (crucifixo, estrela de Davi...); *Marcas gráficas setoriais*, envolvendo a presença de imagens do setor gráfico e tipográfico (livros, prensas...); *Marcas gráficas abstratas*, envolvendo a presença de formas não-figurativas, que circunscrevem ou se sobrepõem a elementos verbais (mancha simulando borrimo de tinta, circunferências, linhas decorativas...). Observou-se que as marcas gráficas mais antigas e longevas são heráldicas e alegóricas. Marcas setoriais tornaram-se comuns a partir de 1917. Foi encontrado apenas 1 registro de marca gráfica abstrata. Durante o período, as marcas gráficas sofreram recorrentes ajustes de tamanhos e desenhos, além das mudanças de proprietários.

Referências

- CHAVES, N. 2003. *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.
- FARIAS, P. L.; HANNS, D. K.; ARAGÃO, I. R.; DIXON, C. 2018. Designing the early history of typography in Brazil, starting from printing in São Paulo. In: *ICDHS 10th+1. 2018, Barcelona. Back to the future. The future in the past*. Conference Proceedings Book. Universitat de Barcelona. p. 4930498.
- MOLLERUP, P. 2006. *Marks of excellence: the history and taxonomy of trademarks*. London: Phaidon.
- TWYMAN, M. 1979. A schema for the study of graphic language. In: KOLERS, P. A.; WROLSTAD, M. E. & BOUMA, H. (Ed.). *Processing of Visible Language*: 117-150. Nova Iorque: Springer.
- WZAM 1999. *Wasserzeichen des Mittelalters*. Wien: Abteilung für Schrift- und Buchwesen des Instituts für Mittelalterforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Disponível em: <<https://www.wzma.at/infos.php>>. (1/sep/2022).



PEREIRA, F. M. C.
FARIAS, P. L.

PhD
Design Theory and History

FABIO MARIANO CRUZ
PEREIRA
fabiomariano@usp.br

Fabio Mariano Cruz Pereira is a graphic designer and a PhD candidate at the University of São Paulo (USP, Brazil) and IUAV University of Venice (IUAV, Italy). FAPESP grant #2018/03383-1.

lattes.com/6379117193624957
ORCID 0000-0003-0757-072X

PRISCILA LENA FARIAS
prifarias@usp.br

Priscila Lena Farias is an associate Professor and coordinator of LabVisual at FAU USP. Her current research interests are the history of typography, and lettering in the public space.

lattes.com/720493094003076
ORCID 0000-0002-2540-770X

Categorization of the graphic marks in the identification of the letterpress printing offices in São Paulo (1900-1930)

graphic mark; typography from São Paulo; letterpress printing offices.

This abstract presents a categorization of graphic marks created to identify São Paulo letterpress printing shops between 1900 and 1930. This period was characterized by a strong growth of the printing sector in São Paulo city (Farias et al. 2018). A graphic mark can be understood as the grouping of verbal (logo) and non-verbal (symbols) elements applied in an integrated and recurrent way to designate the brand. Among the authors who have proposed mark categorizations are: Wzma (1999); Chaves (2003); and Mollerup (2006). The method adopted had as theoretical reference the 3 elements of graphic language defined by Twyman (1979), which distinguishes verbal (letters), pictorial (figurative images) and schematic (abstract signs) elements. The analyzed graphic marks were found in advertisements, blank book labels, letterheads and photographs, gathering a total of 220 companies operating in São Paulo between 1900 and 1930. From this universe, only 13 companies used graphic marks (two of them were registered: Companhia Paulista de Papeis e Artes Graficas and Gato Preto). The analysis resulted in 4 categories: *Heraldic graphic marks*, involving the presence of symbols from medieval heraldic systems (shields, knights...); *Allegorical graphic marks*, involving the presence of mythological symbols (gods, cherubs...) or symbols of religious traditions (crucifix, Star of David...); *Sectorial graphic marks*, involving the presence of images from the graphic and typographic sector (books, presses...); *Abstract graphic marks*, involving the presence of non-figurative forms, which circumscribe or overlap verbal elements (splashes, circumferences, decorative lines...). It has been observed that the oldest and longest-lived graphic marks were heraldic and allegorical. Sectorial graphic marks have become usual from 1917. Only 1 abstract graphic mark was found. During the period, graphic marks resorted to many adjustments of sizes and draws, and adapting the verbal elements to the owners changes.

References

- CHAVES, N. 2003. *La marca corporativa: gestión y diseño de símbolos y logotipos*. Buenos Aires: Paidós.
- FARIAS, P. L.; HANNIS, D. K.; ARAGÃO, I. R.; DIXON, C. 2018. Designing the early history of typography in Brazil, starting from printing in São Paulo. In: *ICDHS 10th+1. 2018, Barcelona. Back to the future. The future in the past*. Conference Proceedings Book. Universitat de Barcelona. p. 4930498.
- MOLLERUP, P. 2006. *Marks of excellence: the history and taxonomy of trademarks*. London: Phaidon.
- TWYMAN, M. 1979. A schema for the study of graphic language. In: KOLERS, P. A.; WROLSTAD, M. E. & BOUMA, H. (Ed.). *Processing of Visible Language*: 117-150. Nova Iorque: Springer.
- WZAM 1999. *Wasserzeichen des Mittelalters*. Wien: Abteilung für Schrift- und Buchwesen des Instituts für Mittelalterforschung der Österreichischen Akademie der Wissenschaften. Disponível em: <<https://www.wzma.at/infos.php>>. (1/sep/2022).