

Tipografia e Subversão: Como as Subculturas Japonesas Se Expressam Através Do Desenho Tipográfico nas Revistas de Moda *Cutie* e *Gothic & Lolita Bible* dos anos 2000

Tipografía y Subversión: Cómo las Subculturas Japonesas se Expresan a Través del Diseño Tipográfico en las Revistas de Moda Cutie y Gothic & Lolita de los Años 2000

Typography and Subversion: How Japanese Subcultures Express Themselves Through Typographic Design in Cutie and Gothic & Lolita Fashion Magazines of the 2000s

Laura Linck Maciel, Valeria Louise R. Ueta

Tipografia; Revistas de Moda Japonesas; Subcultura Japonesa; Design Editorial; Design Tipográfico;

Este estudo investiga o papel do design tipográfico na identidade das subculturas *Lolita* e *Kawaii* nas revistas japonesas *Cutie* e *Gothic & Lolita Bible*. A análise foca nas capas e títulos de matérias principais, explorando como escolhas estéticas refletem valores culturais e influenciam a percepção das subculturas japonesas *Kawaii* e *Lolita* nos anos 2000. O contexto examinado abrange a transição entre mídias tradicionais e digitais, período em que o Japão consolidou sua influência global na comunicação visual e cultura pop.

Tipografía; Revistas de Moda Japonesas; Subcultura Japonesa; Diseño Editorial; Diseño Tipográfico;

Este estudio explora el papel del diseño tipográfico en la construcción de la identidad de las subculturas Lolita y Kawaii en las revistas de moda japonesas Cutie y Gothic & Lolita Bible. El análisis se centra en las portadas y los títulos de los artículos principales, examinando cómo las elecciones estéticas reflejan valores culturales e influyen en la percepción de la moda callejera japonesa en los años 2000. El estudio considera la transición entre los medios tradicionales y digitales, un período en el que Japón fortaleció su influencia global en la comunicación visual y la cultura pop.

Typography; Japanese Fashion Magazines; Japanese Subculture; Editorial Design; Typographic Design;

This study explores the role of typographic design in shaping the identity of Lolita and Kawaii subcultures in the Japanese fashion magazines Cutie and Gothic & Lolita Bible. The analysis focuses on covers and main article titles, examining how aesthetic choices reflect cultural values and influence the perception of Japanese street fashion in the 2000s. The study considers the transition between traditional and digital media, a period in which Japan strengthened its global influence on visual communication and pop culture.

1 Introdução

A moda de rua japonesa é caracterizada por ser única, combinando peças que expressam valores culturais enquanto permitem uma forma livre de se vestir. Em sua essência, carrega um espírito de inovação e ruptura com os padrões da sociedade tradicional, se tornando uma

forma de crítica aos valores comuns, na qual reflete a busca por identidade e individualidade dentro de um contexto social rígido (Krachangyut Wansan, 2021).

Nesse cenário, surgem as subculturas do Japão. O termo *subcultura* apareceu pela primeira vez na mídia japonesa no final dos anos 1960, sendo originalmente usado para descrever a arte contemporânea americana e japonesa. Uma edição de 1968 da revista de arte *Bijutsu Techō* apresentou artigos sobre *Camp*, *Hippie* e *Subcultura*, destacando artistas americanos e japoneses como parte do que a revista chamou de "uma nova cultura da imagem" (Kanesaka, 1968, p. 81). Naquela época, as expressões identitárias do Japão foram fortemente influenciadas pela cultura da Costa Oeste dos Estados Unidos, funcionando como uma forma de contracultura dentro do país. No entanto, foi somente nos anos 1990 que o termo se consolidou na mídia popular e nos debates acadêmicos (Franziska Ritt, 2017).

Assim, a década de 1990 marcou a ascensão do *street fashion*, junto com a casualização da moda, e diversas subculturas se desenvolveram e foram amplamente adotadas pela população, principalmente pelo público jovem. Em Harajuku, o *Lolita* ganhou destaque influenciada por estilos ocidentais, mas reinterpretados com características japonesas (Asuka Watanabe, 2014).

Com o crescimento dessas *street fashions*, surgiram revistas dedicadas a esses estilos, como *Cutie* (1989), *Zipper* (1993) e *FRUITS* (1997). Como aponta Watanabe (2014), esses estilos seguiam um caminho independente das tendências ditadas por coleções e editoriais de moda. A estética *kawaii*, a valorização da juventude, maximalismo e o kitsch eram aspectos que os jovens japoneses tomaram como base estratégica para formar sua imagem e se tornaram referência para o fenômeno chamado *Cool Japan* na década de 2000. Ao mesmo tempo que a internet, que surgiu durante 1990, teve um grande impacto na transmissão da moda nos anos 2000. Com o avanço das redes sociais — como *Twitter*, *Facebook* e *blogs* —, a comunicação ultrapassou os meios tradicionais, permitindo que qualquer pessoa se tornasse um emissor de tendências. Isso contribuiu para a expansão global da influência japonesa, contribuindo para promover o Japão no cenário global.

Sendo assim, além de influência criativa, o Japão também se destaca na área de comunicação. De acordo com a *Japan Magazine Publishers Association* (JMPA), em 2024 o país foi uma das maiores potências mundiais no setor editorial, com mais de 2.500 publicações distribuídas em mais de 100 categorias.

Dessa forma, esta pesquisa analisa as tipografias associadas às subculturas *Lolita* e *Kawaii* disponíveis em arquivos digitais com amostras selecionadas de forma aleatória, focando em títulos de matérias principais das revistas *Cutie* e *Gothic & Lolita Bible*, com o objetivo de entender como sua identidade visual foi moldada e interpretada por meio do design tipográfico. O estudo explora a relação entre moda, estética e comunicação no Japão dos anos 2000, um período de transição em que esses estilos se consolidaram globalmente através de diferentes mídias. Após a análise, observamos que as tipografias refletem tendências e modismos das subculturas analisadas, trazendo seu estilo visual e cultural para as fontes escolhidas. Como por exemplo o estilo *kawaii*, contendo elementos visuais infantis.

2 Contexto Histórico

Após a segunda guerra, o Japão passou por um período de ocupação que durou sete anos (1945-1952) sob o comando dos EUA, visando promover reformas políticas e econômicas a fim de retirar qualquer influência militarista sobre as instituições japonesas.

Com o início da Guerra da Coreia (1950-1953), o Japão assumiu um papel mais ativo ao fornecer apoio logístico aos Estados Unidos. Os investimentos norte-americanos foram direcionados ao Japão, que se tornou o principal aliado logístico das tropas dos EUA. Esses aportes financeiros tiveram um impacto significativo no renascimento da indústria japonesa. Dessa forma, a Guerra da Coreia acelerou a recuperação da economia do Japão (Green, 1997, p. 51).

Após o fim da guerra da Coreia, o Japão passa a abrir a política externa para trocas comerciais com países democráticos, a fim de ligar sua imagem e seus interesses ao bloco ocidental. Posteriormente, durante as décadas de 1950 e 1960, o Japão viveu o chamado *milagre econômico*, impulsionado pela Doutrina Yoshida, uma estratégia formulada pelo então primeiro-ministro Yoshida Shigeru no pós-guerra. Ele percebeu que o país poderia focar no crescimento econômico, deixando sua segurança nacional sob a proteção dos EUA (Uehara, 1997, p. 83). Com isso, o governo japonês promoveu reformas que aceleraram a industrialização e fortaleceram o setor privado, apresentando indicadores de sucesso elevados em termos de poupança, que por sua vez foram duas a três vezes superiores às do Ocidente, chegando a 40% do PNB.

Dessa forma, por ser o design gráfico uma linguagem visual que depende de condições econômicas favoráveis para prosperar, sua produção foi deixada em segundo plano nos primeiros anos do pós-guerra. A retomada só ganhou força a partir de meados da década de 1950, quando a recuperação financeira do Japão já apresentava sinais consistentes de avanço (Hobo, 2015, p. 77).

Hobo (2015) traz em sua obra que, na década de 1950, os traumas da Segunda Guerra Mundial foram gradualmente superados, e o Japão começou a se destacar internacionalmente por sua economia robusta e reintegração social no pós-guerra. O próximo desafio para o país, tanto em termos econômicos quanto de reconhecimento global, foi focar na qualidade de seus produtos, que até então eram produzidos em massa, mas com padrões inferiores. O governo japonês interveio nesse processo, criando leis que obrigavam as empresas a adotar políticas de valorização do design, marcando uma virada na produção industrial do país. O autor afirma que a partir da recuperação do país, após a Segunda Guerra, o Japão procurava se adaptar aos padrões ocidentais para se apresentar como uma nação desenvolvida (Hobo, 2015, p.78).

O autor destaca que o desenvolvimento da linguagem gráfica no design gráfico japonês passou por dois momentos importantes: um de aprendizado antes da Segunda Guerra Mundial e outro de contextualização social e internacional no período pós-guerra (Hobo, 2015). Inicialmente, o Japão buscou inspiração nas técnicas e na estética do design dos Estados Unidos e da Europa, estudando e adaptando esses modelos, o que fez com que seus

profissionais se aproximassem do estilo ocidental. Posteriormente, surgiu uma abordagem transdisciplinar que ampliou a maneira de conceber e produzir comunicação visual. Para os japoneses, a derrota na guerra funcionou como um ponto de inflexão que os levou a deixar de lado as imagens tradicionais em sua comunicação internacional. A partir daí, a criatividade e a inovação passaram a dominar, apresentando ao mundo uma linguagem visual moderna, marcada por uma perspectiva singular e inovadora (Hobo, 2015).

Ainda é destacado que, a partir do final dos anos 1990, a tipografia no Ocidente, especialmente nos Estados Unidos, tornou-se cada vez mais experimental. Já nos anos 2000, essa tendência de inovação tipográfica abriu caminho para que o Japão explorasse possibilidades únicas em seu sistema de escrita, aplicando-o de maneira criativa na comunicação visual. Hobo também ressalta que, embora existam convenções sociais sobre o uso de cada um dos sistemas de escrita japoneses, a transgressão dessas regras gerou novas oportunidades criativas. Por exemplo, a utilização de caracteres latinos ou mesmo do katakana na divulgação visual de produtos ou serviços criava uma percepção diferenciada no público, gerando impacto e originalidade. Sherry e Camargo (1987) afirmam que:

Quando usados como veículo promocional, os kanji podem dar uma impressão muito formal e até rígida, que se usado de forma imprudente, pode prejudicar a eficácia de um anúncio. Hiragana são simplificados um ou dois caracteres de traços que representam os sons das sílabas japonesas. Quando usado como veículo promocional, o hiragana cria um estilo suave e íntimo que pode transmitir um clima feminino. Katakana também são caracteres simplificados que compõem outro silabário. Katakana são usados para expressar palavras estrangeiras cuja pronúncia seja japonesa. Quando usado como veículo promocional, katakana pode transmitir uma sensação estranha, nítida e direta ao texto publicitário. Os consumidores japoneses estão altamente sintonizados com as nuances de cada um desses estilos. Os profissionais de marketing são capazes de investir em produtos com características específicas significados simplesmente selecionando o estilo de escrita usado na promoção. Tradicional e de origem estrangeira, as palavras podem ser usadas para discriminar sutilmente entre categorias e percepções de produtos (Sherry & Camargo, 1987, p. 177)

3 Fundamentação Teórica

Meggs e Purvis (2010) comentam que o Japão manteve uma sociedade isolada e feudal até a metade do século XIX. O rápido desenvolvimento industrial ao longo do século XX, especialmente durante as décadas após a Segunda Guerra Mundial, é um dos maiores testemunhos da determinação e energia do povo japonês (Meggs & Purvis, 2010, p. 580). Os autores ainda afirmam que nas décadas que seguiram o fim da segunda guerra, mesmo com a incorporação de influências ocidentais, principalmente do construtivismo europeu, alguns designers ainda buscavam manter tradições nacionais, as unindo com os aspectos do ocidente.

O sistema de escrita japonês é composto por três alfabetos diferentes: o *katakana*, o *hiragana* e o *kanji*. Cada um desses sistemas desempenha um papel único e complementar na língua japonesa. O *hiragana*, possui traços mais suaves e arredondados, é usado para palavras de origem japonesa, partículas gramaticais e flexões verbais. O *katakana*, com traços mais retos e angulares, é utilizado para escrever palavras de origem estrangeira, nomes

científicos e onomatopeias. Já o *kanji*, que consiste em caracteres de origem chinesa, representa ideias e conceitos, sendo essencial para a compreensão de textos mais complexos, como literatura e documentos formais.

Tipografia é o conjunto de práticas e processos envolvidos na criação e utilização de símbolos visíveis relacionados aos caracteres ortográficos (letras) e para-ortográficos (números, sinais de pontuação, etc.) para fins de reprodução (Farias, 2016, p. 10). Já Bringhurst (2005) afirma que o papel da tipografia é, além de trazer legibilidade ao texto, dar vida ao que está sendo dito, sendo também o ofício que dá forma visível e durável à linguagem humana. Segundo o autor:

Letras que honram e elucidam o que os homens vêem e dizem também merecem ser honradas. Palavras bem escolhidas merecem letras bem escolhidas; estas, por sua vez, merecem ser compostas com carinho, inteligência, conhecimento e habilidade. A tipografia é um elo, e como tal deve ser tão forte quanto o resto da corrente, por uma questão de honra, cortesia ou puro deleite (Bringhurst, 2005, p.24)

Enquanto lemos as palavras que compõem um texto, também olhamos para o próprio desenho das letras e suas propriedades visuais (peso, largura, contraste, etc.), além das suas relações com outros elementos da composição num dado suporte (Oliveira & Lima, 2021, p. 3). De acordo com Carter (2015, p. 112), a tipografia atua em diferentes níveis de comunicação através da linguagem escrita, sendo compreendida não apenas de forma verbal, mas também visual e até mesmo auditiva, influenciando a percepção da mensagem transmitida. Llop (2014, p. 60) reforça essa ideia ao argumentar que características gráficas, como arredondamento, condensação ou espessura, impactam a experiência emocional do leitor, podendo evocar alegria, surpresa ou monotonia. Isso evidencia a tipografia como uma ferramenta emocional da linguagem escrita. Em um projeto de design, a análise tipográfica é fundamental, uma vez que a seleção da fonte pode afetar diretamente a mensagem que se deseja transmitir, influenciando a clareza, a legibilidade e a aparência visual do texto.

Quando se trata do design editorial de revistas de moda, é possível compreender que os conceitos mencionados se aplicam à construção da identidade visual dessas publicações. A escolha tipográfica, em conjunto com outros elementos gráficos, influencia a forma como o conteúdo é percebido e interpretado pelos leitores. Como apontado, a tipografia opera em diferentes níveis de comunicação, indo além da transmissão verbal da mensagem para atuar também no campo visual e sensorial. Nesse sentido, a maneira como fontes são selecionadas e combinadas no conteúdo editorial pode ampliar ou modificar a experiência do leitor, reforçando determinados valores estéticos e culturais. No caso de revistas como *Cutie* e *Gothic & Lolita Bible*, quando as subculturas *Lolita* e *Kawaii* são representadas através de suas matérias, a tipografia assume um dos aspectos na construção de uma identidade gráfica com os princípios visuais dessas comunidades, estabelecendo uma relação entre forma e significado no contexto da moda de rua japonesa dos anos 2000.

Dixon (2002) traz em sua obra os chamados atributos formais, que permitem que possamos nos referir às letras com base em algumas características particulares. A autora faz no projeto

Central Lettering Record uma nova classificação baseada no BS 2961¹. Esse projeto tem como objetivo catalogar todos os tipos de manifestações de design de letras, não se limitando à tipografia (enquanto estudo de tipos para impressão), mas incluindo também letras pintadas, desenhadas, esculpidas, gravadas, etc. São os atributos formais:

- construção (construction),
- forma (shape),
- proporções (proportions),
- modelagem (modelling),
- peso (weight),
- terminações (terminations),
- caracteres chave (key characteres) e
- decoração (decoration).

Utilizando o sistema de classificação de Dixon (2002), podemos descrever as formas dos caracteres com maior precisão, nos atendo às características dos desenhos para melhor entendimento dos leitores.

4 Metodologia

Baseados na pesquisa de De Ávila e Farias (2023), os procedimentos metodológicos incluíram uma pesquisa bibliográfica e uma pesquisa documental acerca dos exemplares digitalizados, coletados das revistas *Cutie* e *Gothic & Lolita Bible*. As edições digitalizadas foram encontradas no *Internet Archive*, uma biblioteca virtual localizada em São Francisco, fundada em 1996 por Brewster Kahle. O critério utilizado para escolha das revistas foi identificar aquelas que possuem grandes publicações influentes no meio da subcultura em que está inserida.

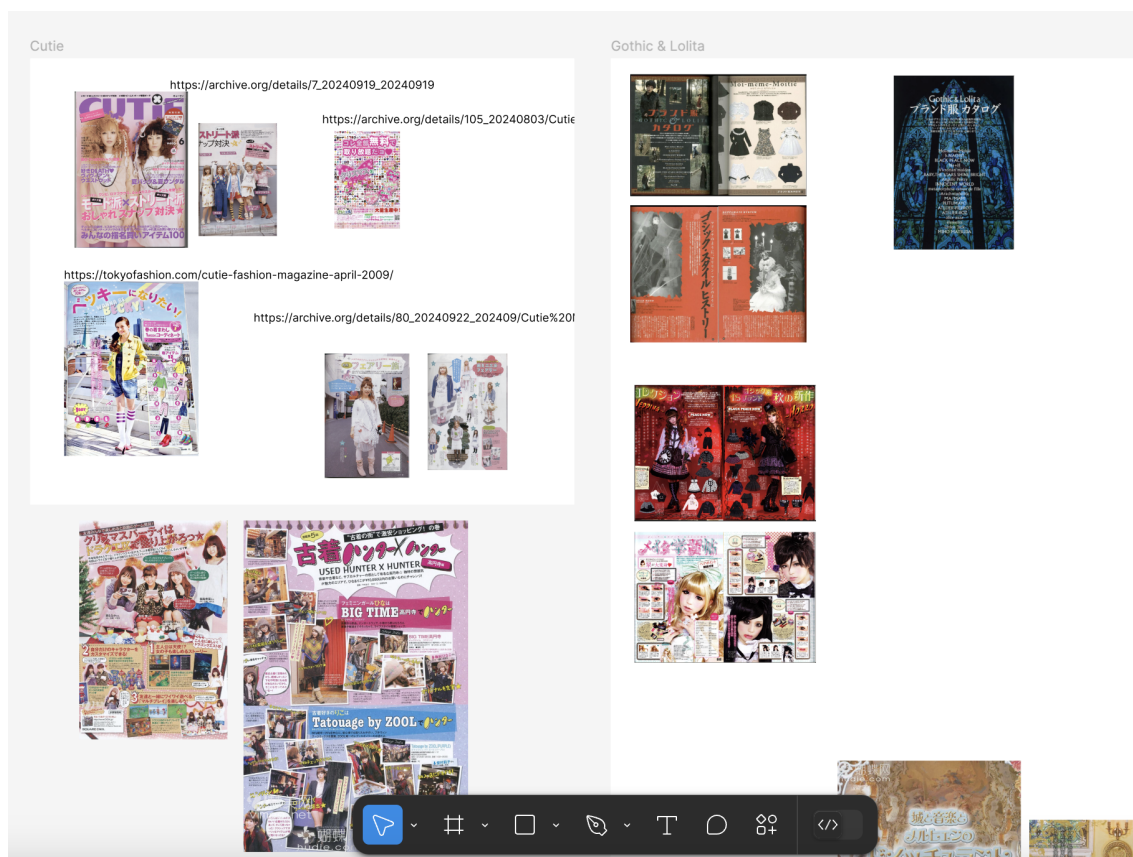
Para selecionar os exemplares das revistas foi utilizado um método aleatório, onde escolhemos 10 revistas que estavam datadas dos anos 2000 até 2009.

A amostragem das páginas foi realizada com base na tipografia dos títulos no alfabeto japonês, buscando aquelas que apresentavam uma estética alinhada aos respectivos estilos estudados: *kawaii* e *lolita*.

Após selecionar as páginas que poderiam ser estudadas, as copiamos e colamos em um artboard do Figma, onde cada revista possuía um espaço para seus recortes (figura 1).

¹ A classificação proposta pela British Standards Institution em 1967, também conhecida como BS 2961, surge a partir do modelo de Maximilien Vox. Possui classes como humanista, gárdica, transicional, didônica, egípcia, linear grotesca, linear neo-grotesca, linear geométrica, linear humanista, gílica, escritural e gráfica. O modelo permite agrupar fontes a partir de características mínimas observadas em um grupo reduzido de caracteres (PEREIRA & FARIAS, 2019).

Figura 1: Artboard do Figma contendo recortes das revistas.



O próximo passo constou em escolher quais páginas seriam analisadas, onde buscamos entender o assunto dos textos e selecionamos aquelas que falavam de moda, maquiagem ou vestimentas. Assim, com uma quantidade menor de arquivos, pudemos selecionar aleatoriamente as páginas que utilizamos nessa pesquisa. Assim como De Ávila e Farias (2023), após a coleta da amostra, as imagens foram tratadas em softwares de edição de imagem para melhorar sua visualização.

Para traduzir as revistas foram utilizados conhecimentos das autoras e das plataformas *deepseek* e google tradutor. A fim de corrigir o texto final, foi utilizado o *deepseek* para rever algumas normas gramaticais e formas textuais.

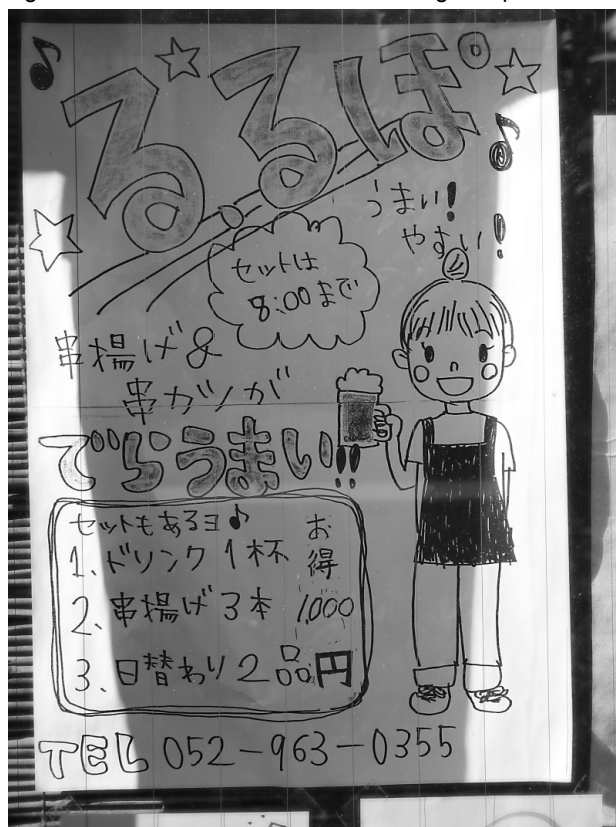
5 Subculturas japonesas e suas expressões tipográfica

Kawaii

O *kawaii*, em sua origem, é certamente um movimento de contracultura que se tornou, em poucos anos, uma das características de cultura popular mais marcantes do Japão. É um fenômeno abrangente que permeia transversalmente a sociedade japonesa, influenciando sua comunicação visual em diversos contextos (HOB0, 2015, p. 101).

O autor dialoga que nos anos 1970 a geração jovem japonesa começou a passar por uma transformação significativa, marcada por uma revolução subcultural na forma como as jovens estudantes escreviam. Kinsella (1995, p. 222) observou que o estilo tradicional de escrita do japonês, com orientação vertical e traços de espessura variável, foi substituído por um novo padrão: as garotas e adolescentes passaram a escrever com canetas de ponta fina na direção horizontal. Elas misturavam palavras com formas muito arredondadas, com termos em inglês e pequenos elementos gráficos inseridos no texto, como corações e estrelas (Figura 2).

Figura 2: Pôster desenhado à mão. Fotografia por Flávio Hobo em 11 dezembro de 2011.



Na década de 1980, esse padrão de escrita se consolidou e ganhou espaço comercial, aparecendo em revistas, anúncios e embalagens. A Apple, por exemplo, incorporou essa estética *kawaii* em seus programas de edição de texto para o Macintosh (Kinsella, 1995).

O uso de caracteres com tratamentos gráficos inovadores tornou-se um recurso visual valorizado na publicidade japonesa, seja na TV, em estabelecimentos comerciais, ou em mídias impressas, como as revistas, artefatos analisados nesse artigo. É comum encontrar cartazes feitos à mão, com atenção especial à tipografia e elementos gráficos fofos e cativantes. Esses pôsteres, concebidos no estilo *kawaii*, refletem uma abordagem amigável, infantil e inocente, que busca transmitir informalidade e proximidade (Hobo, 2015).

Assim, ainda segundo Hobo (2015), o estilo *kawaii* se tornou uma forma gráfica de comunicação que traz uma abordagem descontraída e afetuosa, contrastando com a formalidade tradicional das interações sociais e comerciais no Japão.

As primeiras páginas analisadas pertencem a edição de 2006 da Cutie, e correspondem à matéria de abertura da revista, esse conteúdo inicial aborda as tribos urbanas do Japão. Seleccionamos as páginas que se relacionam à estética e ao conceito da subcultura *kawaii*, especificamente das seguintes tribos: フェアリー 族², ロマンティックガーリー族³ e スウィートモード族⁴, onde observamos ocorrências tipográficas similares às citadas por Hobo (2015).

Percebemos manifestações tipográficas na direção horizontal, misturando palavras em japonês, escritas em katakana, com termos em inglês e pequenos elementos gráficos inseridos no texto, como as padronagens desenhadas dentro de フェアリー 族 (figura 4). A fonte utilizada imita traços manuscritos, trazendo a estética colegial à página, juntamente com as cores em tons pastéis. Também são vistos símbolos em volta do texto, como corações e estrelas rabiscadas à mão ao lado da frase principal.

Figura 3: Revista Cutie de 2006, página 2.

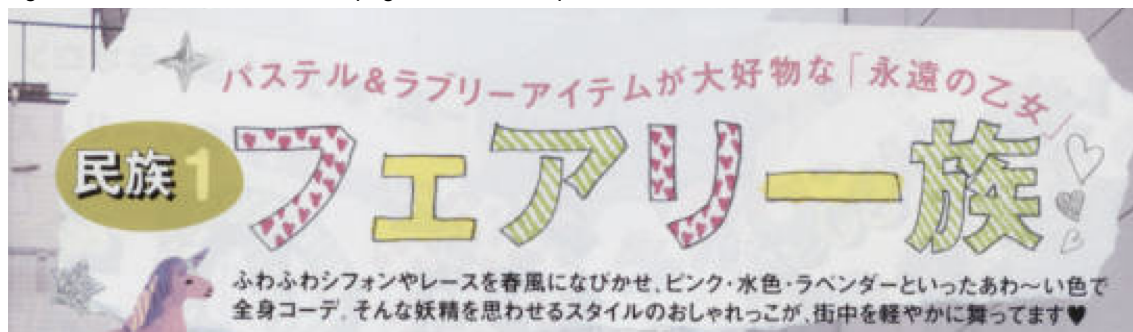


² Tribo das fadas (tradução das autoras).

³ Tribo Romântico Feminino (tradução das autoras).

⁴ Tribo do Estilo Doce (tradução das autoras).

Figura 4: Revista Cutie de 2006, página 2, visão ampliada do título.



Na figura 5 observamos outras manifestações tipográficas, ainda mantendo o conceito manuscrito da fonte. Em ロマンティック ガーリー族 (figura 6) e em スウィートモード族 (figura 7), os caracteres têm sua parte interna preenchida com padrões de desenhos rabiscados, corações, círculos, bolinhas e traços, assim como alguns desenhos a lápis de estrelas ao redor do texto. O traço do desenho da fonte também se mostra irregular, transmitindo a ideia de que foi escrito a mão.

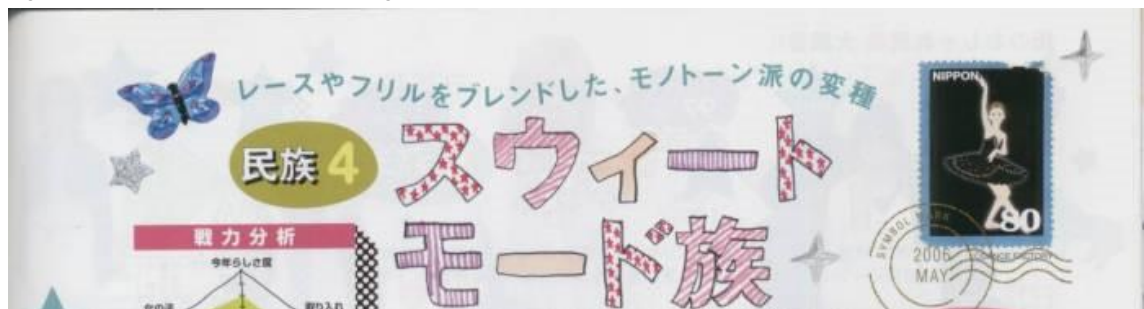
Figura 5: Revista Cutie de 2006, páginas 6 e 10.



Figura 6: Revista Cutie de 2006, página 6, visão ampliada do título.



Figura 7: Revista Cutie de 2006, página 10, visão ampliada do título.



As estruturas das fontes mostradas apresentam linhas que não são traçadas com precisão, possuindo pouca variação na espessura das hastes que as compõem, evidenciando assim um traço manuscrito, que remete ao desenho colegial. Como parte decorativa, as letras são texturizadas por símbolos como corações, estrelas e bolinhas, padrões de linhas e com cores sólidas em tons pastéis.

Assim, dialogando com o conceito de *kawaii* de Hobo (2015), podemos concluir que as tipografias analisadas se encaixam neste estilo, uma vez que apresentam as características necessárias como ornamentos ligados ao movimento fofo; traços irregulares, similares aqueles feitos feitos a mão por meninas do colegial; cores com tons pastéis que remetem ao infantil; e formas vazadas preenchidas com padronagens e formas arredondadas.

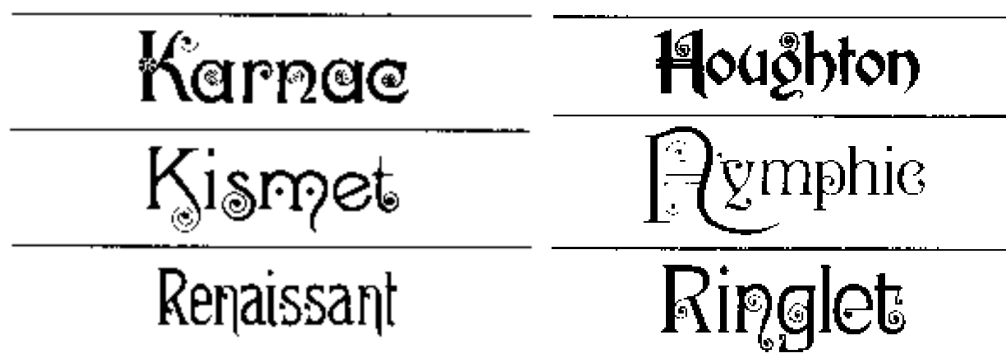
Lolita

Valdimarsdóttir (2015) afirma que a moda *Lolita* tem suas raízes no *kawaii*, se inspirando fortemente nas roupas utilizadas durante o período vitoriano e rococó. As características principais da moda *Lolita* são saias ou vestidos volumosos, com comprimento até os joelhos ou mais abaixo, com babados e/ou enfeites como rendas e laços; um chapéu ou adorno na cabeça, podendo ser uma touca ou um ou dois laços; uma estética inspirada no visual Vitoriano ou Rococó; e uma aparência geral que remete a uma boneca (Valdimarsdóttir, 2015, p.21). O autor afirma que o design Rococó é distinguido por um estilo de ornamentação mais leve, com curvas delicadas e elementos naturais. Além disso, também foi um pouco influenciada por um estilo de moda conhecido como *Otome-kei*. O termo *Otome* significa "donzela" em japonês,

e esse estilo é descrito como versão mais suave da *Lolita* atual, com roupas que lembram as usadas por meninas nas décadas de 1950 e 1960.

Meggs e Purvis (2010) afirmam que à medida que a era vitoriana avançou, o gosto pela elaboração dos ornamentos tornou-se uma influência maior no design de tipos e inscrições. As imagens abaixo mostram algumas tipografias desenvolvidas durante o período vitoriano por Herman Ihlenburg e John F. Cumming respectivamente (figura 8).

Figura 8: Algumas tipografias vitorianas retiradas de Meggs (2009), página 213



Dessa forma, podemos comparar as características das tipografias romanas com os traços dos desenhos dos tipos japoneses. O design tipográfico da era vitoriana mostrados anteriormente possuem terminais finalizados em espirais, detalhes em suas hastes e em outras partes do corpo dos tipos e não possuem grande contraste de peso entre as hastes.

É possível observar em いちばんのり☆春のブランド新作コレクション⁵ (figura 9), o uso de caracteres com terminais curvos, quase em espiral e com contornos coloridos, remetendo à estética vitoriana, com formas semelhantes às criadas por Herman Ihlenburg e John F. Cumming. As terminações das letras possuem formas arredondadas, em alguns casos acompanhadas de pequenos detalhes que evocam rendas e arabescos.

A página como unidade possui uma grande variação entre fontes góticas e mais elaboradas e outras romanas menores, criando uma hierarquia visual que destaca as informações principais. As cores das fontes predominantes incluem tons de rosa, lilás e dourado (figura 10).

Figura 9: Revista Gothic & Lolita Bible de 2008, visão ampliada.



⁵ Primeiro lugar ☆ Nova coleção de marcas de primavera (tradução das autoras).

Figura 10: Revista Gothic & Lolita Bible de 2008.



Em 個の人を見付けましょ☆ 心のお友達を探しましょ⁶ (figura 12), os caracteres possuem formas arredondadas e proporções regulares. Os terminais seguem um padrão orgânico em espiral, que remetem à estética vitoriana. As palavras-chave se destacam por meio do uso de cores, sendo a textura preta padrão, e rosa e verde as cores de destaque. Por fim, a decoração inclui preenchimentos texturizados e símbolos como corações e estrelas, reforçando o estilo feminino associado à subcultura *Lolita*.

⁶ Vamos encontrar aquela pessoa especial ☆ Vamos procurar um amigo para o coração (tradução das autoras).

Figura 11: Revista Gothic & Lolita Bible de 2008.



Figura 12: Revista Gothic & Lolita Bible de 2008, visão ampliada do título.



A frase 冬の新作コレクション 雪降る森の少女達⁷ (figura 13) utiliza a mesma construção das anteriores, com contornos que objetivam uma sensação de profundidade. Os caracteres da palavra コレクション⁸ possuem terminais com formas de espirais, remetendo novamente a

⁷ Nova coleção de inverno: Garotas na floresta nevada (tradução das autoras).

⁸ Coleção (tradução das autoras).

estética decorativa inspirada nos desenhos tipográficos vitorianos. As palavras-chave são destacadas por meio de cores complementares, como o azul e dourado na frase 雪降る森⁹.

Figura 13: Revista Gothic & Lolita Bible de 2008.



6 Considerações finais

Assim, a pesquisa realizada demonstrou que a tipografia desempenha um papel de contribuição na consolidação e disseminação no campo das subculturas japonesas, sendo examinadas nesta pesquisa a *Lolita* e a *Kawaii*. A análise das revistas selecionadas permitiu compreender como as escolhas tipográficas não apenas refletiram, mas também reforçaram os valores identitários desses movimentos, atuando como um elemento gráfico chave para comunicação visual de suas características.

O estudo evidenciou que, apesar do avanço da digitalização da informação durante o período analisado, o setor editorial japonês manteve-se como um agente central na formação e difusão desses estilos. As publicações especializadas não apenas documentaram as transformações da moda de rua japonesa, mas também desempenharam um papel ativo em sua consolidação.

⁹ Floresta Nevada (tradução das autoras).

Dessa forma, conclui-se que o design tipográfico participa ativamente de construção e da maneira como as estéticas populares se manifestam e dialogam com diferentes formas de comunicação. Como ferramenta de mediação entre a informação e a mensagem, a tipografia continua a desempenhar um papel fundamental na construção das narrativas visuais das subculturas analisadas.

7 Referências

- Carter, R., Meggs, P. B., Day, B., Maxa, S., & Sanders, M. (2015). *Typographic design: Form and communication*. John Wiley & Sons.
- Ávila, E. A. & Farias, P. L. (2024). Aspectos visuais do letreiramento em kanji e kana em jornais japoneses publicados em São Paulo: 1935–1940. In 1º Congresso Internacional de Design da Informação e 11º Congresso Nacional de Iniciação Científica em Design. São Paulo: Blucher, 827–838.
- Farias, P. L. (2016). *Estudos sobre tipografia: Letras, memória gráfica e paisagens tipográficas*. Universidade de São Paulo.
- Hobo, F. H. A. (2015). *Análise e interpretação da comunicação gráfica japonesa contemporânea: O Kawaii, a tipografia e o flatness interpretados sob um olhar sociocultural, estético e histórico*. [Tese de doutorado, Universidade de Lisboa].
- Internet Archive. (2024). Cutie Maio 2006, página 2. Recuperado em 23 de março de 2025, de https://archive.org/details/80_20240922_202409/Cutie%20May%202006/10.jpg.
- Internet Archive. (2024). Cutie Maio 2006, página 10. Recuperado em 23 de março de 2025, de https://archive.org/details/80_20240922_202409/Cutie%20May%202006/18.jpg.
- Internet Archive. (2024). Cutie Maio 2006, página 16. Recuperado em 23 de março de 2025, de https://archive.org/details/80_20240922_202409/Cutie%20May%202006/14.jpg.
- Internet Archive. (2024). Gothic & Lolita Bible Boudoir. Recuperado em 23 de março de 2025, de <https://archive.org/details/glb-boudoir-gothic-lolita-bible>.
- Internet Archive. (2024). Gothic & Lolita Bible Vol. 31, página 16. Recuperado em 23 de março de 2025, de <https://archive.org/details/31-gothic-lolita-bible/page/n15/mode/2up>.
- Internet Archive. (2024). Gothic & Lolita Bible Vol. 31, página 44. Recuperado em 23 de março de 2025, de <https://archive.org/details/31-gothic-lolita-bible/page/n43/mode/2up>.
- Japan Magazine Publishers Association (JMPA). (2024). Japan Magazine Publishers Association. Recuperado em 23 de março de 2025, de <https://www.j-magazine.or.jp/user/top/english>.
- Kanesaka, K. (1968). Wakudeki he no izanai: Kyanpu to hippī-sabukaruchā [An invitation to lose yourself: Camp, hippies and subculture]. *Bijutsu techō*, (294), 81–96.
- Llop, R. (2014). *Un sistema gráfico para las cubiertas de libros: Hacia un lenguaje de parámetros*. Editora Gustavo Gili.
- Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2009). *História do design gráfico*. Cosac Naify.

Oliveira, G. A. F., & Lima, S. (2021). Análise semântica de capas tipográficas de livros feministas: Discussões sobre performatividade de gênero. *InfoDesign: Revista Brasileira de Design da Informação*, 18(2).

PEREIRA, F. M. C., & FARIAS, P. L. (2019). As assinaturas gráficas da Typographia do Diário Oficial do Estado de São Paulo: 1891-1911, p. 3076-3090 . In: *Anais do 13º Congresso Pesquisa e Desenvolvimento em Design* (2018). São Paulo: Blucher, 2019.

Ritt, F. (2016). Analyzing the Japanese discourse on subculture/sabukaruchã. In *Keep it Simple, Make it Fast! DIY Cultures, Spaces and Places Programme*.

Valdimarsdóttir, I. G. (2015). Fashion subcultures in Japan: A multilayered history of street fashion in Japan. [Tese de doutorado].

Wansan, K. (2021). Role of Japanese street fashion. *Asian Journal of Arts and Culture*, 21(2), 39–45.

Watanabe, A. (2014). American influences in Japanese fashion: Westernization of clothing, the influence of 'Japan fashion' and current street fashion. *Bulletin of Kyoritsu Women's Junior College, Department of Life Sciences*, 57.

Sobre o(a/s) autor(a/es)

Laura Linck Maciel, Mestra, UFPE, Brasil <linck.lauram@gmail.com>

Valeria Louise R. Ueta, Grad. Design, CESAR School, Brasil <vlru@cesar.school>