

# **Das linguagens urbanas: vestígios do design popular nos letreiros do Mercado da Encruzilhada**

*About urban languages: traces of vernacular design on the Mercado da Encruzilhada's signs*

Milena Costa Leimig de Albuquerque Nascimento, Yvana Oliveira de Alencastro, Kalil Brito Cabral de Vasconcelos

memória gráfica, linguagem urbana, tipografia, ciência de dados

Este trabalho compõe um estudo exploratório, descritivo e interpretativo do design de letreiros expostos no Mercado da Encruzilhada, um mercado público localizado na cidade do Recife, em Pernambuco, que guarda mais de 70 anos de história. Lugar de transações e rápida mutabilidade, as atividades comerciais encontradas ali são carregadas pelos escritos suspensos, pintados e colados pelas paredes e grades da estrutura, dando a cada comércio um rosto e convidando diariamente clientes vindos de toda a cidade. A pesquisa propõe, então, investigar principalmente as propriedades tipográficas e morfológicas dos letreiros, a fim de registrar o que caracteriza o design local no tempo presente através das propriedades encontradas entre as sinalizações e artefatos efêmeros que habitam o local. Assim, foi construído um catálogo dessas inscrições a partir do desenvolvimento de um sistema de categorização, cujas informações coletadas foram posteriormente examinadas mediante uma análise quantitativa e qualitativa de dados. Os resultados evidenciam intensas tendências estilísticas e padrões dentro da amostra observada mesmo num espaço de grande variedade de estilos, dinamismo e mutabilidade.

*graphic memory, urban language, typography, data science*

*This work comprises an exploratory, descriptive and interpretative study of the design of commercial signs displayed at the Mercado da Encruzilhada, a public market located in the city of Recife, state of Pernambuco, which has more than 70 years of history. A place of transactions and rapid changeability, the commercial activities found there are carried by the suspended writings, painted and pasted on the walls and railings of the structure, giving each trade a face and inviting customers from all over the city on a daily basis. The research proposes, then, to investigate mainly the typographic and morphologic properties of the signs, in order to register what characterizes the local design in the present time through the properties found among the written pieces and ephemeral artifacts that inhabit the place. Thus, a catalog of these inscriptions was built from the development of a categorization system, where the collected information was later examined through a quantitative and qualitative data analysis. The results show intense stylistic trends and patterns within the observed sample even inside a space of great variety of styles, dynamism and mutability.*

**Anais do 11º CIDI e 11º CONGIC**

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosangela Vieira de Souza (orgs.)

**Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI**  
Caruaru | Brasil | 2023

**ISBN**

**Proceedings of the 11<sup>th</sup> CIDI and 11<sup>th</sup> CONGIC**

Ricardo Cunha Lima, Guilherme Ranoya, Fátima Finizola, Rosangela Vieira de Souza (orgs.)

**Sociedade Brasileira de Design da Informação – SBDI**  
Caruaru | Brazil | 2023

**ISBN**

## 1 Introdução

A engrenagem capitalista sob a cidade predestina a transformação do espaço público em paisagens de infinitas cores, imagens e signos inesgotáveis, muitos deles suspensos sobre nossas cabeças, outros nas paredes, baixos ou na altura dos olhos — inscrições comerciais podem ser encontradas em qualquer lugar. Nomeando negócios e transmitindo todo tipo de mensagem, os pontos de comércio na cidade abrigam placas, murais, cartazes e mais, desempenhando um papel essencial na movimentação urbana e na geração de renda diária de muita gente. Essas inscrições urbanas revelam sobre as pessoas e seu modo de vida, evidenciando pistas culturais em seu design — e aqui, se percebe que a produção cultural brasileira não nasce apenas em forma de entretenimento e expressão, mas também existe completamente em função de um mercado capitalista.

Em meio a uma inesgotável possibilidade de cenários urbanos, existem edificações construídas à base de ocupações populares e caracterizadas por uma riqueza histórica, dentre eles estão os mercados públicos. Como ambientes abundantes em troca e comercialização, os mercados são locais de constantes estímulos sensoriais em sua infinidade de produtos e serviços, assim se tornando também pontos centrais onde a cultura popular é conservada por meio das próprias pessoas que apropriam-se desses lugares. Dentre eles, o Mercado da Encruzilhada (Figura 1) permanece um desses espaços centrais. É um equipamento da cidade, que ergue-se por entre as ruas como um lugar vivo por fluxos e confluências diárias que compõem as dinâmicas rotineiras daqueles que ali consomem, dos que oferecem seu serviço e do próprio lugar.

Figura 1. Mercado da Encruzilhada. Fonte: Eduardo Cunha/Lucas Emanuel/Projeto Mercados em PE



Localizado no atual bairro da Encruzilhada, no norte de Recife, ele teve origem em um cruzamento entre vias férreas na antiga Encruzilhada de Belém, primeiro como uma feira livre no século XIX, em frente à estação local, depois tornou-se formalmente mercado público com a construção de seu edifício em 1924 e foi reformado como um novo prédio em 1950 (Gomes, 2019). Desde então, o Mercado ainda passa por mudanças graduais de expansão e aprimoramento, porém mantendo sua aparência original e fazendo-se a grande estrutura que é mantida até os dias atuais. Sua idade permite que seus visitantes criem costumes e laços ali, há pessoas que frequenta os mesmos cantos do Mercado por décadas, visto que ali concentram-se profissões antigas como costuraria, conserto de sapatos e ferragens, barbearia e bombonieres, cujo trabalho preserva artifícios e técnicas tradicionais comumente associados a ambientes antigos como mercados públicos.

É de se esperar que um lugar assim possa abrigar expressões gráficas tão diversas quanto seu espectro comercial. A cultura material dos letreiros<sup>1</sup> deste mercado público é estável, exposta na maioria das paredes e grades da edificação e representando os trabalhadores e, por vezes, familiares que ocupam espaço no lugar e oferecem seus serviços ao público. Portanto, perguntamos: o que caracteriza a linguagem gráfica dos letreiros encontrados atualmente no Mercado da Encruzilhada?

Esta pesquisa é de natureza exploratória e descritiva, onde foram coletados dados fotográficos de letreiros no Mercado da Encruzilhada cuja análise de seus múltiplos atributos foi feita quantitativa e qualitativamente, a fim de detectar tendências estilísticas, padrões de uso e significados culturais, considerando também seu contexto histórico e sociocultural.

### **Objetivo geral**

O estudo pretende caracterizar os letreiros atuais do Mercado da Encruzilhada, conceituando tipologicamente o design desses artefatos em suas propriedades de produção material e usos de tipografia.

Este projeto se desdobrará de acordo com objetivos específicos descritos a seguir.

### **Objetivos específicos**

- Registrar inscrições de diversos setores do Mercado através de pesquisas de campo que contemplarão de perto a fiscalidade dessas manifestações gráficas em seu elemento;
- Modelar um sistema de análise que condiga com as particularidades gráficas e morfológicas que os letreiros do local podem expressar;

---

<sup>1</sup> O uso dos termos 'letrero', 'inscrições comerciais' e outros similares refere-se a qualquer peça de sinalização que exibe mensagens específicas através da escrita ou elementos pictóricos e independente de seu material, tamanho ou formato, podendo assumir finalidades como identificar locais, indicar direções e anunciar produtos ou serviços.

- Identificar as abordagens e configurações que compõem esses letreiros, destacando possíveis padrões e discrepâncias entre eles através de observações individuais, de início, e comparativas entre a amostra registrada como um todo, posteriormente;

## 2 O Mercado da Encruzilhada

O nome de “Encruzilhada” é uma herança progressivamente construída pelas antigas estradas que constituíam os cruzamentos de um vilarejo chamado Belém, que surgiu em meados do século XVII e é de onde originou-se o bairro em que localiza-se o Mercado.

Encontrado no norte de Recife, este foi desde sempre um ponto de convergência entre outros povoados, através de tração animal, de início, até a chegada das vias férreas de trens e maxambombas, no final do século XIX, que se cruzavam a partir da estação ferroviária Estrada de Ferro (Figura 2) no largo da encruzilhada de Belém (Halley, 2013). Assim, o consequente aumento na circulação de pessoas neste lugar de encontros deu espaço a oportunidades comerciais no formato de uma feira livre, sendo esta “o embrião do mercado público até hoje presente no bairro”, segundo Gomes (2019, p. 47).

Figura 2. Estação Estrada de Ferro da Encruzilhada e sua feira livre. Fonte: Francisco du Bocage/Acervo Instituto Moreira Salles via Brasiliana Fotográfica Digital



Em meio a propostas de modernização urbana pelo governo de Recife através do tempo, a feira livre do local deu lugar ao primeiro mercado público da Encruzilhada em 1924 (Figura 3) (Gomes, 2019), posteriormente reconstruído e expandido em 1950 sobre a estação ferroviária desativada (Lins apud Gomes, 2019), e cuja estrutura, por entre eventuais reformas, permanece a mesma até os dias de hoje.



O centro do bairro da Encruzilhada é recebido até hoje como um forte núcleo comercial popular, o qual se mistura, no entanto, em meio a novas práticas modernas vindas da multiplicação das redes de supermercados e farmácias ao longo da paisagem, espelhando as diversas renovações públicas para moldá-lo às referências da elite recifense no passado. Formado atualmente pelas vias da Beberibe, Estrada de Belém, Castro Alves e João de Barros, apresenta-se hoje um lugar inconstante e inquieto, sendo continuamente atravessado por pessoas de passagem — um ponto de encontros — e assim manifestando vitalidade provocada por seus comércios e hábitos.

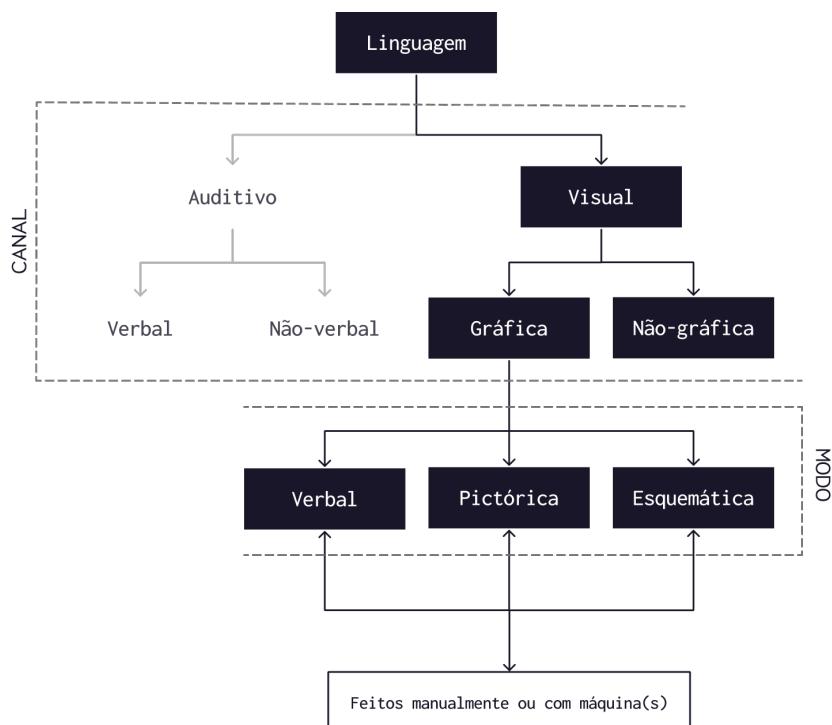
Diante disso, o Mercado da Encruzilhada pode ser visto como um ponto importante de centralidade por Gomes (2019, p. 33), em razão de — para além de sua posição estratégica no bairro e as muitas atividades que ocorrem ao seu redor — estruturas como essa constituírem-se “não apenas como o lugar do exercício da troca da mercadoria, mas também como propagador de experiências sociais envolvendo outros tipos de manifestações”.

O Mercado da Encruzilhada é um dos vários símbolos da cultura popular da cidade, conservando seu fluxo através de seus produtos e serviços diversificados, oferecendo verduras, frutas, cereais, carnes e frios em geral, além de uma praça de alimentação servindo refeições de todos os tipos. Também se encontram lá artigos de papelaria e costura, pet shops, uma gráfica e até uma loja de discos. A estrutura conta com 232 boxes cujas lojas estão periodicamente mudando, apesar de seus permissionários tenderem a permanecer por muitos anos naquele mercado, podendo passar adiante seus negócios pela própria família ou alterando completamente seu tipo de serviço.

### 3 Grafismos como linguagem

O termo “linguagem gráfica” é usado por Twyman (1979) para referir-se à maneira pelo qual as pessoas percebem uma informação. Nesse caso, a linguagem quer dizer qualquer forma de comunicação, Twyman (1982) as divide em linguagem auditiva e linguagem visual, onde a última pode ser gráfica ou não-gráfica, conforme a Figura 4. Assim, para o autor, a linguagem gráfica é a elaboração de elementos visíveis tendo a finalidade de comunicar uma mensagem, independente do meio usado (podendo ser à mão e/ou por máquinas).

Figura 4. Diagrama dos tipos de linguagens Michael Twyman (1982) reproduzido pelos autores.



A partir disso, a trajetória percorrida por esta pesquisa buscou compreender especificamente o ramo *verbal* da linguagem gráfica, que serão usados como diretrizes para a construção do sistema de análise aplicado nos letreiramentos estudados.

Twyman (1979), além disso, reconhece que aquele que planeja a linguagem gráfica é automaticamente um “designer gráfico”. Segundo ele, para ser designer gráfico, basta simplesmente ser o intermediário entre aqueles com as informações a serem transmitidas e as pessoas que vão receber tal mensagem. Esta definição, como também dito pelo autor, revela que nem sempre designers gráficos possuem formação acadêmica ou conhecimento formal. Como complementa Lima (1994), os letristas populares são indivíduos criadores de uma estética facilmente encontrada através de letreiros e placas pintadas à mão, uma linguagem gráfica comumente referida como “informal”, muito presente no cotidiano urbano. A partir disso é possível perceber que o design gráfico pode ser gerado a partir de duas correntes, segundo Finizola (2010), a oficial e a popular, onde a primeira é influenciada pelo “Estilo Internacional”,

onde a perfeição formal e eficiência industrial são um objetivo a ser atingido através da forma determinada pela função, desinteressado em valores culturais. Já a segunda corrente é mais regionalista e se preocupa com a identidade cultural do design, buscando combinar cultura, tradição e tecnologia moderna para desenvolver um design que reflita seu contexto social e atenda às necessidades específicas de um público local.

O ofício dos designs de conhecimento vernacular, do popular e do regional são, dessa forma, marcados por toda uma complexidade de artifícios, onde muitos dos autores desenvolvem seu próprio sistema de técnicas e, ao mesmo tempo, funcionam coletivamente construindo uma extensa estrutura cultural. Essa sabedoria é oriunda paralelamente aos ambientes formais elitizados e acadêmicos, podendo desenvolver-se separadamente ou em conjunto, visto que as duas vertentes exercem influência entre si (Finizola, 2010).

Espaços públicos guardam tantas possibilidades de manifestação que é comum ver lado a lado a cultura popular e local as expressões universais, um exemplo disso é o Mercado da Encruzilhada com sinalizações comerciais tão graficamente diversificadas quanto os tipos de comércio oferecidos lá dentro, tornando sua paisagem tipográfica heterogênea.

### **Memória Gráfica**

As manifestações gráficas urbanas são tão importantes para a identidade cultural do lugar quanto são para as experiências de habitação e pertencimento da cidade. O cotidiano e o familiar nos impacta silenciosamente, segundo Lynch (1960, p. 92, tradução dos autores), “acima de tudo, se o ambiente for visivelmente organizado e nitidamente identificado, o cidadão poderá impregná-lo de seus próprios significados e relações. Então se tornará um verdadeiro lugar, notável e inconfundível”. É através desta familiaridade que a memória nasce.

A memória gráfica se define como resgate e estudo de artefatos culturais como sendo contadores de histórias: “estudar memória gráfica é atentar-se para o cotidiano [...] Olhar para esses objetos gráficos é procurar sinais deixados pela sociedade daquele tempo do qual pertencia esse objeto”, afirma Reis (2015, p. 244). Dessa forma, é possível compreender que a memória é um fato além da individualidade, é um diálogo com as pessoas e os artefatos. De acordo com Farias (2016, p. 66):

Estudos sobre memória gráfica muitas vezes se concentram em artefatos produzidos além do tempo de vida de possíveis testemunhas, exigindo procedimentos que possibilitem obter “história a partir de coisas”, [...] O método chave para deduzir uma história a partir de “coisas” gráficas é a análise da linguagem gráfica e visual, que pode nos dizer algo sobre repertórios, tendências, gostos e sua circulação. Combinado com observações sistemáticas sobre os meios e técnicas de produção de artefatos gráficos, e com uma compreensão dos significados atribuídos a eles pelos clientes, os produtores e os consumidores, tal análise pode gerar ricas interpretações históricas.

Entretanto, como extrair material histórico em um lugar como o Mercado da Encruzilhada, um equipamento urbano com tanto movimento e onde os comércios podem permanecer por anos ou durar meses? Para esta pesquisa, será trabalhado com inscrições

vindas da tipografia comercial (Farias, 2016), que consistem nos letramentos presentes em ambientes comerciais, onde nesse caso serão nas diversas formas de expressão tipográfica do Mercado da Encruzilhada.

## 4 O Processo

Na intenção de traçar e analisar a personalidade gráfica do Mercado da Encruzilhada, os letreiros foram registrados em pesquisas exploratórias em campo pelo local, e, posteriormente, um sistema de análise visual foi desenvolvido para proporcionar a descrição de cada artefato individualmente através de sua catalogação, processos que serão descritos a seguir.

### Adentrando a paisagem (tipo)gráfica

Os letreiros do Mercado da Encruzilhada utilizados nas análises foram fotografados para a realização deste estudo em diferentes datas ao longo de fevereiro de 2022 até março de 2023. Os artefatos retratados são parte de 45 boxes diferentes que marcam áreas tanto internas quanto externas do Mercado – alguns desses negócios contendo mais de um letreiro em seu espaço – buscando contemplar os diversos pátios e corredores que representam a diversidade de serviços do local.

Nesse processo, foram evitadas peças gráficas vindas de empresas externas ou patrocinadoras, como a *Coca-Cola*, por exemplo, que fornece placas a alguns boxes ao longo da praça de alimentação do Mercado, as quais indicam o nome das comedorias e restaurantes junto à marca da corporação. Assim, letreiros cuja finalidade consiste em promover exclusivamente o próprio negócio foram priorizados.

O resultado foi uma coleção com cerca de 80 fotos de letreiros e fachadas onde, a partir deste acervo, foram selecionadas as fotos de melhor resolução e recortadas em imagens separadas aquelas que apresentavam mais um letreiro para análise individual. Por fim, foram escolhidas 73 peças para serem analisadas de acordo com a variedade visual e tipográfica aparente numa observação inicial, podendo ser observados exemplos das imagens capturadas na Figura 5 abaixo.



### Compondo a abordagem de estudo

A análise elaborada para este artigo, descrita no Quadro 1, foi iniciada a partir do desenvolvimento de uma ficha de análise, fundamentada a partir de um mapeamento de

trabalhos precursores de temática semelhante a este e estruturando-se de modo a reconhecer aspectos de categorização tipográfica e morfológica segundo as seguintes categorias:

Quadro 1. Composição da Ficha de análise. (Fonte: autores)

Categorias	Descriutivo	Autores de referência
1. Identificação	Imagen, data de captura, número do box, conteúdo	Finizola (2010) Valadares (2007) Sistema SIMBA/Donato de catalogação do Museu Nacional de Belas Artes.
2. Análise produtiva	Gênero, suporte, confecção, uso de cores	
3. Classificação de forma	Número da célula da matriz, modo de configuração, modo de simbolização	Twyman (1979)
4. Análise tipográfica	Meio de escrita, classificação, peso: leve, regular, médio, negrito ou pesado, postura, largura, caixa, contraste, eixo de contraste, espaçoamento, alinhamento horizontal	Maldonado e Farias (2021) Finizola (2010) Aragão et al (2008)

Uma amostra da ficha de análise preenchida por completo é como mostrada na Figura 6, que segue:

Figura 6. Exemplo de ficha de análise preenchida.

1. Identificação		4. Análise tipográfica	
1.1. Imagem			
1.2. Data da captura	25/02/2022		
1.3. Nº do box	114		
1.4. Conteúdo	TIC-TAC   Bijouterias   ARTIGOS EM AÇO   FOLHEADOS   BOX 114		
2. Análise produtiva			
2.1. Gênero	Gênero misto - testeira + placa		
2.2. Suporte	Lona brilho com ilhós amarrada em moldura de metal		
2.3. Confecção	Impressão		
2.4. Uso de cores	2 CORES   laranja; preto		
3. Classificação de forma (Twyman, 1979)			
3.1. Nº da célula	2		
3.2. Modo de Configuração	Linear interrupted		
3.3. Modo de Simbolização	Verbal/numerical		

Para identificar as tipografias digitais foram usados duas ferramentas online de busca de por meio do upload de imagens: o What Font Is que reconhece as imagens através de

machine learning — e o WhatTheFont que faz comparações dentro de uma base de dados para sugerir a(s) fonte(s) correspondente(s).

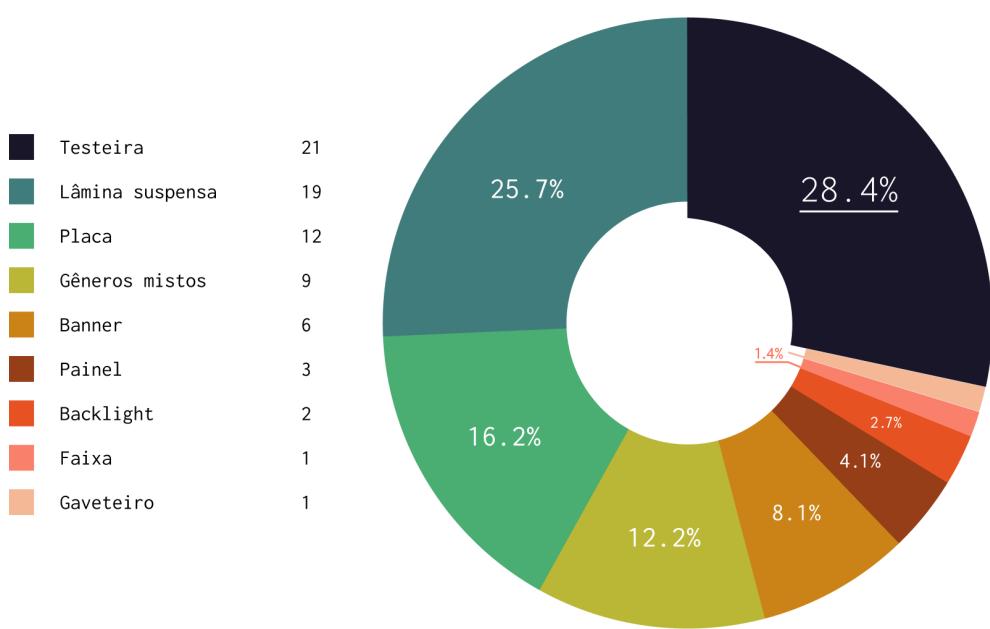
## 5 Resultados

Foram extraídos os dados e panoramas sobre cada categoria da análise, cujos atributos foram postos em proporção uns com os outros e, quando quantificados, foram comparados através de gráficos. Assim, a paisagem gráfica do Mercado da Encruzilhada poder ser refletida a partir dos seguintes resultados:

### Análise produtiva

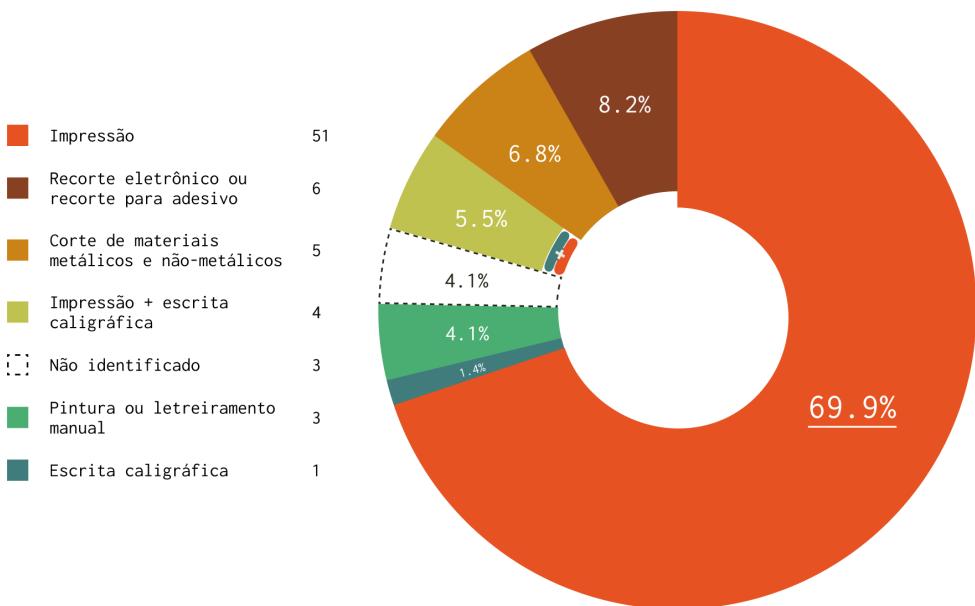
Os letreiros registrados, em sua totalidade, foram classificados em mais de 8 gêneros diferentes, com a predominância de *testeiras*, como apresentado no Gráfico 1.

Gráfico 1. Resultado comparativo do 'gênero' dos letreiros. (Fonte: autores)



Sobre o suporte (Gráfico 2) e a confecção dos letreiros (Gráfico 3), atualmente existe a maior frequência no uso de *lona* dentre os materiais, mais especificamente *lona brilho* (mencionado 22 vezes), onde o conteúdo destes artefatos em questão são confeccionados através da técnica também mais recorrente, o design digital *impresso*, que aparece mais vezes do que todas as outras modalidades juntas.

Gráfico 3. Resultado comparativo da ‘confecção’ dos letreiros. (Fonte: autores).



Já ao falar do uso de cor, foi calculada uma a média de cores 2.8 cores usada por letreiro, onde a quantidade de cores por artefato foi quantificada da seguinte maneira (Quadro 2):

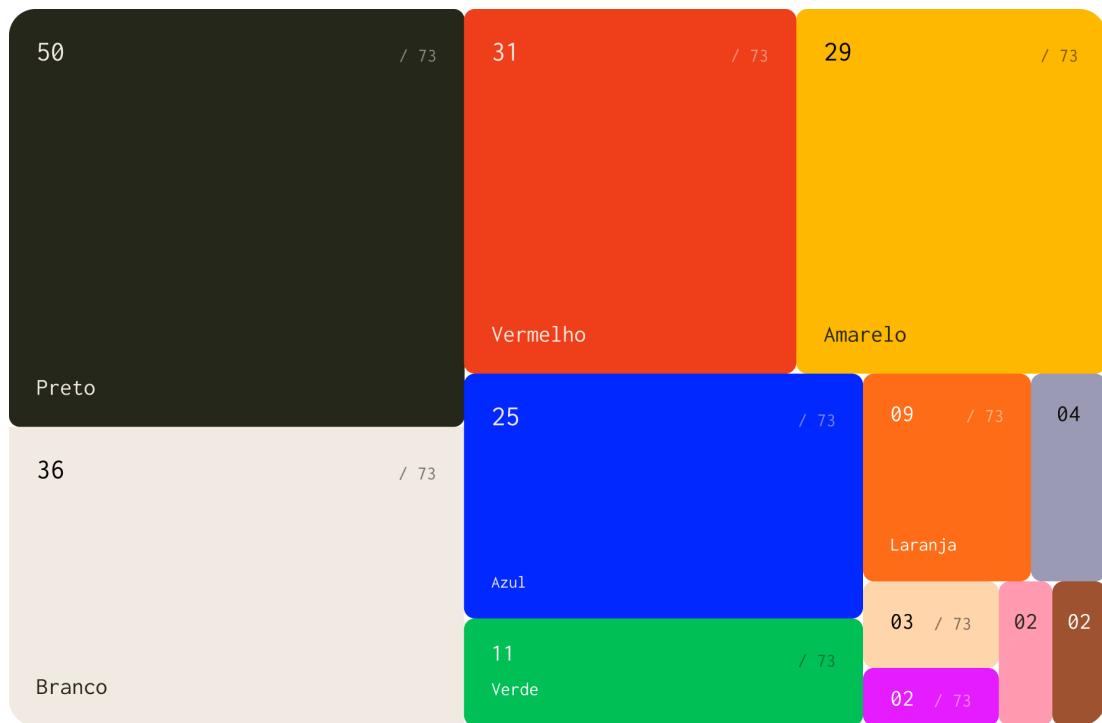
Quadro 2. Resultado quantitativo sobre o número de cores usadas por letreiro. (Fonte: autores)

Quantidade de cores por letreiro	Incidência	%
2 cores	25 letreiros	34.2
3 cores	21 letreiros	28.8
4 cores	11 letreiros	15.1
1 cor	9 letreiros	12.3
5 ou mais cores	7 letreiros	9.6

**Média:** ~2.8

Quanto às cores mais utilizadas (Gráfico 4), os resultados revelam que *preto* e *branco* são, respectivamente, a primeira e segunda mais presentes. Porém, se ambas forem consideradas tons e não cores em si, as cores prevalentes foram o *vermelho* e o *amarelo*, com *azul* em terceiro lugar.

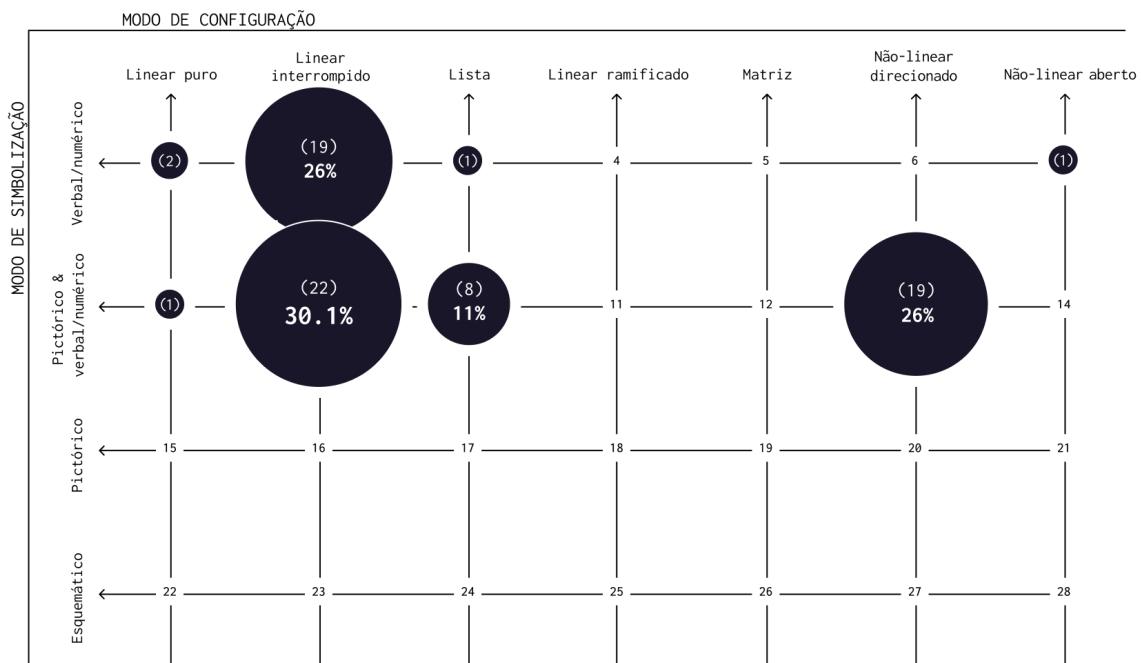
Gráfico 4. Resultado quantitativo sobre o uso de cada cor por letreiro. (Fonte: autores)



### Classificação de forma

Ao posicionar as imagens dos letreiros de acordo com as células da matriz de Twyman (1979) consideradas correspondentes (Gráfico 5), observou-se uma predominância em letreiros cuja ‘simbolização’ envolve ambos a escrita e a presença de imagens, ilustrações ou ícones, sendo esta a classe *pictórico & verbal/numérico*. Além disso, a ‘configuração’ consiste majoritariamente numa leitura linear dividida em quebras de linha, ou seja, a classe *linear interrompido*. Curioso notar a forte presença da configuração *não-linear direcionada*, onde a leitura geral pode ser direcionada de diversas maneiras diferentes que não somente numa única ordem.

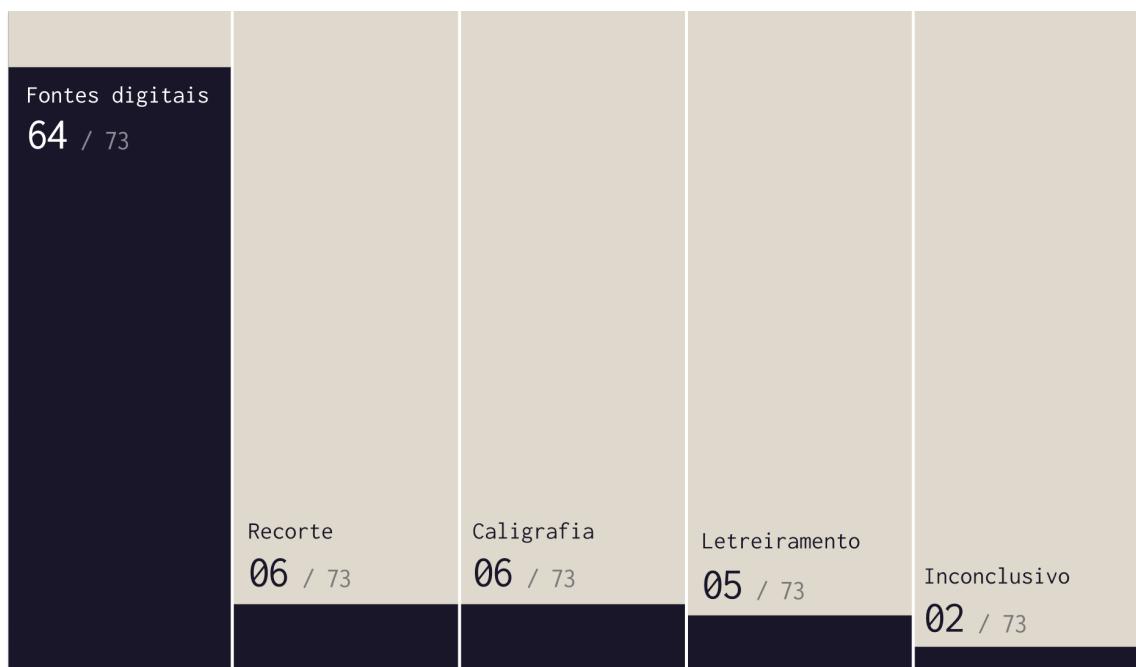
Gráfico 5 - Resultado de 'classificação de forma'. (Fonte: autores)



### Análise tipográfica

Diferentes formas de escrita e confecção de letras foram encontradas no Mercado, e dentre elas, as *fonts* e *typefaces* digitais, a *caligrafia manual*, *letereiramento manual* ou *lettering* e letras feitas em *recorte*. A quantidade de aplicações de cada um deles entre o catálogo é ilustrada no Gráfico 6.

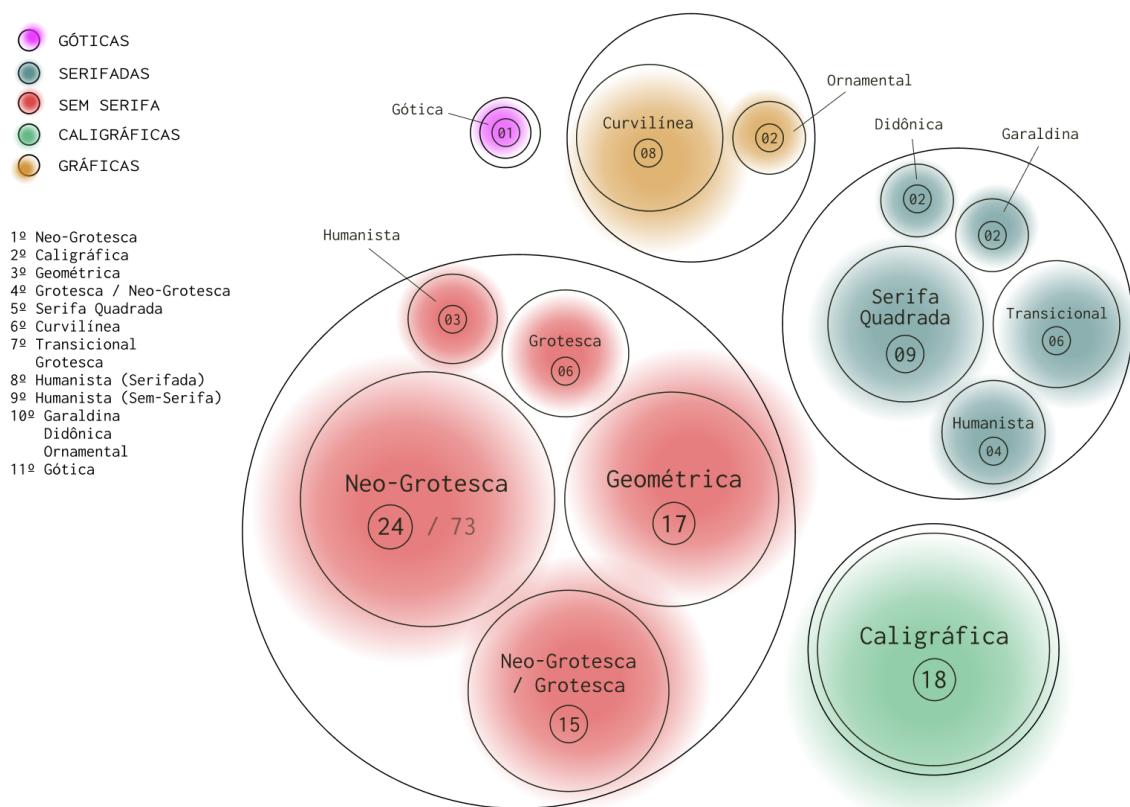
Gráfico 6. Resultado do 'meio de escrita', mostrando quantas fichas citam cada meio de escrita. (Fonte: autores).



Muito maior em volume do que as outras categorias, o uso de fonte digital é mais que o triplo de todo o resto, refletindo o alto número de confecções em impressão dentre eles, mas incluindo também as adesivagens em vinil que são recortes de fontes digitais. A escrita em recorte de materiais metálicos e não-metálicos, como acrílico, aparece em seguida juntamente com as inscrições caligráficas. Foi percebido, também, o fato de que esses casos contendo caligrafia envolviam seu uso para correções (a mudança de um item num cardápio, por exemplo), complementos (como a escrita da numeração do box num painel impresso) ou a resolução de algum problema no geral. Por fim, o letreiramento manual foi o meio menos encontrado.

A classificação tipográfica (Farias, 2016) das fontes digitais e caracteres confeccionados por recorte mostrou que a paisagem tipográfica do Mercado é composta majoritariamente de *neo-grotescas*, *caligráficas* e *geométricas*, como demonstrado no Gráfico 7 abaixo. Importante mencionar também a adição de um item no sistema de análise BS 2961 (Farias, 2016), *grotesca/neo-grotesca*, que teve o propósito de classificar escritos, em sua maioria aqueles cuja confecção dos caracteres envolve recorte em materiais como acrílico, os quais não foram possível identificar particularidades visuais o bastante para eliminar as possibilidades de encaixe em ambas as categorias — isto se deu pois estes tipos em recorte parecem ser fontes autorais. Além disso, foi interessante notar um considerável número de fontes de serifa quadrada, sendo este o tipo de serifa em maior volume em comparação às outras serifadas, que são consideradas tradicionais.

Gráfico 7. Resultado da 'classificação tipográfica' para a categoria fontes digitais e confeccionadas por recorte. (Fonte: autores).



Quanto à caracterização das classes de letreiramentos manuais (Finizola, 2010), por sua pequena incidência, evidenciaram dentro da amostra a presença de apenas 6 dos 9 atributos de classificação (Quadro 3). A categoria *caligráficas* foi a de maior uso e naturalmente reflete a mesma quantidade de vezes que aparece no campo ‘meio de escrita’ (Gráfico 6).

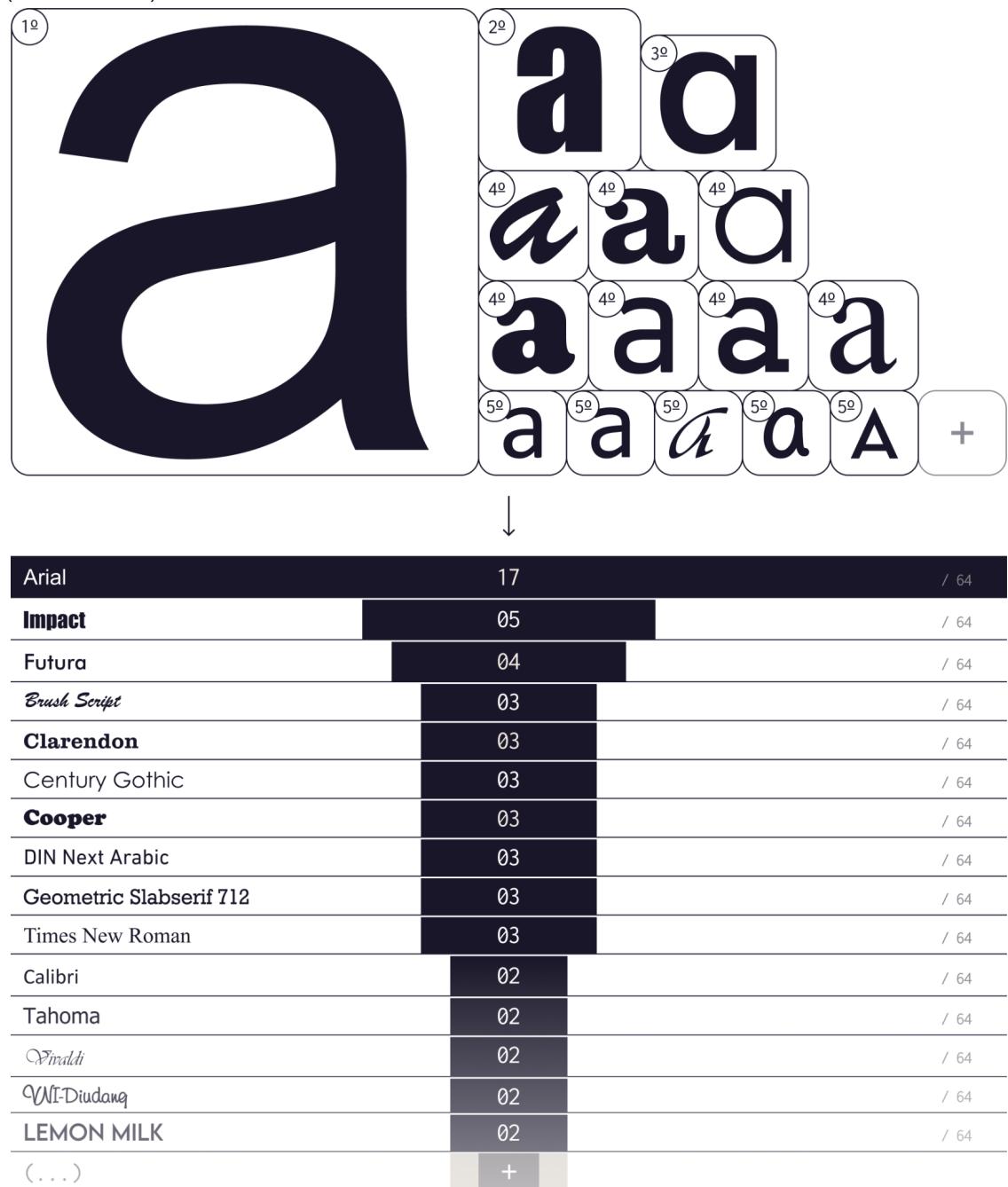
Quadro 6 - Resultado da campo ‘classificação tipográfica’ para a categoria letreiramentos manuais.  
(Fonte: autores)

Classe	Usos por ficha
Caligráficas	6
Amadoras	2
Quadradas	2
Serifadas	1
Grotescas	1
Gordas	1
Cursivas	0
Fantasia	0
Expressivas	0

Indo mais fundo no universo tipográfico, foi possível identificar mais de 70 fontes utilizadas nos letreiros, onde 61 delas foram identificadas, mas cerca de 12 usos de tipografia

digital permanecem desconhecidos. O Gráfico 8 apresenta as 15 fontes mais frequentes, cujo resultado evidencia uma forte preferência por *Impact*, *Futura* e principalmente *Arial*.

Gráfico 8. Resultado parcial das fontes digitais usadas, mostrando quantas fichas citam cada fonte  
(Fonte: autores)



Quanto aos demais itens da Análise Tipográfica, as características mais recorrentes são:

- **Peso:** *Negrito*, visto em 39 letreiros;
- **Postura:** *Vertical*, visto em 68 letreiros;
- **Largura:** *Regular*, visto em 65 letreiros;

- **Caixa:** *Alta*, visto em 61 letreiros;
- **Contraste:** *Sem contraste*, visto em 37 letreiros;
- **Eixo de contraste:** *Vertical*, visto em 45 letreiros;
- **Espacejamento:** *Regular*, visto em 60 letreiros;
- **Alinhamento horizontal:** *Centralizado*, visto em 41 letreiros.

## 6 Considerações Finais

Este artigo representa uma pesquisa ainda em andamento, realizada como requisito de conclusão de curso, onde espera-se demonstrar análises feitas de mais atributos diferentes sobre os letreiros, como seus elementos pictóricos e interpretação semântica das inscrições, bem como futuramente poder fazer correlações dos atributos entre si como forma de aprofundamento da análise.

Esta pesquisa sob o olhar da memória gráfica procura explorar uma parte essencial de um lugar que quer estar repleto de gente todos os dias. As inscrições efêmeras pelas paredes do Mercado da Encruzilhada têm coisas a dizer sobre os ofícios que representam e convidam trocas de todo tipo, tão abundantes que um trabalho como este é incapaz de representar sua totalidade. E ainda que esses artefatos tocassem em tantas possibilidades de forma e composição, a amostra do Mercado registrada apresentou fortes tendências estilísticas.

Já dentre os resultados, destacam-se as descobertas feitas sobre a confecção dos letreiros, já que a ocorrência técnica *impressão* de designs feitos digitalmente chegou a superar em muito todas as outras modalidades (Gráfico 3), e isso gerou um achado ainda mais notável quando colocado em contraste com a conclusão de outros trabalhos. Em especial: três dos sete letreiros vernaculares fotografados por Sampaio (2012) no Mercado da Encruzilhada pertenciam a boxes também registrados para esta pesquisa, porém, no comparar das imagens, foi revelado que as inscrições manualmente pintadas da época foram substituídas por letreiros confeccionados através de impressão ou corte de materiais diversos, atualmente — sendo estes os letreiros da *Peixaria O Jangadeiro* (Figura 7), *Peixaria O Melhor do Mar* (Figura 8) e *Tabacaria Vitória* (Figura 9). Isso é especialmente considerável considerando que a classe de confecção ‘pintura’, como exibido no Gráfico 3, é das mais baixas dentre as técnicas identificadas nas sinalizações de hoje em dia do Mercado. Estes e outros poucos registros que existem do Mercado por volta de 2010 e anos anteriores não são suficientes para chegar a uma conclusão acerca das mudanças nas tendências de confecção e suporte desses letreiros, mas revelam uma oportunidade para estudos futuros sobre o Mercado.

Figuras 7. Letreiros da *Peixaria O Jangadeiro* antes e depois. (Fonte: Sampaio, 2012 (direita); autores (esquerda))



Figuras 8. Letreiros da *Peixaria O Melhor do Mar* antes e depois. (Fonte: Mariana Hennes Sampaio (direita); autores (esquerda))



Figuras 9. Letreiros da *Tabacaria Vitória* antes e depois (Fonte: Mariana Hennes Sampaio (direita); autores (esquerda))



É curioso notar a frequência de *Arial* — uma fonte neutra e sem adornos, considerada a sombra da suíça e moderna *Helvetica* — sendo usada num contexto de planos de fundo multicoloridos, formas e desenhos vetorializados e imagens cheias de produtos. Junto a ela, *Impact* — a fonte mais bem conhecida por seu papel na cultura da internet e por seu uso em memes — e *Brush Script* são todas fontes consideradas excessivamente aplicadas graças ao seu fácil alcance, seu uso é muitas vezes considerado amador dentro das esferas formalizadas e acadêmicas do design.

No geral, foram identificadas escolhas expressivas sobre o processo de criação destas pessoas no que se refere ao design gráfico feito através de ferramentas digitais. Primeiramente,

muitos dos letreiros registrados contém em si uma grande quantidade de informações, fazendo com que esses artefatos por vezes pareçam quase abarrotados de informação, pois é comum textos como listagens de produtos estarem sobrepondo imagens ou fazerem parte de camadas de formas e cores saturadas e chamativas. No mais, outros detalhes encontrados pelos artefatos abrangem o alinhamento horizontal de texto irregular, mesmo que não sendo o mais comum, uso abundante de fontes digitais, onde foram encontradas até 6 fontes diferentes num mesmo letreiro, e vezes onde o texto era comprimido manualmente, como se tivesse sido espremida para que coubesse dentro de um espaço. As inscrições comerciais do Mercado parecem querer desafiar a neutralidade.

Além disso, a mudança nos letreiros evidenciada previamente através do trabalho de Sampaio (2012) junto à tipografia que compõe os escritos, especialmente as fontes digitais, ambos levantaram a hipótese sobre um possível processo de transição na produção desses artefatos, do manual popular ao digital impresso ou cortado. Segundo Finizola (2015), apesar de letreiramentos manuais feitos por não especialistas e pintores de letras especializados ainda serem presentes em muitos estabelecimentos pela cidade, a concorrência das gráficas rápidas oferecem impressões digitais em diversos suportes a preços acessíveis, representando uma ameaça ao trabalho do pintor de letras e levado à substituição gradual das pinturas manuais por peças rapidamente impressas digitalmente, alterando a paisagem visual ao longo do tempo.

Da mesma forma que o letreiramento pintado é um ofício exercido por ambos profissionais e autodidatas, as ferramentas de design digital são apropriadas também por práticas informais e não-institucionalizadas. Assim, surgiram os seguintes questionamentos: os letreiros manuais são uma parte da identidade do design brasileiro reconhecida como prática externa a esferas formais (Finizola, 2015), no entanto são muitas vezes vistos reproduzidos digitalmente por designers profissionais como estética brasileira em contextos autorreferenciais (Figura 10) — mas e quando o digital é apropriado por práticas populares e vernaculares? Até que ponto a excelência técnica é um critério para um design bem-feito e deliberado? Poderia esse suposto vernacular digital se mostrar atrativo aos círculos formalizados e ser apropriado por eles mesmo que suas características majoritariamente discordem das noções de polimento, forma e estética pré-estabelecidas pelo mercado e por instituições de design?

Figura 10 - Camiseta Farm (esquerda) e chinelo Havaianas Farm inspirados nos letreiramentos populares brasileiros. (Fonte: Farm e Havaianas)



brasileiros. (Fonte: Farm e Havaianas)



“Templates ou ferramentas de acesso popular tendem a ser evitados em nossa atual sede consumista de diferença (...) Eles são uma oportunidade para desaprender, para encontrar uma nova estrutura fora dos fluxos de privilégio na prática do design”, diz Atkinson e Balaguer (2021, tradução dos autores). Ainda produções culturais, a composição gráfica desses letreiros comerciais desafia em algum nível princípios hegemônicos enraizados no design, e mesmo em casos de artefatos cuja estética pode parecer imitar os estilos de países do norte, seu local de origem e o contexto de onde se originam não os torna produções estrangeiras. Segundo Dones (2004, p. 80) “O vernacular se constrói em um espaço simbólico, onde as novas tecnologias avançam e encontram formas primitivas, populares e particulares.”

Esta pesquisa vem com o intuito de, mais do que demonstrar os registros dos letreiramentos do Mercado da Encruzilhada, tentar fazer parte de uma conversa sobre as feições mutáveis do design brasileiro. Existe aqui, no entanto, uma impossibilidade implícita de transmitir

a experiência do espaço físico e de artefatos que são verdadeiramente do seu tempo — esses letreiros não são apenas uma experiência visual, encará-los vêm com cheiros, sons e pessoas — um trabalho acadêmico pode apenas performar. Os registros apresentados aqui também são apenas um gerenciamento e descritivo de conhecimentos e ofícios exercidos, muito provavelmente em maior parte, fora da academia e em nível popular, expostos em um local público. Há um valor, não somente acadêmico, mas inegavelmente afetivo, na localidade, em circular o corpo físico, explorar um espaço aberto e, quem sabe, acompanhar as mudanças que ocorrem nele como componente de um todo, como parte da cidade.

## 7 Referências

- Atkinson, R., Balaguer, C. (2021) Learning from the Vernacular. Futureess  
<<https://futuress.org/stories/learning-from-the-vernacular/>>
- Bocage, F. (n.d.). Estação Estrada de Ferro. Acervo Instituto Moreira Salles via Brasiliana Fotográfica Digital. 1 fotografia. 2500x673 pixels  
<<https://brasilianafotografica.bn.gov.br/brasiliana/handle/20.500.12156.1/2048>>
- Dias, B. (n.d.). Mercado público da Encruzilhada. *Villa Digital*. 1 fotografia. 600x406 pixels  
<<https://villadigital.fundaj.gov.br/index.php/base-da-villa-digital/iconografia/item/1752-mercado-publico-da-encruzilhada>>
- Dones, V. L. (2004). As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica. *Anais do P&D Design*. FAAP: São Paulo.
- Cunha, E., Emanuel, L. (n.d.). Projeto Mercados em PE. 1 fotografia. 1024x683 pixels.  
<<https://mercadosempe.com/mercado-da-encruzilhada/>>
- Farias, P. L. (2016). Estudos sobre tipografia: letras, memória gráfica e paisagens tipográficas. *Tese de livre-docência*.
- Farm. (n.d.). 1 fotografia. 1600x2133 pixels  
<[https://www.oqvestir.com.br/catalog/product/view/id/1285930&utm\\_source=ilove&utm\\_medium=xml&utm\\_campaign=ilove?utm\\_source=iloveecommerce&utm\\_campaign=none&utm\\_medium=xml&utm\\_term=%5Cproduto%5Cqvestir%5Cfarm%5Ct-shirt-lurex-a-brasileira-farm-verde%5C5370162&utm\\_content=direct\\_direct](https://www.oqvestir.com.br/catalog/product/view/id/1285930&utm_source=ilove&utm_medium=xml&utm_campaign=ilove?utm_source=iloveecommerce&utm_campaign=none&utm_medium=xml&utm_term=%5Cproduto%5Cqvestir%5Cfarm%5Ct-shirt-lurex-a-brasileira-farm-verde%5C5370162&utm_content=direct_direct)>
- Finizola, F. (2010) Tipografia Vernacular Urbana: uma análise dos letreiramentos populares. São Paulo: Blucher, 2010
- Finizola, F. (2015) A tradição do Letreiramento Popular em Pernambuco: Uma investigação acerca de suas origens, forma e prática. *Tese de Doutorado em Design*, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Gomes, J. D. (2019) Um mercado na Encruzilhada: as transformações e permanências de um antigo equipamento comercial frente às urgências do século XXI. *Dissertação de Mestrado em Desenvolvimento Urbano* – Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Halley, B. M. (2013) De Belém à Encruzilhada: o bairro recifense e sua identidade no coração do lugar. *Revista Eletrônica Geoaraguaia, Barra do Garças, n. Edição Especial*, p. 128 - 146, 2013.

- Havaianas. (n.d.). 1 fotografia. 680x680 pixels  
<[https://havaianas.com.br/p/chinelo%20havaianas%20farm%20sucos%20de%20frutas-4148488\\_2715\\_356.html?gclid=EA1aIQobChMlwrSJrrLE\\_wlVlexcCh10iAPnEAQYCCABEgKjvPD\\_BwE](https://havaianas.com.br/p/chinelo%20havaianas%20farm%20sucos%20de%20frutas-4148488_2715_356.html?gclid=EA1aIQobChMlwrSJrrLE_wlVlexcCh10iAPnEAQYCCABEgKjvPD_BwE)>
- Lynch, K. (1960) *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press.
- Lopes, R. F.; Vasconcelos, L. M. (2010). Considerações sobre os mercados públicos: relação de sociabilidade e vitalidade urbana nas cidades. *III Colóquio internacional sobre comércio e cidade: uma relação de origem* - isbn-978-85-88126-89-3
- Meneses, U. B. (1984). Identidade Cultura e Arqueologia. *Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional*, n.20, p. 33-36.
- Sampaio, M. H. (n.d.). Letreiros Populares do Recife: Os Sentidos e as Formas dos Enunciados. 3 fotografias. <<http://www.letreirospopulares.com/SelecionarImagens.aspx>>
- Sampaio, M. H. (2012). Letreiros Populares do Recife: uma análise dos seus aspectos semânticos e morfológicos. 168 f. *Dissertação de Mestrado em Design: Design da Informação* – Centro de Artes e Comunicação, Programa de Pós-Graduação em Design, Universidade Federal de Pernambuco, Recife.
- Reis, S. R. (2015). Um olhar do design gráfico sobre memória, efêmeros e afeto: delineando a memória gráfica brasileira. In De Jesus, S. (Org). *Anais do VIII Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual: arquivos, memórias, afetos*. Goiânia, GO: UFG/ Núcleo Editorial FAV.
- Twyman, M. (1979). A schema for the study of graphic language. In: KOLERS, Paul A.; Wrostad, Merald E.; Bouma, Herman (Eds.). *Processing of visible language*. v.1. Trad. Edna Lucia Cunha Lima. New York: Plenum Press, pp. 117-150.
- \_\_\_\_\_. (1982) The graphic presentation of language. *Information Design Journal*, vol. 3, nº2, pp. 102-109.
- What Font Is. (n. d.) Find any font from any image. <<https://www.whatfontis.com>>
- What The Font. (n. d.) <<https://www.myfonts.com/pages/whatthefont>>

## 8 Sobre os autores

- Milena Costa Leimig de Albuquerque Nascimento, graduanda em design, CESAR School, Brasil <mcla@cesar.school>
- Yvana Oliveira de Alencastro, M<sup>a</sup>., CESAR School, Brasil <yoa@cesar.school>
- Kalil Brito Cabral de Vasconcelos, graduando em ciência da computação, CESAR School, Brasil <kbcv@cesar.school>