



INSTITUTO POLITÉCNICO
DE VIANA DO CASTELO

Marlene Isabel Miranda De Azevedo
Contributos de Design para o Estudo do Património Visual Vianense.

Cartazes Da Romaria de Nossa Sra. d'Agonia das décadas de 30, 40 e
50 do século XX

Design Integrado
Design

Trabalho efetuado sob a orientação de
Prof^a Doutora Ana Filomena Curralo Gonçalves
Prof. Doutor Pedro Miguel Faria

Maio de 2017

Presidente: *Professor Doutor Ermanno Aparo*

Vogal: *Professor Doutor Daniel Raposo*

Vogal: *Professora Doutora Ana Filomena Curralo Gonçalves*

Agradecimentos

À Professora Doutora Ana Filomena Curralo por toda a orientação, incentivo e apoio que dispensou ao longo destes últimos meses para o desenvolvimento deste projeto. Foi de facto, um apoio incansável. Obrigada pela confiança que sempre demonstrou para comigo e por acreditar no sucesso desta grande aventura.

Ao Professor Doutor Pedro Miguel Faria por me introduzir às componentes tecnológicas e de inserção na era digital. Foi um apoio fundamental para consolidar o sucesso deste projeto.

Ao Instituto Politécnico de Viana do Castelo, ao Mestrado de Design Integrado e a todos os docentes que contribuíram para o sucesso da minha vida académica e desenvolvimento enquanto aluna.

Aos alunos de ECGM que de alguma forma participaram na primeira versão da conceção da aplicação e do website: Andreia Correia, Bruno Gomes, Joel Belo, José Oliveira, Nelson Fraga, Raúl Trocado, Roberto Morais, Rui Guerreiro.

À Viana Festas pela disponibilidade e atenção dispensada, foi uma grande ajuda na obtenção de informação relacionada com a temática dos cartazes da Romaria da Sra. Da Agonia.

À biblioteca da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico de Viana do Castelo pela ajuda na pesquisa de informação e dados.

RESUMO

O cartaz da Romaria de Nossa Sra. Da Agonia é abordado neste projeto e interpretado como elemento visual agregador de todo um conceito chave ligado à cultura de lugares. O seu conteúdo gráfico repleto de figuras de índole tradicional e raiz popular, classifica este suporte como património de cultura visual.

Numa primeira fase é efetuado uma análise aos cartazes, obtendo um conjunto de informações e dados relevantes sobre a história, autores e a simbologia dos elementos visuais (tipografia e imagens) presentes.

Após o estudo, é efetuado uma descodificação aos seus elementos, isolando a tipografia e as imagens representadas como figuras conectoras e representativas da cultura visual vianense.

Numa segunda fase, e com o intuito de acompanhar a presente era tecnológica, foi desenvolvido uma interface digital on-line (aplicação) denominada “Designit”. Esta aplicação foi criada e orientada para o mundo infantil, de modo a que a criança conheça um pouco do património visual da cidade de Viana do Castelo, bem como, da história dos cartazes e do design. Dado o esplendor de elementos visuais, pode servir de ferramenta para o desenvolvimento de novos projetos por parte de designers, investigadores, entidades ligadas ao mundo da arte e da cultura, entre outras.

O desenvolvimento deste projeto permite salvaguardar toda uma teoria de ordem visual, imortalizando os elementos visuais através de uma ferramenta multimédia.

Palavras-chaves: Design, Romaria, Cartaz, Aplicação Tecnológica, Património Visual.

ABSTRACT

The poster of the Pilgrimage of Nossa Sra d' Agonia is approached in this project and interpreted as a visual element and a key concept linked to the term culture of places. It's graphic content full of figures of tradition is classified as part of a visual cultural heritage.

In a first phase, the posters are analyzed, obtaining a set of relevant information and data about the history, authors and symbology of the visual elements (typography and images). After the study, a decoding is made to these elements, isolating the typography and the images represented, as figures and part of the visual culture of Viana do Castelo. In a second phase, and with the intention of accompanying the present technological era, an online digital interface (application) called "Designit" was developed. This application was created and oriented to the children's world, so that the child can learn about the visual heritage of the city of Viana do Castelo, as well as the history of posters and design. Given the splendor of the visual elements, it can serve as a tool for the development of new projects by designers, researchers, entities linked to the world of art and culture, among others.

The development of this project allows to safeguard a whole theory of visual order, immortalizing the visual elements through a multimedia tool.

Palavras-chaves: Design, Pilgrimage, Poster, Technological Application, Visual Heritage.

Dedicatória

A ti Mãe, por todos os motivos que já conheces.

Índice

1. PARTE I – Introdução	1
1.1 Motivações de interesse	4
1.1.1 Para com a Associação	5
1.1.2 Pessoal	6
1.1.3 Instituto/academia	6
1.2 Fundamentação	7
1.3 Objetivos	10
1.4 Metodologia	11
2. Parte II – Contextualização histórica	13
2.1 Introdução breve ao modernismo	14
2.2 O modernismo em cenário português	16
2.3 As técnicas de impressão	20
3. Parte III – O Design Gráfico e os seus elementos	23
3.1 A influência do design	24
3.2 As artes gráficas e o design gráfico	25
3.3 A tipografia: uma linguagem visual	26
3.3.1 A letra de fantasia ou decorativa	29
3.4 A vertente visual da imagem	33
3.4.1 As características visuais das imagens: sua simbologia	35
3.4.2 A textura, a estrutura e a forma: ligação às imagens	40
3.4.3 Os conceitos fundamentais de Gestalt	43
4. Parte IV – Os cartazes Modernistas das Festas da Agonia décadas de 30,40 e 50 do século XX: análise ao objeto do estudo	48
4.1 Introdução aos suportes gráficos	49
4.2 Cartaz de 1933	53
4.2.1 Descrição	54
4.2.2 Elementos tipográficos	54
4.2.3 Características Visuais das imagens	55
4.3 Cartaz de 1934	56
4.3.1 Descrição	57
4.3.2 Elementos tipográficos	57
4.3.3 Características Visuais das imagens	58
4.4 Cartaz de 1938	59

4.4.1	Descrição.....	60
4.4.2	Elementos tipográficos.....	60
4.4.3	Características visuais das imagens	62
4.5	Cartaz de 1940.....	63
4.5.1	Descrição.....	64
4.5.2	Elementos tipográficos.....	64
4.5.3	Características visuais das imagens	65
4.6	Cartaz de 1943.....	66
4.6.1	Descrição.....	67
4.6.2	Elementos tipográficos.....	67
4.6.3	Características visuais das imagens	68
4.7	Cartaz de 1948.....	69
4.7.1	Descrição.....	70
4.7.2	Elementos tipográficos.....	70
4.7.3	Características visuais das imagens	71
4.8	Cartaz de 1949.....	72
4.8.1	Descrição.....	73
4.8.2	Elementos tipográficos.....	73
4.8.3	Características visuais das imagens	74
4.8	Cartaz de 1950	75
4.8.4	Descrição.....	76
4.8.5	Elementos tipográficos.....	76
4.8.6	Características visuais das imagens	77
4.9	Cartaz de 1953.....	78
4.9.1	Descrição.....	79
4.9.2	Elementos tipográficos.....	79
4.9.3	Características visuais das imagens	80
4.10	Cartaz de 1955.....	81
4.10.1	Descrição.....	82
4.10.2	Elementos tipográficos.....	82
4.10.3	Características visuais das imagens	83
4.11	Cartaz de 1956.....	84
4.11.1	Descrição.....	85
4.11.2	Elementos tipográficos.....	85
4.11.3	Características visuais das imagens	86
4.12	Cartaz de 1957.....	87

4.12.1	Descrição.....	88
4.12.2	Elementos tipográficos.....	88
4.12.3	Características Visuais das imagens.....	89
4.13	Cartaz de 1958.....	90
4.13.1	Descrição.....	91
4.13.2	Elementos tipográficos.....	91
4.13.3	Características Visuais das imagens.....	92
4.14	A descodificação visual dos cartazes	93
4.14.1	Lavradeiras/Mordomas	94
4.14.2	Património arquitetónico	97
4.14.3	A música e a dança	98
4.14.4	Tipografia.....	99
5.	Parte V – Projetar uma Aplicação e sua usabilidade.....	102
5.1	Modelos conceptuais para aplicar o design	103
5.1.1	O Mockup e os Wireframes.....	105
5.2	A criança na era digital.....	106
5.3	User Interface (UI) e User Experience (UX)	108
6.	Parte VI – Desenvolvimento do projeto: Designit	111
6.1	Estudos de caso: APP e Web-site	112
6.1.1	A aplicação Bini Bambini: desenho para crianças.....	112
6.1.2	O website: Escola Virtual	114
6.2	Protótipo de uma Aplicação Interativa (APP).....	116
6.2.1	O desenvolvimento dos elementos gráficos digitais	116
6.3	Protótipo de um website (Front-end e Back-end).....	132
6.3.1	Front- end.....	132
6.3.2	Back-end “Componente administrador”.....	135
6.4	Conceção do Storyboard da aplicação	138
6.5	Demonstração da aplicação: vertente interativa	138
7.	Parte VII – Considerações Finais.....	140
8.	Bibliografia	145
9.	WEBGRAFIA.....	149
10.	Anexos.....	150
10.1	ANEXO I: Entrevista à Viana Festas	151

10.2	ANEXO II- Storyboard da aplicação “Designit”	159
10.3	ANEXO III- Troca de Emails.....	168

Índice de Figuras

Figura 1: Cartaz de 1933 de autoria desconhecida	53
Figura 2: Elemento tipográfico do cartaz de 1933	54
Figura 3: Elemento tipográfico do cartaz de 1933	54
Figura 4: Elemento tipográfico do cartaz de 1933	54
Figura 5: Elemento visual do cartaz de 1933.....	55
Figura 6: Elemento visual do cartaz de 1934.....	55
Figura 7: Cartaz de 1934 da autoria de Luís Filipe.....	56
Figura 8: Elemento tipográfico do cartaz de 1934	57
Figura 9: Elemento visual do cartaz de 1934.....	58
Figura 10: Elemento visual do cartaz de 1934.....	58
Figura 11: Cartaz de 1938 de autoria desconhecida	59
Figura 12: Elemento tipográfico do cartaz de 1938	60
Figura 13: Elemento tipográfico do cartaz de 1938	60
Figura 14: Elemento tipográfico do cartaz de 1938	60
Figura 15: Elemento tipográfico do cartaz de 1938	60
Figura 16: Elemento tipográfico do cartaz de 1938	60
Figura 17: Elemento visual do cartaz de 1938.....	62
Figura 18: Elemento visual do cartaz de 1938.....	62
Figura 19: Cartaz de 1940 da autoria de Carolino Ramos.....	63
Figura 20: Elemento visual do cartaz de 1940.....	64
Figura 21: Elemento visual do cartaz de 1940.....	65
Figura 22: Elemento visual do cartaz de 1940.....	65
Figura 23: Elemento visual do cartaz de 1940.....	65
Figura 24: Cartaz de 1943 da autoria de Luís Filipe.....	66
Figura 25: Elemento tipográfico do cartaz de 1943.....	67
Figura 26: Elemento tipográfico do cartaz de 1943.....	67
Figura 27: Elemento tipográfico do cartaz de 1943.....	67
Figura 28: Elemento visual do cartaz de 1943.....	68
Figura 29: Elemento visual do cartaz de 1943.....	68
Figura 30: Cartaz de 1948 da autoria de Luís Filipe.....	69
Figura 31: Elemento tipográfico do cartaz de 1948.....	70
Figura 32: Elemento tipográfico do cartaz de 1948.....	70
Figura 33: Elemento tipográfico do cartaz de 1948.....	70
Figura 34: Elemento visual do cartaz de 1948.....	71

Figura 35: Cartaz de 1949 de autoria desconhecida.	72
Figura 36: Elemento tipográfico do cartaz de 1949.	73
Figura 37: Elemento tipográfico do cartaz de 1949.	73
Figura 38: Elemento tipográfico do cartaz de 1949.	73
Figura 39: Elemento visual do cartaz de 1949.....	74
Figura 40: Elemento visual do cartaz de 1949.....	74
Figura 41: Cartaz de 1950 da autoria de Carolino Ramos.....	75
Figura 42: Elemento tipográfico do cartaz de 1950.	76
Figura 43: Elemento tipográfico do cartaz de 1950.	76
Figura 44: Elemento tipográfico do cartaz de 1950.	76
Figura 45: Elemento visual do cartaz de 1950.....	77
Figura 46: Elemento visual do cartaz de 1950.....	77
Figura 47: Elemento visual do cartaz de 1950.....	77
Figura 48: Cartaz de 1953 da autoria de Alberto Sousa.....	78
Figura 49: Elemento tipográfico do cartaz de 1953	79
Figura 50: Elemento tipográfico do cartaz de 1953	79
Figura 51: Elemento tipográfico do cartaz de 1953	79
Figura 52: Elemento tipográfico do cartaz de 1953	79
Figura 53: Elemento visual do cartaz de 1953.....	80
Figura 54: Cartaz de 1955 da autoria de Carlos Carneiro.	81
Figura 55: Elemento tipográfico do cartaz de 1955	82
Figura 56: Elemento tipográfico do cartaz de 1955	82
Figura 57: Elemento tipográfico do cartaz de 1955	82
Figura 58: Elemento visual do cartaz de 1955.....	83
Figura 59: Cartaz de 1953 da autoria de Joaquim Lopes.	84
Figura 60: Elemento tipográfico do cartaz de 1956.	85
Figura 61: Elemento tipográfico do cartaz de 1956.	85
Figura 62: Elemento visual do cartaz de 1956.....	86
Figura 63: Elemento visual do cartaz de 1956.....	86
Figura 64: Elemento visual do cartaz de 1956.....	86
Figura 65: Cartaz de 1957 da autoria de Jaime Isidoro.	87
Figura 66: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.	88
Figura 67: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.	88
Figura 68: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.	88
Figura 69: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.	88
Figura 70: Elemento visual do cartaz de 1957.....	89

Figura 71: Elemento visual do cartaz de 1957.....	89
Figura 72: Cartaz de 1958 com autoria desconhecida.	90
Figura 73: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.	91
Figura 74: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.	91
Figura 75: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.	91
Figura 76: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.	91
Figura 77: Elemento visual do cartaz de 1958.....	92
Figura 78: Elemento visual do cartaz de 1958.....	92
Figura 79: Imagem ilustrativa da aplicação Bini Bambini: desenho para crianças.	112
Figura 80: Imagem ilustrativa da aplicação Bini Bambini: desenho para crianças.	113
Figura 81: Apresentação das funcionalidades do site: “Escola Virtual”.....	114
Figura 82: Apresentação da página “Sítio dos Miúdos” do site da Escola Virtual	114
Figura 83: Site da Escola Virtual.	115
Figura 84: Site da Escola Virtual.	115
Figura 85: Imagem ilustrativa do wireframe da categoria – “Menu Inicial”.	116
Figura 86: Conjunto de imagens dos wireframes da categoria – “Conhece a História”.117	
Figura 87: Conjunto de imagens ilustrativas da categoria – “Artes Gráficas”.....	118
Figura 88: Conjunto de imagens dos wireframes da categoria – “Ser Artista”.	119
Figura 89: Exemplo da tipografia helvética versão rounded.	120
Figura 90: Logotipo da aplicação Designit.....	121
Figura 91: Cores aplicadas à app Designit.....	122
Figura 92: Menu inicial.	123
Figura 93: Diapositivo da opção: “Artes gráficas” da App Designit.	123
Figura 94: Diapositivo da opção: “Ser artista” - componente “Adicionar texto”.	124
Figura 95: Diapositivo da opção: “Ser artista” - componente “Adicionar texto”.	124
Figura 96: Conjunto de imagens da parte introdutória da app Designit.	125
Figura 97: Conjunto de imagens da parte introdutória da app Designit.	126
Figura 98: Conjunto de imagens do tópico “Artes Gráficas”	127
Figura 99: Conjunto de imagens do tópico “Artistas”.	129
Figura 100: Conjunto de imagens ilustrativas do tópico “Artistas”	131
Figura 101: Esquema explicativo entre a app, o front e back-end.	132
Figura 102: Imagem ilustrativa da pagina home/index do site da aplicação	133
Figura 103: Imagem ilustrativa da pagina home/index do site da aplicação.	133
Figura 104: Imagem ilustrativa da pagina “Mural Ser Artista”	134
Figura 105: Imagem ilustrativa da opção de votar do “Mural Ser Artista”	134
Figura 106: Imagem ilustrativa da pagina “Contactos”.	135
Figura 107: Login/entrada para os administradores.	136

Figura 108: Figura ilustrativa da validação dos cartazes	136
Figura 109: Figura ilustrativa de inserir imagens e gerir categorias.....	137
Figura 110: Figura ilustrativa das imagens validadas e presentes na app Designit.	137
Figura 111: Plataforma Prottapp e os respetivos ecrãs da app Designit.....	138
Figura 112: Plataforma Prottapp e os respetivos ecrãs da app Designit.....	139

Índice de Tabelas

Tabela 1: Revistas Modernistas Portuguesas	18
Tabela 2: Levantamento dos cartazes existentes na base de dados da Viana Festas. .	50
Tabela 3: Contagem das figuras de mordomas e lavradeiras dos cartazes da década de 30, 40 e 50 do século XX	94
Tabela 4: Contagem das figuras relacionadas com património arquitetónico.	97
Tabela 5: Contagem das figuras relacionadas com a temática da música e da dança. .	98
Tabela 6: Contagem das figuras visuais relacionadas com a tipografia.....	99

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Tabela do poder do âmbito visual	34
Gráfico 2: Tipologias de imagens	38
Gráfico 3: Definição dos conceitos da simbologia das imagens	39
Gráfico 4: Ciclo da textura, estrutura e forma	42
Gráfico 5: As leis de Gestalt.....	45

Acrónimos

- APP** - Aplicação
- IPVC** - Instituto Politécnico de Viana do Castelo
- SPN** - Secretariado de Propaganda Nacional
- SNI** - Secretariado Nacional de Informação
- UX** - User Experience
- UI** - User Interface

Publicações e Conferências no âmbito da Tese

Publicações em Atas de Congresso (com referee)

AZEVEDO, Marlene; CURRALO, Ana F., FARIA, Pedro (2016). The typefaces of the modernist posters of the Pilgrimage of Sra. d' Agonia. *7º Encontro de Tipografia*, Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal.

AZEVEDO, Marlene; CURRALO, Ana F. (2015). Contributos de design para um legado cultural visual: O cartaz da Romaria D'Agonia. *Designa 2015*. Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal. ISBN: 978-989-654-263-4 (artigo completo).

Comunicação com arbitragem científica

“Os caracteres tipográficos dos cartazes modernistas da Romaria da Nossa Senhora D'Agonia.” Artigo apresentado em co-autoria CURRALO, Ana; FARIA, Pedro, no 7º Encontro de Tipografia na Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa, 2016.

Artigos de opinião

“O grafismo da Romaria da Nossa Sra. d' Agonia na época modernista”. In: *Cadernos Vianenses*, 2016. - ISSN 0871-4282. - Tomo 50, p. 253-264.

“Património Visual Vianense”. In: *Falar de Viana*, 2016. – ISSN 2182-6943. – Volume V, Série 2, p. 97-99.

“O Legado do Património Visual Vianense: Cartaz da Romaria de Nossa Sra. d' Agonia”. In: *Ideário Patrimonial*, N. 6, julho 2016, Instituto Politécnico de Tomar, p. 75-84.

Disponível em:

http://www.cph.ipt.pt/download/OIPDownload/n6_julho_2016/ideariopatrimonial_JUL_2016.pdf

1. PARTE I – Introdução

A parte I tem como objetivo introduzir a temática em questão, demonstrando que é um assunto de interesse e valorizada pela cidade de Viana do Castelo, para a preservação do conteúdo gráfico pertencente à Romaria de Nossa Sra. D' Agonia e para o povo do Alto-Minho.

Para além de elucidar sobre a temática, aborda questões como as motivações de interesse para com a associação (Viana Festas), valorização em termos pessoais e para com a Instituição (Instituto Politécnico de Viana do Castelo).

É apresentada uma breve fundamentação do tema, sustentando a sua viabilidade, bem como, são distinguindo os objetivos e abordado a metodologia aplicada.

A presente investigação pretende analisar as imagens retratadas nos cartazes da Romaria de Nossa Sra. D´ Agonia da cidade de Viana do Castelo das décadas de 30, 40 e 50 do século XX, devido ao impacto que o design gráfico teve em Portugal neste período.

Nesta medida e observando o cartaz pelo seu valor icónico e etnográfico, rapidamente se percebe que este é um excelente exemplo representativo de todo um conjunto de elementos tradicionais e de raiz popular.

Contextualizando a imponência deste objeto e interpretando-o como símbolo, subentende-se que todos os elementos visuais expostos nos cartazes, são de facto componentes históricas que salvaguardam toda uma história passada, sendo o cartaz um excelente suporte gráfico e meio de preservação do legado cultural e etnográfico desta festa, cidade e região.

Numa primeira fase, o método de investigação utilizado recaí sobre uma revisão bibliográfica para compreender a origem e a história dos elementos visuais dos cartazes.

Numa segunda fase e em termos de aplicação, apresenta-se a construção de uma interface digital on-line (aplicação) orientada para as crianças.

Tendo em conta o universo de elementos gráficos esta aplicação pode ser utilizada por designers, investigadores, entidades ligadas ao mundo cultural e artístico, entre outras. Em termos metodológicos pretende-se apreender e aplicar ferramentas informáticas existentes e observar exemplos de outras interfaces.

Com esta investigação espera-se que o cartaz seja visto como um objeto pertencente e associado ao termo de património visual, visto que o mesmo agrega todo um conjunto de valores históricos, culturais, sociais que representam um povo, uma cultura, uma cidade e uma região em específico (cultura de lugares).

Pretende-se provar que a criação de uma interface digital poderá servir como meio de comunicação, promovendo todo num conjunto de informação sobre a história dos cartazes modernistas e os seus respetivos autores, a técnica de impressão empregue ao longo destes anos e fatores importantes para o desenvolvimento do design gráfico em Portugal nas décadas de 30, 40 e 50 do século XX.

Esta investigação tem como objetivo aliar as Artes Gráficas e o Design Gráfico com o conceito de cultura dos lugares (Aparo, Soares, 2012 p.43), tendo como objetivo a preservação de um legado cultural visual presente num conjunto de suportes de promoção de um evento que se gere a nível local, mas que se promove nacionalmente. Primeiramente, pretende-se agregar o conceito de preservação de um legado cultural visual com a era tecnológica moderna, destacando que estas duas se ligam pelo

desenvolvimento de um estudo de caso e, em seguida, um conjunto de aplicações profissionais e projetuais.

Neste raciocínio, torna-se pertinente perceber a viabilidade e a necessidade da junção destas duas áreas na atual sociedade, caracterizando a presente sociedade como uma “sociedade da informação e conhecimento.” (Padilha et al, 2014 p.69)

Assim, conecta-se a sociedade de informação a um fenómeno global que tem como necessidade, a constante ligação aos meios de comunicação como ferramenta de informação, tendo-se observado “(...) a criação de relações e redes transdisciplinares para partilha de saberes especializados (...).” (Vieira cit in Sousa, 2011)

Como fator de criação, a sociedade de informação desenvolve por necessidade o conceito de património virtual e digital, pois a mesma permite criar soluções que servem como meio de condutor de informação histórica, política, científica, social e cultural. Esta vertente de património digital liga-se ao seu carácter imaterial e intangível tendo um acesso fácil e rápido a objetos, conteúdos, obras entre outras, numa realidade virtual.

O mundo digital encontra-se cada vez mais presente na nossa era, sendo deste modo coerente preservar e promover conteúdo, neste caso, relacionado como a cultura visual vianense, a partir de uma ferramenta digital.

No presente caso, o legado cultural visual diz respeito aos cartazes das décadas de 30, 40 e 50 do século XX da Romaria de Nossa Sra. d’ Agonia¹, tendo como objeto de estudo de design, o cartaz.

O valor do estudo destes elementos concentra-se, no facto, do primeiro cartaz da Romaria de Nossa Sra. d’ Agonia ter sido ilustrado em 1912 por “(...) um artista vianense da geração modernista (...)” (Abreu, 2006 p.194).

Deste modo, o cartaz desta romaria conta com 103 anos de história etnográfica. Por não se ter conhecimento de nenhuma memória descritiva que relate e análise a história e a cultura envolvente dos elementos visuais dos cartazes, torna-se pertinente o seu desenvolvimento.

Deste modo, este projeto detém uma dupla função relacionando o âmbito da preservação de uma história/legado com a sua imortalização através de uma ferramenta multimédia /interface (aplicação).

A união destas duas áreas surge da necessidade de adaptabilidade da evolução da tecnologia à presente sociedade.

¹ A Romaria de Nossa Sra. d’ Agonia é uma das maiores Romarias de Portugal sendo esta de origem vianense. É uma Romaria de cariz religiosa bem como uma “festa urbana”. (Abreu,2009 p.380)

Pretende-se com esta aplicação demonstrar os elementos visuais presentes nos cartazes reforçando que os mesmos são excelentes exemplos da representação de elementos de índole tradicional, da cultura popular vianense e do Alto- Minho.

Como afirma Bruno Munari, "(...) conhecer as imagens que nos rodeiam significa também alargar as possibilidades de contacto com a realidade, significa ver mais e perceber mais." (Munari, 1968 p.68)

Assim, esta análise permite a interpretação dos costumes, das tradições, dos saberes de um povo, permite conhecer a identidade pela qual se governa dentro de uma comunidade e para a sociedade, sendo que "o entendimento dos significados subjacentes às formas, implica a compreensão e interpretação das relações entre os fatores sociais, culturais, políticos, económicos, técnicos e a expressão visual." (Fragoso, 2009 p.24)

Em síntese, pretende-se compreender que tudo se interliga e que para estudar os elementos visuais, é necessário estudar a expressão das ideias e o contexto das mesmas.

Expondo a ligação que se pretende efetuar entre estas duas áreas, considera-se que ambas possuem pontos fortes e que a criação de uma ferramenta multimédia/interface com os respetivos cartazes, com a descodificação dos elementos visuais e com uma vertente informativa, é uma mais-valia para a cidade e população de Viana do Castelo. Esta interface tem como objetivo ser um espaço de partilha de informação e uma ferramenta interativa para a criança, sendo também aberto a toda a comunidade e sociedade onde se inserem designers, investigadores e entidades ligadas ao mundo cultural e artístico que tenham interesse em conhecer a história dos cartazes modernistas e os seus respetivos autores, as técnicas empregues ao longo destes anos e o desenvolvimento do design gráfico em Portugal.

1.1 Motivações de interesse

O desenvolvimento deste projeto categoriza-se em três vertentes, a ligada e derivada ao contexto de contacto com a empresa, a origem pessoal e subjetiva proveniente do gosto e cunho pessoal à área do design e por fim, a origem e ligação hierárquica ligado ao papel do instituto na envolvimento de contexto.

1.1.1 Para com a Associação

A Viana Festas é a associação promotora das festas da cidade de Viana do Castelo, tendo como principal função, a organização de uma das maiores e mais populares Romarias nacionais: a Romaria de Nossa Sra. d'Agonia.

Compete-lhe a gerência das festas desde do cartaz, até ao típico cortejo etnográfico sendo estes, somente dois exemplos repletos de simbologia que retratam a cultura cidadina e que abrangem ao máximo o conceito de cultura.

Especifica-se, nesta situação, a noção de cultura como um background de acontecimentos passados e não um conjunto de consequências resultantes de alterações e revoluções modernas. Como afirma Sameiro Barreto (2015), Diretora Administrativa da Viana Festas, "(...) muitas das vezes acusam-nos de estar presos no passado, o que é errado porque não podemos abolir as festas ou o programa tradicional das festas." (Barreto, Cruz, 2015)²

A Viana Festas, enquanto associação, utiliza o cartaz como elemento principal e fundamental para a promoção das festas.

É um suporte que se caracteriza pela sua longa existência, pela história e pela cultura que imana. Os pintores e artistas da época modernista causaram impacto na sociedade, pois não foram somente os cartazes dos anos 30, 40 e 50 que marcaram (Barreto, Cruz 2015)³ e que tiveram projeções, pormenores, realces em futuros cartazes desenvolvidos.

Os restantes cartazes das outras épocas ainda são lembrados, constituindo os cartazes como património que permanece presente, transformando-se em marcos devido aos impactos por eles manifestados na sociedade.

Como já referido anteriormente, a Viana Festas não tem conhecimento da realização de algum tipo de trabalho na área do levantamento e análise dos elementos visuais, contudo constatam que por não se ter conhecimento, não significa que não se tenha efetuado estudos, "(...) somente não têm sido entregues cópias ou algo semelhante." (Barreto, Cruz 2015)⁴

² Entrevista realizada a Sameiro Barreto e Engenheiro Cruz, membros da Viana Festas, realizada no dia 5-11-2015 na Viana Festas. (Anexo I)

³ Entrevista realizada a Sameiro Barreto e Engenheiro Cruz, membros da Viana Festas, realizada no dia 5-11-2015. (Anexo I)

⁴ Entrevista realizada a Sameiro Barreto e Engenheiro Cruz, membros da Viana Festas, realizada no dia 5-11-2015. (Anexo I)

A relevância desta investigação para a Viana Festas relaciona-se com dois aspetos, o primeiro, relacionado ao estudo dos cartazes, interpretando os mesmos como ferramentas de informação e conhecimento que são, captando as suas essências permitindo divulgar à sociedade, uma história passada. O segundo aspeto, relaciona-se com a fragilidade física do cartaz e por se localizar no arquivo da Viana Festas e Arquivo Municipal, estando sujeito à degradação da consequente passagem dos anos e pelo manuseamento dos cartazes, contribuindo para o estrago e desgaste dos mesmos. Esta consequência, alerta para a necessidade de preservação dos cartazes e do seu conteúdo, sendo a plataforma uma mais-valia, pois imortaliza, a própria figura e suporte que o cartaz detém, bem como, conserva este suporte e todo o conteúdo a si adjacente.

1.1.2 Pessoal

Tendo em mente a diretriz de ordem pessoal e subjetiva, numa base primária, a abordagem da vertente do estudo de elementos etnográficos se relaciona com a 1ª fase de estudos ligado ao sector cultural destacando, deste modo o gosto pela cultura vianense, pela sua tradição, ou seja, pela sua história.

A União entre a preservação, tradição e cultura popular com a sua representação através das novas tecnologias surge da situação presente em que se encontra a sociedade e com a necessidade, que é preciso, para acompanhar o desenvolvimento acelerado da modernidade atual.

1.1.3 Instituto/academia

Destacando primeiramente que o Instituto Politécnico de Viana (IPVC) têm como, cidade mãe, o concelho de Viana do Castelo torna-se pertinente um estudo que permite a valorização de um contexto local determinado por uma conjuntura de características específicas. Sendo o cartaz o rosto da Romaria e um suporte repleto de história, cultura e tradição vianense, este projeto permite valorizar e relembrar a vertente histórica a que os cartazes se encontram diretamente ligados. Este contacto prático com a análise aos elementos visuais dos cartazes, permite criar uma ligação a contextos e realidades de um panorama passado da cidade.

A Viana Festas e o IPVC são duas entidades que possuem uma ligação a vários anos, tido sido desenvolvidos alguns projetos no âmbito do design⁵, como por exemplo, a

⁵http://portal.ipvic.pt/portal/page/portal/estg/estg_noticias/2008/estg_cartazes_alunos_s_agonia (acedido a 20/1/2016)

criação de cartazes pelos alunos de Design de Produto para o Festival Nacional e Internacional de Folclore.

Esta ligação é de extrema importância, pois a apresentação de propostas de design por alunos de Design de Produto, para alguns dos maiores eventos do concelho, é determinante para o crescimento de uma cultura gráfica e para a sua mudança.

1.2 Fundamentação

Caracteriza-se o design como um conceito de transdisciplinaridade, observando que “(...) se estendeu dos detalhes de objetos quotidianos para cidades, paisagens, nações, culturas, corpos, genes (...)” (Latour ,2014 p.6) nomeando-se assim a abrangência e transdisciplinaridade que o design desempenha.

Nesta vertente, pretende-se ligar a etnografia ao design, estudando as características particulares de determinada cultura e região, visto que cada lugar pode apresentar elementos únicos e singulares que o definem, como afirma Sameiro Barreto (2015), “se olharmos para o cartaz, o cartaz transmite os vários momentos das Festas da Agonia. Quem não conhece as festas da Agonia através do cartaz já passa a conhecer, é um resumo das festas.”⁶

Como objetos de estudo, nomeiam-se os cartazes dos anos 30, 40 e 50 do século XX, como suportes que se integram na era da corrente modernista.⁷

Foram três épocas importantes para o desenvolvimento das artes gráficas a nível nacional e para o reconhecimento do conceito de arte popular e de elementos de cariz visual tradicional e popular.

De modo, a perceber o impacto nas artes gráficas ocorrido a partir dos anos 30, destaca-se António Ferro, Ministro de António Salazar.

Num panorama nacional em 1926 é instaurado em Portugal a ditadura de Salazar: a política do Estado Novo, onde o mesmo recorria ao “subtil uso do cinema, das artes de espetáculo, de arquitetura ou das artes plásticas.” (Pinharanda cit in Fragoso, 2009)

Em 1933, com o SPN (Secretariado de Propaganda Nacional) e futuramente, em 1944, com o SNI (Secretariado Nacional de Informação) António Ferro, tem a seu cargo a “(...) propaganda política, ideológica e estética do Estado Novo.” (Fragoso, 2009 p.297)

⁶ Entrevista realizada a Sameiro Barreto e Engenheiro Cruz, membros da Viana Festas, realizada no dia 5-11-2015 (Anexo 1).

⁷ <http://www.portugues.com.br/literatura/modernismoportugal.html> (acedido a 28/10/2015)

Dada a implementação do SPN, António Ferro, encontrava-se numa posição em que se poderia aproveitar o carácter modernista para libertar-se da imagem de “um grande império colonial.” (Pinto, 2007 p.11)

A ligação do António Ferro ao mundo gráfico permitiu o desenvolvimento de exposições, pavilhões, ilustrações, cartazes, livros, interiores, cenografia, imobiliário. (Fragoso, 2009)

De modo a fomentar este tipo de arte foram fundamentais os artistas e a sua colaboração, na qual mesmo estando contra o Estado, estes encontravam-se com a inspiração e a dedicação para as artes.

Esta promoção e participação no mundo das artes, permitiu que Portugal fosse visto com outros olhos, dado a sua participação em exposições internacionais.

Fred Kradolfer, Almada Negreiros, Emmérico Nunes e Sebastião Rodrigues são somente alguns nomes de artistas que se deixaram envolver pelo conceito modernista português e que promoveram esta expansão do mundo das artes em Portugal.

Em termos psicológicos, caracteriza-se a época modernista na Europa como um momento de confronto ideológico, gerando momentos de questionamento e de movimento, tendo como objetivo criar a diferença e a mudança.

Os artistas portugueses encontravam-se num momento vanguardista e a restante sociedade, encontrava-se num momento de “romper com formas de ver, ser, conhecer.” (Pinto, 2007 p.11)

É esta mudança que afeta os seguintes estudos de caso, onde se observa que os autores da década de 40 começam à procura de uma linguagem, de modo a criar identidade no seu trabalho, através do trabalho de campo e do levantamento de aspetos relacionados com a cultura popular.

Nos anos 40 também se observa uma mudança no ramo da publicidade, alcançando o seu incremento com a Agência de Publicidade Artística (APA) e personalidades como Fred Kradolfer, José Rocha, Cottineli Telmo, Maria Keil ou Jorge Matos Chaves que encontravam uma ocasião para se expressarem.

Resumindo, os anos 40 foram, de facto, uma extrema viragem na qual em 1945 realiza-se um Concurso do Cartaz do Turismo, sendo este vencido pelo Jorge Matos Chaves, denotando uma vontade em expressar a nova identidade portuguesa ligada à “(...) ideologia nacionalista atenta às tradições populares e ao folclore.” (AA.VV, 2003 p. 24) que António Ferro, enquanto diretor do SPN, sempre teve interesse.

Neste âmbito alguns projetistas realizam um trabalho importantíssimo ao nível do levantamento dos arquétipos cromáticos, tipológicos, de materiais que caracterizavam a realidade portuguesa.

Este processo resultava do trabalho de campo realizado pelo país, nomeadamente, a norte do país como, por exemplo, o caso do desenhador-etnográfico Fernando Galhano ou dos designers gráficos Fred Kradolfer e Sebastião Rodrigues.

Os casos de Fred Kradolfer e Sebastião Rodrigues, vai de encontro ao que se pretende com esta investigação, sendo dois casos que demonstraram nas suas obras, o uso de elementos visuais ligados à vertente da cultura popular e tradicional.

Fred Kradolfer foi o “(...) gráfico que revolucionou o cartaz em Portugal na década de 50, representou elementos do folclore, estilizados, em objetos de uso quotidiano (bilha, pote, espiga, flores, etc.) e da vida campestre (porcos, touros, cavalos, burros, etc.), típicos na altura, introduzindo uma certa modernidade no posicionamento das figuras.

Sebastião Rodrigues foi um designer dedicado às capas de livros, publicações, cartazes e ilustração. Os símbolos por si utilizados tinham “origens no artesanato, nas artes exóticas, em elementos de arquitetura regional, na tipografia antiga, entendo-lhe as formas e os sentidos.” (AA.VV, 1995 p.72)

Ambos estes autores destacam a importância aos elementos regionais e a aspetos culturais, havendo quase uma preservação de entidade, pois a sua utilização em cartazes e catalogação/levantamento imortaliza estes aspetos, de modo a não serem esquecidos pela passagem do tempo.

Esta ação vai dignificar a cultura popular, convertendo alguns símbolos regionais e ícones nacionais como o Galo de Barcelos e a Romaria da Sra. d' Agonia.

Francisco Sampaio destaca o cartaz como “(...) símbolo de uma região, veículo indelével da cultura, de uma longa História em que o fenómeno do sagrado e do imaginário caminham lado a lado.”⁸

É nesta lógica e reforçando o poder do cartaz, como símbolo, que se torna importante analisar o mesmo em duas perspetivas: os seus elementos visuais e o processo sógnico (Eco, 1978) a si associado, percebendo que o significado de cada imagem resulta da interpretação de símbolos, sabedoria, lendas, tradições, cultura popular e senso comum que durante gerações e continentes tem sido transportada.

Por fim, conclui-se que neste caso “o design se oferece à interpretação; ele é feito para ser interpretado na linguagem dos signos”. (Latour, 2014 p.6)

⁸ <http://vianafestas.com/pt/eventos-e-Romarias/Romaria-sra-da-agonia> (acedido a 11-4-2015);

1.3 Objetivos

Tendo em conta a envolvência do projeto e avaliando o seu contexto local, tem-se como objetivos os seguintes parâmetros:

1. Distinguir o design como elemento que permite a preservação de todo um conteúdo histórico-cultural;
2. Demonstrar a competência da semiótica no design de produtos de comunicação visual, nomeadamente, na construção do cartaz;
3. Identificar o conjunto de projetistas responsáveis pelos cartazes da Nossa Senhora d'Agonia desenvolvidos nas décadas de 30, 40 e 50, classificando a importância que os mesmos tiveram na transformação dos cartazes, em suportes e marcos que definiram uma época histórica, bem como uma vertente cultural e etnográfica.
4. Destacar o cartaz enquanto objeto de património visual que agrega todo um simbolismo histórico e cultural identificativo de um local e conjunto de épocas temporais;
5. Nomear o cartaz como elo de ligação entre o ambiente académico e o ambiente associativista representado pela Viana Festas;
6. Compreender o desenvolvimento do design gráfico nos anos 30, 40 e 50 em todo o seu processo, percebendo as técnicas aplicadas, as dificuldades sentidas aos vários níveis e possíveis consequências no modo de representação dos cartazes.
7. Perceber no âmbito do Design Gráfico o papel e importância da figura do Ministro de Salazar, António Ferro, destacando o seu interesse pelas artes gráficas, compreendendo que a sua presença e filosofia foram fundamentais para o desenvolvimento das artes gráficas e decorativas em Portugal.
8. Imortalizar os cartazes através de uma ferramenta de multimédia salvaguardando estes em formato digital, conservando o simbolismo e o conteúdo presente, bem como, demonstrar que a união destas duas áreas pode resultar numa mais-valia;
9. Desenvolver uma aplicação interativa orientada para a construção de cartazes, bem como, a promoção de informação relacionado com a temática dos cartazes das décadas de 30, 40 e 50 do século XX, e como o desenvolvimento do design gráfico em Portugal;
10. Desenvolver um protótipo de um site que permite realizar uma votação nos cartazes concebidos através da aplicação interativa

O presente projeto tem como objetivo analisar os cartazes da década de 30, 40 e 50 do século XX, refletindo que os mesmos são objetos de cultura visual de uma época importante para o desenvolvimento das artes gráficas, o modernismo. Em síntese, com esta investigação pretende-se compreender e estudar um suporte gráfico e de comunicação, imortalizando os seus elementos visuais através da criação de uma interface digital orientada para o público infantil. Os cartazes consistem em objetos gráficos, históricos e culturais desenvolvidos a partir de um conjunto de artistas importantes da época. São suportes que expressam o carácter próprio do artista e que imortaliza o seu nome. O cartaz enquanto objeto físico desta época, desperta a curiosidade para o seu método de impressão, sendo outra questão de estudo relevante. Por fim, a presente investigação pretende abordar o cartaz da Romaria como objeto e suporte gráfico de riqueza visual extrema, determinado o mesmo como património visual, que agrega todo um conjunto de valores históricos, culturais, sociais que representam um povo, uma cultura, cidade e região.

Espera-se provar que a criação de uma app, poderá servir como meio de comunicação, na qual as crianças e os utilizadores conheçam parte da história dos cartazes modernistas e os seus respetivos autores, as técnicas de impressão empregues ao longo destes anos e o desenvolvimento do design gráfico em Portugal nas décadas de 30, 40 e 50 do século XX.

1.4 Metodologia

A metodologia deste projeto académico está organizada em diversas fases. Numa fase inicial, foi realizada uma pesquisa bibliográfica em bibliotecas, pesquisas online e no Politécnico que possibilitaram aprofundar, pesquisar e confrontar conceitos importantes para o desenvolvimento do projeto. Numa segunda fase, deu-se início a uma elaboração prática, na qual é importante a realização de testes, capazes de responder a certos aspetos estruturais da aplicação a desenvolver. Por último, a terceira fase contempla o desenvolvimento de todos os layouts correspondentes a aplicação final, assim como à criação do logótipo e todo o seu desenvolvimento estrutural.

Numa 1ª fase, o método de investigação utilizado recaí sobre uma fase de pesquisa, recolha, análise, seleção e avaliação de dados, realizando deste modo uma revisão bibliográfica à origem da história dos cartazes, aos seus respetivos autores e aos elementos visuais presentes (tipografia e imagens).

A leitura sobre a história dos cartazes fornece um conjunto de informações que consolidam o porquê da importância e da grandiosidade deste suporte gráfico para a

cultura e património visual vianense. Os elementos visuais narram a própria história da cidade de Viana do Castelo e o impacto que a Romaria possui.

A recolha de dados documentais, o próprio levantamento de imagens, a realização do método da entrevista aos membros pertencentes à Viana Festas, identidade esta que é responsável pela organização da Romaria e do cartaz, foram um conjunto de meios que permitiram o estudo dos cartazes e a recolha de informação.

Dados estes imprescindíveis para compreender que o cartaz desta Romaria é de facto uma forma de comunicação visual ligada à cultura visual de Viana do Castelo.

Para além do grafismo e da história dos elementos visuais representados, este suporte adquire como função uma vertente de comunicação e lógica própria de um cartaz, ou seja, comunicar uma mensagem.

Numa segunda fase, são tidos em conta estudos de caso para verificar a estrutura e o modo com o design se encontra empregue. Em termos metodológicos pretende-se apreender e aplicar ferramentas informáticas existentes, bem como a observação de exemplos de outras plataformas. Para criação e desenvolvimento da app, foram tidos em conta outros exemplos de interfaces e o auxílio do curso de computação gráfica e multimédia, para perceber o funcionamento da app e a sua relação com o utilizador. Deste modo, percebe-se que a melhor ferramenta informática a utilizar seria uma app, pois a mesmo cada vez mais se encontra focado no mundo interativo.

Numa terceira fase e em termos de aplicação prática, apresenta-se a construção de uma interface digital orientada para as crianças, com o intuito das mesmas conhecerem o património visual vianense representado nos cartazes das décadas de 30, 40 e 50 do século XX.

2. Parte II – *Contextualização histórica*

A parte II aborda uma contextualização ao âmbito da história referindo a corrente artística modernista, como meio de transformação no mundo decorativo, gráfico, bem e na mentalidade do próprio indivíduo da sociedade.

A História manifestada no campo artístico e associado à ideologia modernista, conduziu a mudanças sociais, culturais e artísticas importantes para o desenvolvimento das artes gráficas e decorativas em cenário português.

Nomes como Fred Kradolfer, António Ferro, entre outros são nomeados, visto que estes foram figuras fundamentais para a implementação de uma corrente artística como o modernismo e para a criação de uma nova linguagem visual em cenário português.

2.1 Introdução breve ao modernismo

O modernismo foi introduzido no século XX fruto de um conjunto de envolventes, nomeadamente, a era moderna e a modernidade, sendo estas duas épocas e o conceito de vanguarda extremamente importantes para a introdução do termo de modernismo.

De um modo breve, a era moderna foi determinada por três acontecimentos chaves: descoberta da América, reforma religiosa e a invenção do telescópio. (Pinto, 2007)

Por outro lado, o termo de modernidade é resultado de toda uma história passada, na qual a era moderna e as vanguardas abriram portas para o conceito futuro de modernismo.

Em pleno século XVIII encontrava-se presente a era moderna, onde os responsáveis pelo desenvolvimento dos três acontecimentos ditados anteriormente, não possuíam uma visão modernista, aliás “(...) os precursores não eram revolucionários; seus motivos e intenções estavam ainda fortemente arraigados na tradição.” (Arendt cit in Pinto, 2007 p.13)

São estes mesmos acontecimentos que desenrolam toda uma envolvente de mudança no mundo. A ciência com a invenção do telescópio é posta em causa e a filosofia também segue uma conduta diferente, a “(...) dúvida cartesiana leva à necessidade de encontrar algo “a salvo” dessa desconfiança que tudo englobava.” (Pinto, 2007 P.14)

Toda esta ideologia cartesiana toma rumo no século XVIII, sendo importantes para o seu desenvolvimento e impulso na sociedade a revolução francesa e o iluminismo.

A posição do homem e o seu conhecimento é alterado, na qual cria um processo e toda uma envolvente, tendo como sua maior vantagem, os instrumentos. Foram precisamente as máquinas que auxiliaram o homem a descobrir os enigmas relacionados com a natureza.

Por outro lado, a caracterização do homem e do seu lugar toma caminhos divergentes do século XVIII para o século XX.

Na era moderna observa-se o homem como figura central ligando-se ao carácter ficcional. Na modernidade, o homem caracteriza-se por ser um sujeito de personalidade múltiplas, podendo estes figuras que apresentem um espírito ou carácter mais vincado ou débil.

A época do modernismo caracterizava-se por a mudança, a ruptura e a transformação no comportamento e no pensamento do homem, ligado a um conceito de mudança e desafio do conhecido, do presente. Deste modo, o início do século XX foi marcado pela mudança, experimentação, reinava o poder de alterar toda a história passada

desafiando, por exemplo, “(...) as regras da pintura assentes no Renascimento.”

(Fragoso, 2012 P.104)

É precisamente neste espírito de mudança e transformação que o conceito do modernismo se integra, era um termo que se encontrava ligado a uma expressão que consiste em “(...) romper com formas de ver, ser, conhecer.” (Lafeta cit in Pinto, 2002 P. 11)

Segundo Margarida Fragoso, a vaga modernista vivida em contexto europeu foi difundida e propagou-se nas grandes cidades europeias, devido às mudanças ocorridas pelas vanguardas. (Fragoso, 2012)

As vanguardas vieram acelerar o questionamento inserido na corrente do modernismo, onde as vanguardas do século XX, eram classificadas e reconhecidas como “movimentos de destruição e criação.” (Pinto, 2007 p. 24)

Em termos do conceito de vanguarda, esta é iniciada no século XX, nomeadamente em 1909, pelo Manifesto Futurista, onde o mesmo se trata de uma mensagem política que é transformada numa obra de arte. É nesta perspetiva que as vanguardas se tornam reais, pois as mesmas consistem em “manifestos, propostas teóricas que antecedem suas práticas e pretendem estender-se a todas as esferas da vida: a arte deixa de tratar só da arte, de suas técnicas e procedimentos, e passa a interferir na vida, na política, nas experiências do cotidianidade.” (Pinto, 2007 p. 24)

Deste modo, pode-se conectar o conceito de vanguarda, a um movimento de transformação, destruição e ruptura.

Charles Baudelaire ⁹ nesta lógica de elo de ligação ao conceito de vanguarda, afirma que “a modernidade é o transitório, o efémero, o contingente, é a metade da arte sendo a outra metade, o eterno e o imutável (...).” (Baudelaire cit in Pinto, 2007 p.17)

De uma forma geral a corrente modernista é vista como um movimento cultural fundamental para os países onde ocorreu, e pela ruptura que provocou com a arte tradicional. (Pinto, 2007)

O modernismo surge pois “(...) tudo foi questionado, posto em causa, experimentado.” (Fragoso, 2012 P. 104)

Devido ao seu espírito reivindicativo e revolucionário presente na altura, foi uma corrente que alterou as mentalidades e as sociedades.

⁹ Considerado como um artista e “o pintor da vida moderna”. (Baudelaire cit in Pinto, 2007 p.17)

2.2 O modernismo em cenário português

A corrente do Modernismo observa-se pela primeira vez em Portugal na década 20 do século XX, tendo sido o seu início marcado pela publicação da revista *Orpheu*¹⁰.

O início modernista em Portugal aconteceu numa fase em que este país dado toda a envolvência, bem como consequências da 1ª guerra mundial, se encontrava em depressão, e a Europa sobre os regimes ditatoriais.

Países como a Itália, Alemanha, Espanha e Portugal sofreram as consequências de um regime de ditadura, estando sempre presente um ambiente de medo, receio, miséria e desespero.

No caso português, António Salazar foi responsável pela ditadura instaurada em 1926 e quis consigo acompanhar e criar uma imagem diferente para o resto do mundo. Tinha como objetivo distinguir-se da imagem de um país repleto de colónias e se integrar num espírito europeu. Esta mudança aos olhos de Salazar ainda era determinada pelos valores de pátria, da família e da tradição, contudo a nossa nação queria renovar o modo como se apresentava a mensagem, baseando-se esta nos parâmetros já definidos. (Pinto, 2007)

Portugal é e sempre foi um país e uma nação ligada ao termo de tradição, carregando consigo uma imagem com base em valores tradicionais e de carácter patriótico.

O novo regime, estruturado numa sociedade ordenada pelos valores da igreja, construiu uma iconografia baseada em evocações históricas, em valores morais, no regionalismo e na glorificação do império, procurando, com esta simbologia, conquistar o orgulho dos portugueses pela pátria, como pretendia a divisa do regime “Nada contra a Nação, tudo pela Nação.” (Fragoso, 2012 p.114)

Em 1911 é realizado em Lisboa, a “Exposição livre” composta por artistas jovens e que residiam em Paris.

Nos anos de 1912 e 1913 ocorrem as Exposições dos Humoristas Portugueses, na qual nomes como Almada Negreiros, Cristiano Cruz, Emmérico Nunes são conhecidos como os pioneiros do modernismo em Portugal, sendo estes os responsáveis pela introdução e o desafio da nação Portuguesa para uma ideologia, como o modernismo. Paris foi sem dúvida o “(...) espaço de criação e difusão das estéticas que renovaram a cultura e arte do século XX.” (Pinto, 2007 p. 37)

¹⁰ A revista *Orpheu* foi um meio que mudou e lançou a corrente modernista em Portugal. Teve a sua primeira edição em 24 de Março de 1915. Era um suporte liderado por Fernando Pessoa e Mário Sá-Carneiro, que mudou a cultura e a literatura em Portugal.

Mário de Sá- Carneiro, Oswald de Andrade e Almada Negreiros são somente três exemplos que tiveram contacto com Paris, cidade-mãe do desenvolvimento do modernismo. As suas viagens e a ligação com a euforia parisiense trouxeram uma renovação estética, contudo e no caso de Almada Negreiros, este afirma que o seu contacto como os artistas avançados não alterou a sua perspetiva de arte e que a “(...) arte não vive sem a pátria do artista, aprendeu isto para sempre no estrangeiro.” (Negreiros cit in Pinto, 2007 P.37)

A cidade de Paris nesta altura era vista como uma “(...) cidade de reunião e irradiação de expressão artística, onde também confluíram jovens artistas portugueses.” (Fragoso, 2012 P. 106)

Foi precisamente Paris que influenciou os jovens artistas e que deu asas para o modernismo e crescimento dos seus ideais. As primeiras mudanças foram ao nível das artes plásticas, na qual estes contestaram o “(...) o academismo estético e literário português assente na gramática naturalista, herança do século xx.” (Fragoso, 2012 P. 106)

A caricatura, a ilustração e toda a sua envolvente humorista permitiram que a corrente modernista se manifestasse em território português, esta vertente artística era exposta essencialmente nos jornais e revistas, pois era o único local onde os jovens artistas podiam expressar a sua veia artística.

A vanguarda modernista em Portugal manifestou-se por uma veia literária, por exemplo, Almada Negreiros, afirma que “Orpheu tinha sido o nosso encontro atual das letras e da pintura.” (Negreiros cit in Pinto, 2007 p. 34)

Almada negreiros foi um dos exemplos portugueses que se destacou na linguagem modernista pois ligava-se ao modernismo, mais não se submetia aos seus modelos. A introdução do modernismo em Portugal não foi um processo fácil, contudo a falta de cultura assente na nossa sociedade¹¹ foi uma vantagem para a integração de uma nova arte na sociedade.

A literatura foi um meio importante para o desenvolvimento do modernismo, como afirma Madalena Pinto, a literatura serviu como “(...) porta-voz das narrativas modernistas em Portugal (...).” (Pinto, 2007 p.35)

Para a propagação do modernismo no mundo literário destaca-se revistas como a Orpheu, Revista de Antropofagia e a Klaxon, na qual estas eram revistas que tinham presentes a vertente literária e a da pintura. (Pinto, 2007)

¹¹ Esta carência em termos de cultura em Portugal foi derivada da fragilidade em termos de estruturas políticas, no fraco investimento na área educativa e na dependência em termos culturais a outros países. (Pinto, 2007)

Em seguida, verifica-se na tabela 1, um conjunto de nomes de revistas que foram de facto importantes para a implementação do modernismo em Portugal. A revista, foi de facto, o meio de maior impacto e com uma utilização mais fácil e pratica, onde os artistas poderiam expor e difundir a sua arte.

Tabela 1: Revistas Modernistas Portuguesas¹²

ABC
Civilização
Contemporânea
Ilustração
Ilustração portuguesa
Magazine Bertrand

Para além das revistas também foram importantes para o desenvolvimento do modernismo um conjunto de autores como, Almada Negreiros, Jorge Barradas, Martins Barata, Fred Kradolfer, Stuart de Carvalhais, Bernardo Marques, Carlos Botelho, Thomaz de Mello, Maria Keil, Sarah Afonso, Emmérico Nunes, Manuel Lapa, Paulo Ferreira, Alberto Cardoso, entre outros.

Na época de integração do modernismo em cenário português os artistas começam à procura de uma linguagem nova, como o intuito de criar uma identidade no seu trabalho, utilizando deste modo aspetos relacionados com a cultura popular. O desenvolvimento desta corrente trouxe vários autores e ideias distintas que se marcaram pela invulgaridade e pela diferença.

No mundo tipográfico observa-se que a tipografia moderna procura contrastar-se à letra decorada do século XIX, resultando esta numa clara predominância das sans serif grotescas ou neo grotescas usadas pelo futurismo na revista “De Stijl” associado ao neoplasticismo que radicalizou e renovou a arte moderna e ao caso do construtivismo russo, um movimento de ordem estético e político de vanguarda, tendo uma forte influência na arquitetura e na arte ocidental.

No campo das artes gráficas e do design gráfico realça-se o designer gráfico, Sebastião Rodrigues e o artista gráfico Fred Kradolfer, sendo estes dois exemplos que realizaram

¹² Fonte: Margarida Fragoso_ Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal: Contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas. 2012

um trabalho importantíssimo ao nível do levantamento dos arquétipos cromáticos e tipológicos de simbologia que caracterizava a realidade portuguesa da época. Este processo resultava de um trabalho de campo realizado pelo país, na qual ambos destacavam a importância dos elementos regionais e aspetos culturais, criando deste modo uma preservação de entidade.

Fred Kradolfer¹³, foi uma figura mítica para o desenvolvimento do modernismo no campo da comunicação gráfica em Portugal, baseando-se na simplificação formal, nas imagens simbólicas e nas formas estilizadas. Estes eram elementos pertencentes à uma nova gramática visual, servindo de base criativa para os artistas, estimulando estes para a criação e realização de obras distintas. (Fragoso, 2012)

Serviu de fonte de inspiração para outros autores que pretendiam expor toda a sua veia e alma de artista, inculcando assim um espírito de abertura perante o seio governamental. A possibilidade de os artistas publicarem obras pertencentes a uma corrente nova revolucionária efresca aos olhos da sociedade, não foi fácil, contudo António Ferro, ministro de Salazar, foi uma figura extremamente importante para que os artistas portugueses modernistas se integrassem e interagissem com as suas obras.

O poder de António Ferro e o seu papel no Secretariado de Propaganda Nacional (SPN) e Secretariado Nacional de Informação (SNI), foi extremamente importante para o desenvolvimento das artes gráficas e decorativas em Portugal.

Era de facto uma figura que possuía um interesse enorme no desenvolvimento das áreas da decoração, das artes gráficas e no ramo da publicidade. O interesse que este possuía por tais áreas, destacava-se com uma ligação direta a uma “ideologia nacionalista atenta às tradições populares e ao folclore.” (AA.VV, 2003 p.83)

A ideologia de António Ferro permitiu que Portugal tivesse um grande desenvolvimento em termos gráficos e decorativos, pois permitiu que as novas vanguardas de artistas apresentassem o seu trabalho ao público nacional e internacional.

Aliás, o mesmo “(...) pretendia criar uma política vinculada à cultura e a uma linguagem direta/ sintética baseada na fundamentação tradicionalista de que não queria abdicar. (Pinharanda cit in Fragoso, 2012)

O espírito e a abertura de mente de António Ferro à corrente modernista tiveram as suas vantagens e mais-valias para o crescimento artístico a nível português. A criação prática por parte de António Ferro face ao modernismo, possibilitou e estimulou a exploração gráfica, captando artistas que, apesar de serem contra o regime, aproveitaram esta circunstância para desenvolver o seu trabalho transformando os anos

¹³ Figura ligada à corrente modernista, tendo realizado ao longo da sua carreira trabalhos na área da pintura e da ilustração.

30 na “(...) verdadeira era da modernidade decorativa nacional.” (Santos cit in Fragoso 2012, p.115)

A expressão gráfica verificou um grande avanço na década de 50, as revistas foram de facto suportes fundamentais para a inserção do modernismo, bem como, para o progresso e melhoria do design gráfico, da expressão gráfica e das artes decorativas. Em geral, observou-se um aperfeiçoamento no ramo artístico, a partir da entrada de António Ferro.

Foi necessário tempo para interiorizar os mesmos, é claro que as competências, versatilidade e a capacidade de trabalho foram fundamentais, o auxílio do António Ferro, e as publicações e as realizações do SPN/SNI deram de facto um grande incremento e impulso às artes gráficas. (Fragoso, 2012)

“Movido pelo interesse do desenvolvimento das artes gráficas, dos interiores e da publicidade com citações nacionalistas do folclore e do popular, Ferro promoveu iniciativas como a Exposição (e concurso) de Montras em Lisboa (inserida na “Campanha do Bom Gosto” promovida pelo SPN em 1940), a Exposição dos Artistas Ilustradores Modernos realizada no Porto em 1942, ou o Concurso do Cartaz do Turismo (promovido pelo SNI em 1945).” (Fragoso, 2012 p. 118)

Foram este tipo de iniciativas que criam e consolidaram a presença de António Ferro e as ações que o mesmo desenvolveu que permitiram o enraizar do modernismo em Portugal, contudo no ano de 1949, António Ferro deixa de fazer parte do SNI, tendo consequências e alterações em termos dos caminhos futuros que a cultura iria ter e o desenrolar da componente gráfica e de design. (Fragoso, 2012)

2.3 As técnicas de impressão

Ao longo do século XIX e XX pode-se observar todo um desenvolvimento no método de impressão proveniente do avanço tecnológico da época, permitindo uma maior facilidade em termos de impressão. Esta facilidade trouxe consigo vantagens, nomeadamente no tamanho dos suportes que se podia imprimir, e nas imagens e ideias concebidas pelos artistas criativos e modernistas. preservando as suas obras através da sua impressão.

A litografia surge no início do século XX após a xilogravura, sendo anos depois ultrapassada pela fotografia derivado do sistema offset.

Hoje em dia, a litografia ainda é utilizada como meio de expressão e aprendizagem pelos entusiastas do mundo das artes.

A litografia ou também conhecido por litogravura, foi um processo químico desenvolvido por Alois Senefelder no ano de 1798, sendo esta técnica de impressão uma mais-valia visto que era mais económico e um processo menos demorado.

O processo referente a impressão dos cartazes da Romaria da Sra. d' Agonia era pelo método da litografia, na qual o próprio desenho da letra e as imagens eram ilustradas na pedra litográfica com materiais gordurosos, com o intuito da pedra absorver e memorizar o desenho/ilustração representada. Após a representação do desenho são colocados vários ácidos, de modo a que o desenho se fixe na placa litográfica.

Em segundo lugar, é passado um rolo como tinta de impressão sobre a pedra e é levada para a prensa, sendo através da pressão que é realizado a passagem do desenho da placa litográfica para a folha de retrato. É de facto, um método em que as pranchas litográficas auxiliam e orientam a criação das cópias a partir dos originais.

(Curralo, 2009)

O tipo de letra que se observa nos cartazes são todo um conjunto de resultados pré-fabricados, a partir do metal quente com os tips ou através do respetivo desenho e sua passagem com o processo litográfico. Deste modo, estes caracteres eram provenientes do engenho dos artistas e do desenhador-litógrafo.

“O desenhador- litógrafo¹⁴ era o agente intermediário entre os artistas e a nova tecnologia de impressão. Era ele que interpretava e transcrevia para a pedra litográfica os originais submetidos pelos artistas.” (Fragoso, 2012 p. 51)

A posição do desenhador-litógrafo foi extremamente importante e vantajosa, pois era este que criava e reproduzia os cartazes, as embalagens, as ilustrações e outro tipo de produção gráfica.

A invenção da litografia no século XVIII e a sua evolução até ao século XX teve como vantagem a rapidez com que uma imagem começou a ser concebida, aumentando as possibilidades de representação e do seu uso. Relativamente à tiragem, visto que a pedra/placa litográfica é um material mais resistente e duradouro em relação às outras chapas tipográficas, esta permitia um maior número de impressões. (Santos cit in Maurílio, 2009)

A aplicação da técnica litográfica possibilitou uma abertura para a produção artística permitindo uma evolução tecnológica e artística na impressão. A litografia tinha como pontos fortes uma maior facilidade na impressão de imagens e uma maior qualidade de impressão.

Deste modo, os designers gráficos desta época tinham ao seu dispor a composição tipográfica mecânica (*linotype*, *intertype*, entre outros), com facilidade, o rigor e a

¹⁴ O desenhador-litógrafo segundo o dicionário português é *aquele que imprime segundo os processos da litografia*.

variedade que a composição tipográfica manual não favorecia, sendo estes meios os utilizados para a realização da impressão nas respetivas décadas. (Fragoso, 2012)

O desenvolvimento dos processos litográficos, conduziu ao aumento do número de trabalhos no ramo das artes gráficas e da publicidade, resultantes estes do aparecimento do desenhador-litógrafo do seu trabalho. Esta figura e o seu impacto foi uma das principais razões pelo desenvolvimento da impressão em Portugal. (Fragoso, 2012)

A litografia foi um processo que trouxe vantagens como o desenvolvimento do ramo publicitário e o cartaz ganha conseqüentemente outro tipo de impacto, pois este suporte tem a capacidade de transmitir uma mensagem em grande escala. Deste modo, percebe-se que apesar de um atraso nas técnicas de impressão na altura, as artes gráficas encontravam-se salvaguardadas devido à litografia, ao desenhador-litógrafo e artistas da época, que conseguiram salvaguardar o património visual das artes gráficas em Portugal.

3. Parte III – O Design Gráfico e os seus elementos

Na parte III pode-se observar uma breve abordagem ao conceito de design demonstrando que é uma área importante para o mundo das artes, focando-se posteriormente no design gráfico e da sua ligação com as artes gráficas.

O design gráfico é composto por 2 áreas: a tipografia, sendo vista como uma linguagem visual e as imagens, como elementos visuais constituintes do mundo atual.

Explora-se a letra de fantasia e decorativa, como uma tipologia pertencente ao mundo da tipografia e representada nos cartazes da romaria de Nossa Sra. Da Agonia.

Por fim, a imagem é analisada enquanto um elemento visual do cartaz agregador de conteúdo e significação, bem como, uma figura que se destaca pela sua fisionomia e características exteriores. Aspetos como a cor, forma, textura são todo um conjunto de características chaves para o desenvolvimento da imagem.

3.1 A influência do design

Introduzir um termo como o design é complexo, pois observa-se a sua presença em várias áreas e contextos, tendo assim uma abrangência universal. O design encontra-se presente em objetos que caracterizam a cultura de um povo, em objetos que transmitem a essência de um local, em objetos estéticos e funcionais, entre outros.

De modo a iniciar uma breve contextualização de design constata-se que o “(...) homem talvez tenha começado a ter consciência da possibilidade de comunicar graficamente quando pela primeira vez se deu conta da sua sombra ou da sombra dos outros seres (...)” (Rocha, Nogueira, 1995 p. 16)

O design pode ser considerado uma área transdisciplinar e ligada a uma diversidade de áreas, contextos e sectores. Têm-se observado ao longo dos anos uma evolução no design, especificamente no design gráfico português, derivado de correntes artísticas que surgem como o modernismo, bem como, pela influência de nomes estrangeiros e portugueses como, Fred Kradolfer e Sebastião Rodrigues.

Caracteriza-se o design como um sector que se encontra em constante mutação, pois resulta da criatividade pessoal e da manifestação artística, cultural e social de determinado lugar ou local.

Existem um conjunto de fatores religiosos, culturais, sociais e políticos que podem ser responsáveis ou terem influência no design de determinado país, república ou monarquia. Um exemplo concreto, foi precisamente o português.

A posição de António Salazar e a sua ideologia, juntamente como o seu ministro, António Ferro revolucionaram o design. A convicção e a filosofia de António Ferro permitiu uma notável evolução, sendo os anos 30 do século XX, os de maior foco para o desenvolvimento do design gráfico e design decorativo.

O conceito de design pode ser reconhecido como um “(...) conjunto de operações desenvolvidas no sentido de dar forma a objetos, equipamentos ou sistemas ou, no campo da comunicação, a mensagens que respondam a necessidades detetadas.” (Rocha, Nogueira, 1995 p. 8)

Num contexto mais abrangente o design liga-se a múltiplos cenários, contextos e situações, sendo utilizado como meio de sucesso e estratégia como por exemplo, no meio comunicativo e de estratégia de comunicação.

O meio visual, a sua manipulação, o constante uso excessivo da cor, a utilização de diversos caracteres tipográficos, as imagens manipuladas, são somente alguns meios que se utilizam para chamar a atenção do público-alvo. Estes elementos no campo visual e o modo como são utilizados fazem parte de um pré processo de design, é claro que são pensados como base numa estratégia por exemplo, de vendas ou

simplesmente de passar uma mensagem para a sociedade, contudo o meio e modo como são feitos e pensados, inserem-se num termo altamente amplo, o do design. Dada a sua amplitude e multidisciplinaridade, o design tem influência nas seguintes áreas "(...) design estratégico, design emocional, design divertido (fun design), design de experiências (experience design), design inteligente (smart design).

Gui Bonsiepe, um designer de nacionalidade alemã afirma que este são somente um conjunto de termos que ocorrem em revistas especializadas e em livros ligados à área do design. (Bonsiepe, 2013 p.17)

Realça-se o termo de design gráfico nesta fase inicial de modo a introduzir este conceito, contudo e tendo em conta os anos de estudo (anos 30, 40 e 50 do século XX) não existia este termo de design gráfico, mas sim um conceito abrangente de artes gráficas. Como a presente investigação se baseia numa análise e catalogação de elementos visuais de um suporte de comunicação, o cartaz, introduz-se e contextualiza-se o termo de design gráfico.

3.2 As artes gráficas e o design gráfico

Ao longo dos anos a passagem do termo de artes gráficas evolui para o conceito de design gráfico, derivado da evolução natural da pintura para o mundo publicitário.

A pintura foi sempre uma área presente na sociedade como ainda hoje se constata, contudo a evolui tecnológica e mecânica, trouxe um novo olhar e conceito, desenvolvendo o design gráfico para a humanidade.

A pintura pode ser classificada como uma arte derivada da emoção, é claro que a pintura, bem como, o retrato de qualquer imagem, símbolo, ícone se encontra sujeito a uma avaliação subjetiva do seu interpretante, tal como acontece com o design gráfico. O design gráfico é fruto de uma era onde o designer e criador de comunicação se baseia na tecnologia e recorre ao sistema digital.

Por sua vez, o design gráfico consiste na impressão de um elemento previamente concebido em seio de design de comunicação, ou seja, quando há uma transmissão de uma imagem ou ideia para a impressão, podemos classificar o mesmo como um objeto da área do design gráfico. (Rocha, Nogueira 1995)

O design de comunicação consiste em todo o processo que toma como meio condutor o design para desenvolver, destacar ou comunicar determinada mensagem.

Como o próprio nome indica, comunicar implicar transmitir e para tal, uma mensagem para ser corretamente interpretada é determinante o sucesso do design de comunicação. A função primordial do design de comunicação está precisamente na transmissão de informação, podendo esta ser através de projetos que detenham algum

tipo de texto, imagem e ou outros elementos gráficos como revistas, livros, cartazes, anúncios, pictogramas, símbolos, logótipos, entre outros. (Rocha, Nogueira, 1995)

O design gráfico liga-se a uma vertente onde o visual e o grafismo se encontram bem assentes. Uma palavra chave a que se pode associar o design gráfico é a comunicação visual, visto que o mesmo é um meio que tem como função passar todo um conjunto de informações a um receptor, onde é necessário um conjunto de condições como a exatidão, as informações, a objetividade nos sinais, a codificação e a ausência de interpretações incorretas. (Munari, 1968)

Os projetos ligados ao design são projetos que exigem um nível de complexidade maior e uma série de fases que se relacionam com a conceção do produto em si até a sua realização. No seu processo podem ser destacados uma série de estudos e fases de experimentação e de desenvolvimento. (Rocha, Nogueira, 1995 p. 8)

A posição de designer hoje em dia assume uma faceta transdisciplinar, onde o mesmo pode assumir uma posição enquanto técnico, engenheiro e/ou artista. (Rocha, Nogueira, 1995 p. 13)

Realizar o design é uma tarefa que resulta de algum engenho por parte do seu criador, a técnica e o conhecimento próprio de um profissional e a arte de saber criar e transmitir. São estas características que fazem com que a posição do designer se destaque a partir da revolução industrial, pois o mesmo passa a ser reconhecido pela sua autonomia.

3.3 A tipografia: uma linguagem visual¹⁵

Neste subcapítulo pretende-se abordar a tipografia destacando a sua origem, uma breve contextualização da sua história, analisando a mesma como um elemento visual do cartaz de linguagem e símbolo representativo de património e de história local. Caracteriza-se a tipografia como um elemento tão importante quanto às imagens contidos nos cartazes dos anos 30, 40 e 50 do século XX.

A tipografia que servirá de estudo de caso, pertence precisamente aos cartazes desta Romaria, tendo sido selecionadas este conjunto de décadas devido ao desenvolvimento do design gráfico e da posição de António ferro e da sua ligação com o SNI (Secretariado Nacional de Informação) e SPN (Secretariado de Propaganda Nacional). Estes cartazes encontram-se integrados na corrente do modernismo, trazendo consigo alterações a nível de estilo e de elementos utilizados nos cartazes, abordando uma ideologia onde predominava o tradicionalismo, a etnografia e a cultura popular.

¹⁵ Bringhurst, 1946: "The Elements of Typographic styles de 1946".

O meio de desenvolvimento da tipografia nestas décadas tinha sofrido alterações devido ao desenvolvimento das máquinas tipográficas, onde a tipografia era realizada por “tips” estilizados, fruto de um conjunto de caracteres metálicos chamados matrizes, presentes na época.

Escolheu-se como estudo de caso, os cartazes de uma das maiores Romarias a nível nacional, pois estes são exemplos em que há vários estilos de tipografia, imagens, conteúdos e símbolos presentes que fazem parte de um legado cultural. Toda a composição gráfica reflete o conceito de tradição e de cultura popular da cidade de Viana do Castelo e do povo do Alto-Minho.

Robert Bringhurst¹⁶, um autor ligado à área da tipografia, aborda que os elementos do estilo tipográfico podem ser analisados como uma linguagem visual, nomeando a mesma como um aspeto e elemento que sustenta a história visual e o património de determinado povo, podendo ser um meio mais eficaz e direto que a própria utilização da imagem.

Nesta lógica pode-se recorrer a uma valorização da tipografia, enquanto um elemento isolado e transmissor de mensagens e emoções. (Bringhurst, 1946)

A tipografia é vulgarmente utilizada nas áreas do design gráfico, arquitetura, publicidade, jornalismo e literatura. (Lugoboni, 2012)

Deste modo o estilo tipográfico utilizado em suportes como revistas, logotipos, cartazes, livros entre outros, são meios de ordem comunicativo que caracterizam, de facto, a história da tipografia portuguesa. Seguindo esta linha de coerência e reforçando este ponto, Helena Barbosa classifica o cartaz como um artefacto da cultura material, que se destaca pela curiosidade e interesse dos vários públicos entre eles os colecionadores e os estudiosos das múltiplas artes. (Barbosa, 2011)

Todo o conjunto de elementos visuais expostos nos cartazes desde da mordoma, lavradeira, o património arquitetónico e musical, e o património tipográfico, constroem a identidade de um povo, consolidando o seu património histórico. Tem-se em conta o conceito de património como um elemento de extrema importância para a construção da identidade a nível social e cultural. (Rodrigues, s.d)

A exposição de elementos nos cartazes como os símbolos da região, a tipografia, a utilização da cor são um conjunto de elementos que identificam os seus autores, épocas e anos em especial, sendo estes um conjunto de elementos que salvaguardam a história passada e o seu processo sógnico. ¹⁷(Eco, 1997)

¹⁶ Robert Bringhurst, autor do livro : “ The Elements of Typographic Style de 1946”.

¹⁷ O processo sógnico encontra-se associada a um significado e a uma interpretação.

O estudo e catalogação dos elementos visuais dos cartazes (imagens, símbolos, ícones e tipografia) em termos gráficos e históricos vai ao encontro da filosofia prescrita por Bruno Munari, “(...) conhecer as imagens que nos rodeiam significa também alargar as possibilidades de contacto com a realidade, significa ver mais e perceber mais.”

(Munari, 1968 p.68)

Conhecer, analisar e identificar os símbolos, os ícones, as imagens e a tipografia presente num suporte, legítima e permite o reconhecimento dos artistas que o conceberam e que ajudaram a desenvolver o conceito de património visual¹⁸.

A tipografia é um estilo com uma linguagem visual própria, é um meio que tem como função transmitir uma mensagem numa vertente comunicativa, apontando que os tipos de letra utilizados nos cartazes da Romaria da Sra. d' Agonia se enquadram num conceito de “letra de fantasia” (Sousa, 2002) ou letra decorativa.

Miguel Sousa é um autor que reflete sobre os tipos de letra, abordando a temática da letra fantasia, classificando a mesma como uma letra de cunho informal, divertida, extravagante e de custo barato, dado os templates grátis on-line. (Sousa, 2002)

Dada a manipulação e uma certa conotação subjetivo do tipógrafo ou designer, este tipo de letra pode ser visto como um fonte de inspiração de design e não propriamente como um estilo tipográfico em si.

Este tipo de letra não é vulgarmente utilizado, com exceção do ramo da publicidade pois a mesma pode conter sombras, texturas, contornos, degrados ou camadas que tornam difícil a sua leitura. Por outro lado, este mesmo autor afirma que “(...) os tipos fantasia transportam consigo interessantes emoções e conotações que podem ser exploradas criativamente através da sua correta aplicação.” (Sousa, 2002 p.109)

A presença da tipografia em vários sectores, meios e suportes coloca importantes questões e aspetos relacionados com o facto de estudar a relação entre as formas das próprias letras e modo como interagem como o seu utilizador. (Lugoboni, 2012)

É nesta logica de interpretação que Robert Bringhurst surge como o termo de “escrita idealizada”¹⁹, sendo necessário criar e desenvolver um tipo de letra legível para uma compreensão e uma leitura mais fácil do corpo do texto ou do seu título. (Bringhurst, 1946)

¹⁸ O património de vertente histórica e cultural, foram duas áreas e conceitos que consolidam e formaram o conceito de património visual.

¹⁹ Traduzido pelo autor, “ Typograph is just that: idealized writing” (Bringhurst, 1946 p.19)

As letras de fantasia são um estilo de letra em que os seus caracteres por vezes não apresentam uma legibilidade clara, podendo a fonte utilizada neste tipo de carácter, ter como base os estilos clássicos e as grandes famílias da tipografia²⁰.

Tipógrafos, designers e pesquisadores, através de uma análise e estudo à tipografia desenvolveram vários modos de classificações dos tipos de letra existentes.

Relacionando as classificações com estudos realizados no século XVIII, apoiando-se na altura em estruturas e numa vertente histórica, a uma abordagem ligada às máquinas e à inovação tecnológica, discriminando a impressora como facto para uma diferenciação e aparecimento de novos tipos de letra. (Lugoboni, 2012)

São de facto inúmeras as propostas de classificação e nem todas com os mesmos pressupostos. Há diversos casos em que a classificação é baseada em aspetos gráficos e outras apenas em questões simbólicas sem relação com a técnica ou época.

A história e a vertente tecnológica são os dois maiores fatores que transformam e que constroem os vários tipos, desenhos e formas de letra ao longo dos séculos. A história, a sociedade, a influência cultural são todos fatores que de um modo direto ou indireto influenciam a construção tipográfica e o meio como ela é utilizada. Aliás tem sido o meio de comunicação mais utilizado ao longo dos anos, a sua utilização como meio de comunicação já se encontrava presente na civilização egípcia, sendo as letras parte das escrituras sagradas. Para além do uso da letra na civilização egípcia observa-se a mesma na bíblia e a valorização que esta teve para preservar a história e o teor religioso.

A tipografia e os seus vários estilos resultam de uma série de alterações ao longo das várias épocas históricas, na qual vários autores classificam as fontes de modo diferente, dado que cada um escolhe um conjunto de critérios de avaliação distintos, desde da história (Ellen Lupton), ao desenho da serifa (patilha) (Robert Bringhurst) e ao aparecimento da impressora (Milton Ribeiro).

3.3.1 A letra de fantasia ou decorativa

De modo a elucidar como as letras de fantasia têm origem destaca-se a abordagem que Ellen Lupton faz à tipografia, introduzindo o modo como a mesma faz esta divisão. São inúmeros os autores desde de Francis Thibedau²¹, Maximilien Vox, Milton Ribeiro que

²⁰ Toma-se como exemplos as grandes famílias da tipografia, as destacadas por Francis Thibedau, sendo estas quatro grandes grupos: Elzevirs, Didots, Egyptians, Antiques.

²¹ Francis Thibedau, um tipógrafo francês classifica quatro grandes grupos: Elzevirs, Didots, Egyptians, Antiques, destacando que o seu critério de base encontrava-se relacionado com a serifa presente na forma da letra.

ao longo dos anos já criaram e desenvolveram abordagens relacionadas com a divisão dos vários tipos de letra sustentando esta divisão em fatores históricos, na qual estes autores têm um modo diferente de olhar e dividir os vários tipos de letra²². São precisamente estas grandes famílias de tipografia as responsáveis pelo desenvolvimento das futuras letras de índole decorativa que se observa hoje no mundo tipográfico.

Ellen Lupton, utiliza como base para a sua classificação tipográfica a vertente histórica desenvolvendo 3 categorias básicas para a inserção dos vários tipos de letra: humanistas, transicionais e modernas, podendo estes 3 grupos de tipos de letra comparados aos períodos renascentistas, barroco e iluminista. (Lupton cit in Lugoboni, 2012)

Através de uma perceção do passado e da sua história consegue-se entender e justificar como é que existem certos tipos de letra e a origem das mesmas.

As letras de fantasia ou decorativas têm como base os variadíssimos tipos de letra apontados, contudo sofrem alterações por via manual ou tecnológica.

A vertente tipográfica presente em qualquer época da historia, pode ser vista como uma parte que compõe a narrativa histórica da sociedade, sendo o mesmo analisado como um meio comunicativo que transmite todo um conjunto de ideias e mensagens.

É um fator de dupla funcionalidade, tendo como vantagem a sua associação a uma vertente visual bastante vincada, nomeando neste caso os títulos e subtítulos de maior pormenor e desenho de forma, como os dos cartazes da Romaria da Sra. d' Agonia.

Após a apresentação do tipo de letra de fantasia ou também conhecida por decorativa, a tipografia utilizada nos cartazes pode ser classificada como cultura e património visual, visto que o mesmo faz parte de um suporte de extrema importância para uma cidade e porque preserva a tipografia utilizada nos anos 30, 40 e 50 na cidade de Viana do Castelo e da região Norte.

Resumindo a tipografia neste caso, em específico, pode ser destacado como conector de cultura e património visual, destacando que a utilização da tipografia faz parte de uma identidade, onde é necessário preservar todo o património de carácter visual, cultural e artístico da cidade de Viana do Castelo.

Este elemento visual do cartaz, presente num suporte tão importante para uma cultura local determina que todos os elementos representados nos cartazes desde das imagens até a tipografia são elementos visuais que pertencem à história, à cultura e ao seio artístico, contribuindo os meios para a promoção de um lugar em específico.

²² Pretende-se introduzir este conjunto de autores, de modo a explicar a base/origem dos vários tipos de letras, sendo que estas servem de base para a criação das letras de fantasia.

Estudar, analisar e interpretar a tipografia e o seu estilo permite salvaguardar um legado visual presente, constatando que não são somente as imagens, as obras de arte, a arquitetura ou a música, meios que preservam a história do mundo e os marcos históricos.

Este tipo de linguagem insere-se numa época importante do desenvolvimento gráfico em Portugal e do modernismo português. O processo tipográfico existente e o seu método desenvolveram-se, trazendo um conjunto de mais valias para a impressão e para o design gráfico. O avanço no sector da impressão relaciona-se com a profissão bem como a relevância da profissão do desenhador litógrafo²³ em Portugal na era modernista. (Fragoso, 2012)

Existe de facto uma grande adaptabilidade da tipografia às inúmeras situações, à tipografia pode ainda ser associado a uma cor, de modo, a dar maior realce e revelo à própria letra, bem como, à associação do poder de uma imagem. (Joly, 1994)

Cada vez mais se observa que a sociedade presente recorre à tipografia e à imagem como meios mais usuais e convencionais para transmissão de uma ideia ou mensagem. A tipografia e os seus vários estilos transmitem ideias, sensações e emoções distintas sendo utilizadas conforme a situação e a ocasião. Existe de facto uma grande adaptabilidade da tipografia às inúmeras situações, a associação da cor, do stroke, de aspeto como o sublinhado, a letra a itálico ou a negrito são todo um conjunto de aspetos que atribuem maior realce e revelo à própria letra. A associação de uma imagem tem sido vulgarmente utilizada, uma vez que a sociedade atual se tem cativado pelas imagens, fotografia, entre outros.

Antigamente as obras de arte, ligadas à arquitetura e à música tinham por vezes como propósito manifestos que fizeram parte da história. A música e a literatura são dois meios em que facilmente se pode encontrar ocasiões onde os artistas e os autores utilizavam a tipografia para transmitir mensagens importantes para a sociedade e público em geral.

Conclui-se com este capítulo, que a tipografia é um fator que possui história, sendo um elemento visual modificado pela evolução da história, da sociedade e da tecnológica. A letra de fantasia presente nos cartazes, assume um valor expressivo próprio da gramática visual da tipografia, destacando que a letra também é imagem, que se lê e que vê, podendo a mesma ter um valor conotativo vincado.

²³ O desenhador litógrafo foi uma figura de extrema importância para o desenrolar do processo de impressão no século XX, dado a sua importância encontra-se um capítulo mais à frente dedicado a esta profissão e as técnicas de impressão empregues.

Na vertente artística é um marco dado toda a envolvente de criação de matrizes e da idealização de desenhos e formas de letras.

Constata-se deste modo que a tipografia é, de facto, um elemento que acompanha a evolução do homem.

3.4 A vertente visual da imagem

A visão faz parte de um dos cinco sentidos do ser humano, sendo a imagem visível aos nossos olhos devido a este sentido. O âmbito visual é desenvolvido pela nossa visão, na qual a ótica de cada um, cria e vê a imagem a seu modo.

Para caracterizar a imagem e a sua envolvente no presente momento, é importante destacar que a imagem tem uma dupla face:

- O seu poder visual ligado à forma, à estrutura e à cor;
- A interpretação e à cognição da imagem.²⁴

Para estudar estes dois tópicos e analisar os seus parâmetros foram tidos como base de referência para o poder visual da imagem os conceitos fundamentais de Gestalt, ou seja, todas as leis que dizem respeito ao modo como a nossa mente vê e interpreta as imagens enquanto elementos visuais, tendo como aspeto de interpretação visual direta fenómenos como a sua forma, a sua estrutura e a presença de cores. As leis de Gestalt são importantes pois alertam para as associações que o nosso cérebro cria perante a aglomeração de formas e de imagens.

Em relação à interpretação e à cognição da imagem foram incutidos palavras e conceitos chaves como a semiótica²⁵ e a mensagem visual²⁶.

Como exemplo da lógica acima descrita encontra-se presente o gráfico 1.

²⁴ A interpretação e a cognição da imagem são duas áreas de enorme peso e com uma quantidade vasta de informação. Dado o volume de conceitos-chaves, pretende-se abranger a interpretação a vertente cognitiva de um modo breve e introdutória, com o intuito de alertar que as imagens não são somente conteúdos visuais, mas sim objetos com cunho psicológico.

²⁵ Umberto Eco, reflete sobre o conceito de semiótica, notificando da existência do processo sígnico, da existência do signo e da sua associação a um significado e conseqüentemente a uma interpretação.

²⁶ Bruno Munari, debruça-se sobre a criação da mensagem visual que as imagens possuem. Esta mensagem visual cria narrativas visuais que por sua vez, são interpretadas.

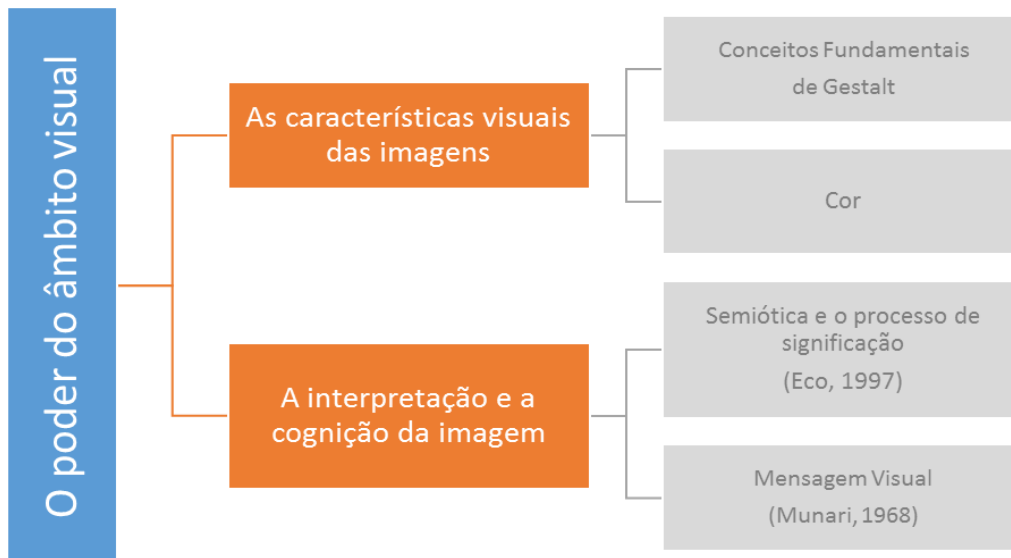


Gráfico 1: Tabela do poder do âmbito visual

Conforme o gráfico 1 pode-se observar que a imagem pode ser abordada e analisada em duas partes; em primeiro lugar as características visuais das imagens, como por exemplo o aspeto da cor, as formas, o seu suporte, a informação visual, ou seja, toda a vertente que é capturada pela nossa visão. Em segundo, uma abordagem ao conceito de semiótica e mensagem visual. A semiótica consiste num processo de significação e interpretação da imagem, e a mensagem visual completa que a imagem é analisada como figura repleta de conteúdo e história, sendo um meio comunicativo e de transmissão de mensagens, sujeitos a uma interpretação subjetiva de cada indivíduo. A distinção entre os tópicos das características visuais e da parte interpretativa e cognitiva é realizada com o intuito de perceber que a imagem é resultado de um todo e de um processo de descodificação, na qual estes dois parâmetros complementam-se, contudo, dado a sua natureza, consegue-se analisar e interpretar os mesmos enquanto elementos isolados.

O âmbito relacionado com a interpretação e a cognição da imagem conjuga-se como a psicologia do ser humano, onde é feita uma interpretação prévia das características visuais das imagens de um modo totalmente intuitivo. Estas duas fases são feitas naturalmente pelo campo da visão e pelo cérebro, muitas vezes de modo espontâneo e inconsciente.

Para a compreensão de uma imagem, destaca que a mesma é transferida por meio de uma mensagem visual, que por consequência somente ocorrerá, se houver um processo comunicativo naturalmente associado à semiótica da imagem.

3.4.1 As características visuais das imagens: sua simbologia

Numa primeira etapa de desenvolvimento e de conectividade à temática da imagem percebe-se facilmente que este é um tema bastante amplo, demonstrando que as imagens hoje em dia não são somente fixas, há uma constante manipulação e transformação das mesmas. Neste capítulo pretende-se abordar a imagem e o seu presente valor, destacando que a imagem é um elemento que tem vindo a ganhar cada vez mais impacto ao longo da história, sendo já um fator dominante com um valor de extrema importância para os seus utilizadores. Como afirma, Martine Joly, a imagem consegue de facto comunicar e transmitir mensagens, conteúdos, ideias. (Joly, 1994) É nesta filosofia que a presente sociedade tem interpretado a imagem e todas as vantagens e desvantagens a que esta pode ou não se associar. Aliás encontrámo-nos situados numa fase em que a ideologia de que “vale mais uma imagem do que mil palavras” nunca esteve tão presente. Aliás somos e estamos altamente ligados à recorrente utilização da imagem, conduzindo a que esta seja constantemente decifrada pelo seu público.

A imagem é um conceito extremamente difícil de definir, aliás “(..) compreendemos que ela designa algo que, embora não remetendo sempre para o visível, toma de empréstimo alguns traços ao visual e, em todo o caso, depende da produção de um sujeito: imaginária ou concreta, a imagem passa por alguém, que a produz ou a reconhece.” (Joly, 1994 p.13)

Dado esta definição de Martine Joly de um conceito de que é uma imagem, faz todo o sentido, afirmar que a imagem é proveniente de um processo de significação e ligado ao conceito de semiótica.

Pretende-se adaptar o conceito da semiótica de Umberto Eco face ao desenvolvimento da imagem, reconhecendo que as próprias imagens podem ser portadoras de toda uma essência semiótica. De um modo simples, breve e direto, a semiótica ou semiologia é a disciplina que estuda todas as possíveis variedades dos signos, tendo como elementos de comunicação a fonte, o emissor, o canal, a mensagem e o destinatário. (Eco, 1997)

A palavra “signo”, neste contexto faz referência a uma expressão gráfica ou a um processo visual. Os signos são um conjunto de elementos que facilitam a comunicação, pois são lhes atribuídos um processo de significação, ou seja, são associados a uma ideia pré-concebida, sendo lhes destacado certa denominação ou ideologia.

Aliás, o processo da semiótica somente tem lógica se primariamente for desenvolvido um processo de comunicação, neste caso, o emissor da mensagem, é a imagem, e o recetor é qualquer individuo que visualize o conteúdo presente na imagem.

A mensagem por detrás de uma imagem é constituída por um conjunto de sinais e códigos, podendo-se distinguir a cultura como um factor importante para a compreensão e a integração das imagens. Existindo assim uma ligação intrínseca e cultural no processo de compreensão das imagens. (Joly, 1994)

O processo sóico é parte integrante e fundamental para o sucesso de qualquer comunicação, sendo o signo, um elemento chave para o desenvolvimento de um diálogo comunicacional.

O signo é o elemento que carrega a mensagem, na qual a mesma pode ser constituído por uma organização complexa de muitos signos, tendo que existir um código comum a ambos os intervenientes, de modo a que a mensagem seja transmitida de forma clara. (Eco, 1997)

Tendo em conta esta vertente visual, tudo que é capturado pelo nosso campo visual, ou seja, pelos nossos olhos, pode ser considerado comunicação visual e consequentemente, interpretado como mensagem visual. (Munari, 1968)

Bruno Munari, estuda o tema da comunicação visual e a envolvente que a mensagem visual detém, afirmando que a mesma é constituída por duas componentes: o suporte e a informação. (Munari, 1968)

O suporte, a informação e a significação é o que dá vida ao signo em termos de linguagem, sem a vertente de significação de um conceito, da associação de uma ideia, anula todo o seu propósito. O signo é um meio essencial para descodificar a mensagem.

A formulação de ideias e de ideais, no campo visual tem sempre como base e princípio, a mensagem capturada pela nossa percepção visual.

A primeira fase é sempre ditada pelo momento de captura de informação, na qual tudo se transforma aos nossos olhos, sendo assim a interpretação de cada um singular. (Munari, 1968)

Deste modo e para analisar a mensagem visual, é necessário compreender que a mesma é o resultado de um suporte e de um conjunto de informação que é influenciada por um conjunto de condições de ordem fisiológica e sensorial que funcionam como uma espécie de filtro ou barreira, dificultando a passagem da informação.

“Conhecer a comunicação visual é como aprender uma língua, uma língua composta só por imagens, mas imagens que têm o mesmo significado para as pessoas de todas as nações e, por isso, de todas as línguas.” (Munari, 1968 p.81)

Esta comparação da comunicação visual a uma linguagem tem as suas vantagens e desvantagens, se por um lado pode ser entendida universalmente, por outro é mais restrita, contudo mais funcional, pois detém uma componente altamente direta e eficaz quando equiparada a uma linguagem verbal.

É de facto uma linguagem da qual se pode retirar todo um conjunto de conhecimentos, observações, pensamentos tendo como maior vantagem, a ausência das palavras e, por vezes todo o processo que estas envolvem. É claro que as palavras têm outro tipo de filosofia e ligação onde as mesmas, acarretam simbologias e intuições que podem ser mal confundidas e interpretadas.

A imagem por sua vez contém valores expressivos que podem ser derivados da conjuntura da imagem com o seu próprio fundo, pode ser precisamente o seu fundo ou contexto em que se encontram inseridas que pode determinar a mensagem que se pretende comunicar. (Munari, 1968)

Assim, a existência de um código é regra elementar da significação, sendo este que determina as predefinições. Aliás, um signo só ganha lógica quando se encontra introduzido num contexto, bem como, conectado a um significado. Sem este elo de ligação, o processo de significação a desenvolver se torna complicado.

Umberto Eco, destaca no tema da semiótica a “expressão, conteúdo, substância e forma” (Eco, 1997), adaptando estes quatro tópicos à imagem percebe-se que os mesmos são fundamentais quando a analisamos. A imagem detém sempre uma expressão artística, o conteúdo explanado na imagem é o que forma a imagem e neste caso consolida o signo e o seu processo de significação.

A imagem possui uma substância, uma forma, um conjunto de cores estando estes aspetos ligados ao seu próprio conteúdo visual.

Após a reflexão sobre esta temática, e de modo a resumir a ideia e o conceito da semiótica destaca que o mesmo “(...) delinea códigos, não é apenas uma teoria, mas uma prática comum.” (Eco, 1997)

No fundo, a semiótica é de facto responsável pelo entendimento comum da comunicação verbal, os signos são práticas necessárias para um processo correto de compreensão.

Esta manipulação e transformação conduz-nos a que as imagens sejam de facto elementos que podem se agregar ao conceito de efémero, dado que não se encontram num regime de exclusividade e na qual rapidamente uma imagem é transformada para um propósito. É precisamente para esta componente visual que pretendesse olhar para a imagem, caracterizando a mesma pelo conjunto de características físicas que esta apresenta.

Tem-se como objetivo abordar o carácter e as características que as imagens detém à primeira vista, ou seja, a sua forma, a sua cor, a sua textura e estrutura, sendo estes um conjunto de aspetos fundamentais para a construção da imagem e como a mesma se expõe ao nosso campo visual.

Há um conjunto enorme de imagens fixas e dinâmicas, focando neste âmbito as imagens de ordem fixa.

Classifica-se a imagem fixa como uma imagem que “(...) proporciona leituras denotativas e conotativas que têm a ver, ultrapassados os mecanismos gestálticos com a cultura, a experiência e as capacidades lógicas e intuitivas do observador.” (Rocha & Nogueira 1995, p.36)

Deste modo pretende-se introduzir os diferentes tipos existentes de imagens, segundo as suas características visuais, avaliando deste modo a componente visual das imagens.

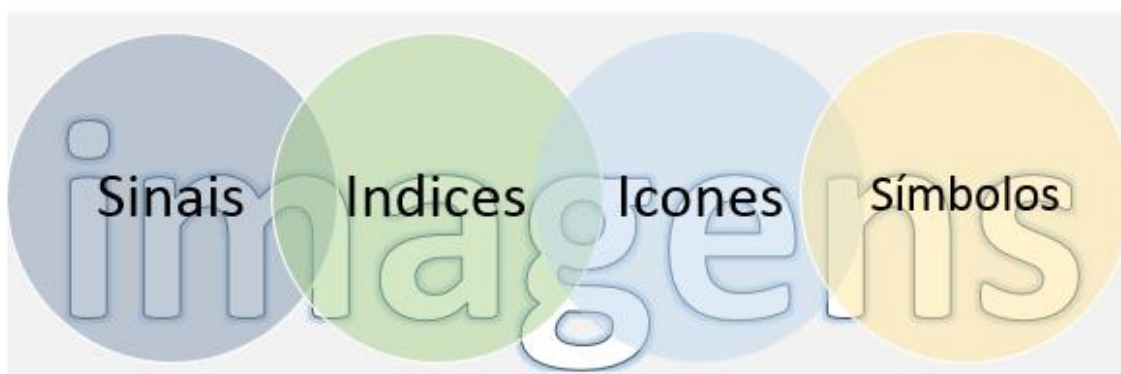


Gráfico 2: Tipologias de imagens

O gráfico 2 insere que num mundo visual, a diversidade existente de imagens é quase infinita, contudo e de modo a restringir, destaca-se os sinais, os índices, os ícones e os símbolos. A classificação e a inserção das imagens segundo estes 4 tipos, relaciona-se com as características físicas que estas têm, ou seja, a sua forma, a sua estrutura e a cor. São precisamente este conjunto de aspetos que são tidos em conta como factores de análise e posterior, processo de significação e interpretação.

Deste modo, e incluindo uma lógica em que a teoria geral da comunicação se encontra presente, classifica-se que imagens podem ser classificados como signos, podendo ser divididos em sinais, índices, ícones e símbolos, em função da sua interpretação.

(Rocha, Nogueira, 1995 p.38)

Destacando elementos como a forma, a estrutura, a cor e a textura percebe-se que esta primeira análise da imagem conduz, a que a segunda etapa, a de interpretação seja realizada com uma maior facilidade.

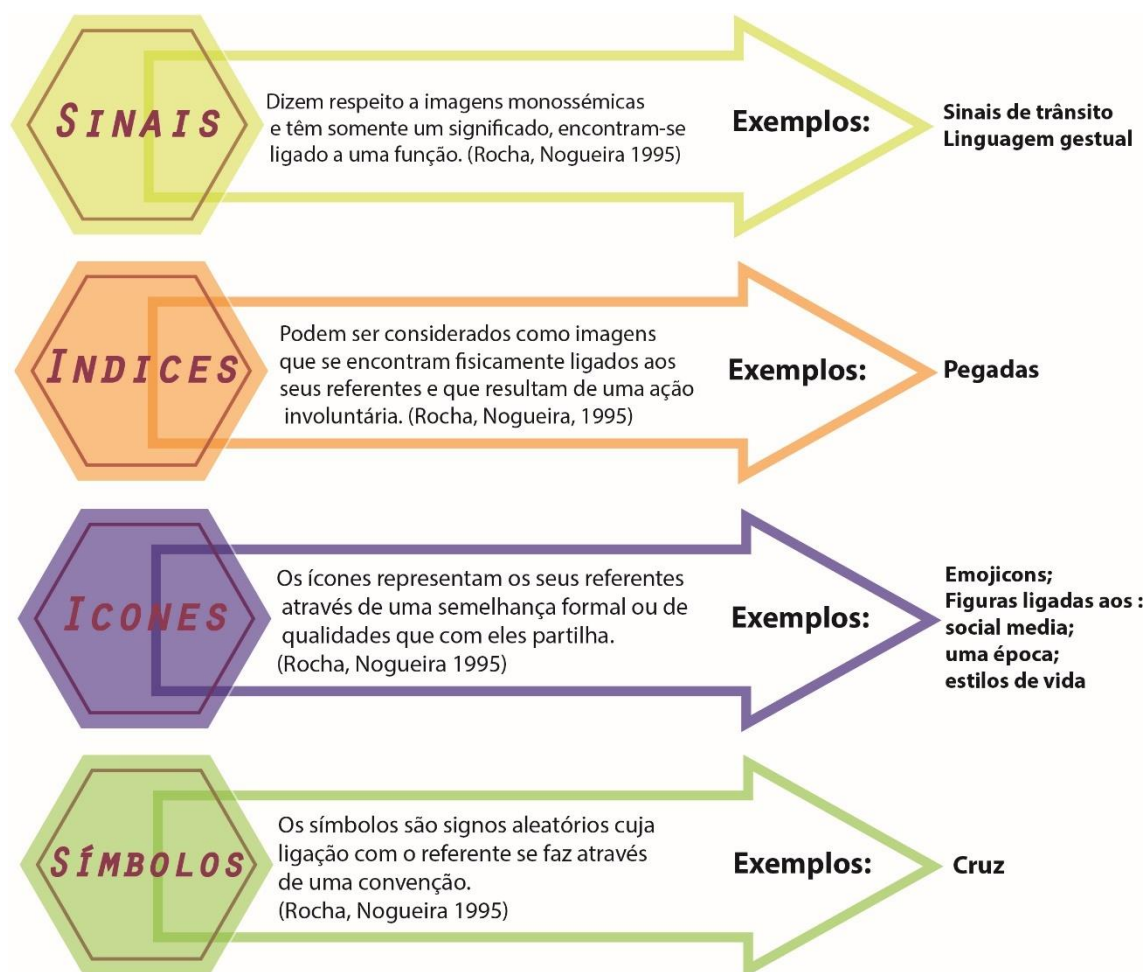


Gráfico 3: Definição dos conceitos da simbologia das imagens

O gráfico 3, distingue pelo menos 4 tipologias de imagens distintas apontando a diferença entre si, inculcando que o “contexto cultural, o processo iniciático ou até a legenda ou o texto que acompanham as imagens, são responsáveis por estas diferenças relativamente a um mesmo significante, isto é, para a mesma imagem.”

(Rocha, Nogueira, 1995 p. 40)

Resumindo, a tipologia da imagem é de extrema importância para o seu interpretante, definindo que cada tipo de imagem retrata e representa uma mensagem visual distinta.

As características visuais e a sua interpretação constroem o panorama e consequentemente, a simbologia que cada individuo a si vai associar.

3.4.2 A textura, a estrutura e a forma: ligação às imagens

A textura, estrutura e as formas surgem como variáveis que se agregam ao suporte, sendo o suporte e a informação duas componentes integrantes da mensagem visual. Introduce-se a a textura, a estrutura e a forma como elementos precoces e fundamentais para a construção dos conceitos de Gestalt, que segue no próximo subcapítulo, sendo elementos imprescindíveis para a construção das formas e imagens.

O suporte é constituído por cinco aspetos: a textura, a forma, a estrutura, o módulo e o movimento, bem como, um "(...) conjunto dos elementos que tornam visível a mensagem, todas aquelas partes que devem ser consideradas e aprofundadas para se poderem utilizar com a máxima coerência em relação à informação." (Munari, 1968 p.92)

A textura atribui uma imagem direta ou indireta, esta classificação de atribuição/significação relaciona-se com o facto do que o olho captura e interioriza, pois, cada estrutura tem uma superfície distinta, cada sinal, granulosidade ou até filamento têm um significado próprio. (Munari, 1968)

É fundamental estudar, analisar, apreciar a essência que toda a aparência detém, é precisamente esta visão em duplo sentido, ou seja, a visão que todos os seres vivos possuíam, bem como a visão, num sentido em que se pretende perceber a componente e a importância que a textura desenvolve quando é efetivamente observada. Por isso mesmo, para além de estudar a forma é importante estudar a aparência. (Munari, 1968)

Para explicar a ligação direta existente entre a textura, estrutura e forma, determina-se que as mesmas são um conjunto de aspetos similares, contudo a sua diferença se enumera numa questão de escala e como estas são variáveis. (Munari, 1968)

Numa escala maior, nomeia-se a estrutura podendo esta ser transformada em texturas numa escala de variação mais ínfima. Esta passagem se relaciona com a percepção do olho humano, se utilizarmos outros tipos de ferramentas que conseguem ampliar as texturas é possível verificar a forma como os elementos as compõem.

As estruturas podem ser classificadas como unidades "(...) que nascem da acumulação de formas." (Munari, 1968 p.258)

A forma é outro aspeto importante quando se pretende explicar a ligação entre estas variáveis, como Munari refere acima, as estruturas são descendentes das formas e percebendo a ligação que as texturas possuem com as formas rapidamente se percebe que estas três variáveis se encontram inevitavelmente conectadas.

A forma pode ser determinada como geométrica ou orgânica, classificando as formas geométricas às dos livros de geometria e as orgânicas relacionadas com as formas da natureza. (Munari, 1968)

Um facto curioso relacionado com as formas é a determinação das “formas bases” sendo que estas podem “(...) gerar todas as outras mediante variações das suas componentes.” (Munari, 1968 p. 135)

As formas base são constituídas pelo círculo, quadrado e o triângulo equilátero, sendo que estas formas “(...) têm muitas características relativas à própria natureza da forma, aos ângulos, aos lados, à curvatura (...)” (Munari, 1968 p.136)

São estas características que atribuem uma forma distinta a cada forma base, a criação das medidas internas exclusivas permite que a própria forma em si seja distinta e que quando explorada ou analisada a mesma se comporta de maneira distinta dada a sua natureza e diversidade de características. É mesmo este processo de explorar e descobrir que origina uma multiplicidade de formas que faz com que “(...) nascem grupos de formas com outras características, teremos efeitos de negativo-positivo, de dupla imagem, de imagens ambíguas, de figuras topológicas incríveis e de figuras impossíveis: desenhadas perfeita e rigorosamente, mas absolutamente sem possibilidade de construção.” (Munari, 1968 p.136)

Quando se aborda a forma podemos encontrar um conjunto de “(...) fenómenos de crescimento, de ramificação, de decomposição e recomposição, fugas visuais, ritmos visuais, formas pneumáticos, formas nos líquidos, formas imóveis e formas que possuem, já em si, uma indicação de direção de movimento.” (Munari, 1968 p.136)

A forma tem de facto uma complexidade a si associado, desde das formas bases à sua manipulação e à criação de novas formas. A característica de cada forma faz com que a alteração das mesmas conduza à descoberta de cada vez mais formas novas.

A ligação das estruturas com as texturas e por fim, a forma faz com que sejam três componentes que se encontram interligadas.

O seguinte esquema permite criar uma ideia do ciclo que existe entre as três. As texturas como já referido numa visão mais pequena, que depois ampliado pode originar as estruturas que são fruto das formas que tem como base as “formas base”, são precisamente estas formas base que originam as texturas. Toda a essência deste ciclo é determinado pela forma.



Gráfico 4: Ciclo da textura, estrutura e forma

Para além das variáveis da forma, estrutura e textura, o fundo ou background é mais um dos elementos da comunicação visual de extrema importância visto que as imagens serão projetadas sobre si e conseqüentemente, terá influência sobre a mensagem visual a transmitir.

A modulação no espaço contribui igualmente para a construção da mensagem visual e sua transmissão de informação, como destaca Bruno Munari “Tudo, cada coisa, no mundo em que vivemos é (ou parece que é) regulado por estruturas.” (Munari, 1968 p. 34)

Neste preciso caso e destacando mais uma vez o elemento das estruturas, pretende-se liga-lo à modulação do espaço e como este pode conceber e determinar a mensagem em questão. A complexidade do espaço e por vezes, a orientação e a modulação da informação pode conduzir à formação de ideias corretas ou pode induzir em concepções incorretas.

A comunicação visual é de facto um processo constituído por duas componentes fundamentais: o suporte e a informação, analisando mais uma vez o suporte pode-se caracterizar o mesmo pelo o sinal, a cor, a luz e o movimento, sendo os mesmos interpretados por quem recebe a mensagem. (Munari, 1968)

3.4.3 Os conceitos fundamentais de Gestalt

A informação visual é composta por um conjunto de comunicações capturadas pelos nossos sentidos (visão, olfato, paladar, audição e o tato), não sendo todos necessários para a recolha de informação. Ao longo dos anos, fruto das mudanças tecnológicas, industriais, económicas, culturais e sociais tem-se observado alterações, afetando os elementos visuais atuais (imagens, formas), podendo estes serem vistos como objetos²⁷ da presente modernidade líquida²⁸ como carácter precisamente líquido e contemporâneo.

As imagens e o seu contexto visual podem-se associar a esta ideia de modernidade líquida e contemporaneidade, na qual são vistos como objetos suscetíveis às mudanças manuais e tecnológicas de cada um. A presente sociedade apresenta nas múltiplas áreas da arte até à economia uma dinâmica constante na época atual em que vivemos. Esta dinâmica associada à imagem faz com que seja essencial compreender a fisionomia associada à forma da imagem, visto que as leis de Gestalt e a sua teoria são uma mais valia para a compreensão e interpretação destes elementos visuais.

João gomes, destaca um “sistema de leitura visual da forma do objeto” baseado na perceção da escola de Gestalt abordando as leis, os princípios, os conceitos e as técnicas visuais, afirmando que as leis de Gestalt consistem num conjunto de princípios que explicam a forma como a mente humana agrupa os objetos pequenos em formatos e tamanhos maiores. (Gomes, 2008)

As leis de Gestalt estabelecem, de facto uma forte ligação com a psicologia, visto que as mesmas têm com intuito compreender os estímulos visuais por nos criados e projetados. A palavra Gestalt é de origem alemã tendo como significado a si associado o padrão, figura, forma ou uma estrutura que por alguma associação visual é unificada. Estas associações realizadas pelo ser humano foram precisamente, a base pela qual é criado o Gestalt. Foi um movimento que tinha como intuito perceber como é que a mente humana captura os elementos visuais em formas inteiras em vez de identificar os mesmos em elementos individuais. É uma teoria que se encontra confinada ao princípio de que a mente humana agrupa as formas unitárias numa composição visual capturada

²⁷ Destaca-se o objeto, neste cenário como uma “(...) manifestação visual da forma passível de ser lida e interpretada.” (Gomes, 2008 p. 11)

²⁸ Modernidade líquida é um termo utilizado pelo autor Zygmunt Bauman, onde o mesmo afirma que dada a fluidez e volatilidade do mundo contemporâneo pode-se analisar a presente época como algo em constante movimento e dinâmica. (Bauman, 2001)

à primeira numa associação de um todo. As diferentes componentes visuais passam a fazer parte do mesmo grupo.

A teoria de Gestalt tem por base, as leis de organização relacionada com a percepção, elegendo três conceitos básicos: o campo, a estrutura e a forma. Destes conceitos, a forma detém um papel extremamente importante na vertente psicológica, dado que defende que "(...) as formas são a base condutora da nossa percepção." (Rocha, Nogueira 1995 p.47)

Existe de facto uma relação clara entre os três conceitos chaves da teoria de Gestalt e a percepção do ser humano, aliás o sistema nervoso central consiste num dinamismo autorregulador que à procura da sua própria estabilidade organiza as formas de um modo coerente e unificado. (Gomes, 2008)

Após uma leitura a vários textos e informação relacionada com as leis de Gestalt considera-se que as mesmas podem ser divididas indo ao encontro de um raciocínio que parte do geral para o particular, ou seja, a visão global e mais ampla relaciona-se com a estrutura, o fundo e o plano organizacional da imagem ou conjunto de imagens e, por outro lado, destaca-se um conjunto mais específico de leis de Gestalt, considerando estas a vertente mais pura e realista como se pode observar no seguinte esquema (figura 10).

A visão mais global relacionada com a estrutura, o fundo e a organização das componentes visuais e das imagens permite analisar o modo como as imagens se encontram expostas e dispostas na área. A estrutura e o modo como esta se encontra definida pode conduzir a um conjunto de diferenças, na qual a ligação entre um conjunto de segmentos conduz à construção de formas distintas, e conseqüentemente a estruturas diferentes. (Rocha, Nogueira 1995)

As imagens e o modo como se contrapõem ao fundo permite desenvolver e estabelecer uma relação entre a forma (imagens, elementos visuais) com o próprio fundo. A ligação entre estes dois aspetos permite que a imagem seja analisada e interpretada com maior ou menor legibilidade, tendo assim o fundo um papel de extrema importância. O modo com a organização dos elementos é feito, bem como, a sua escala, influencia notável na composição visual.

O seguinte esquema resume o conjunto de leis de Gestalt, fazendo uma pequena abordagem a cada uma singularmente.



Gráfico 5.: As leis de Gestalt

1. Unidade, leis da unificação e da segregação

1.a) Unidade

O termo de unidade pode ser identificado como um elemento de carácter único, que se encerra em si próprio ou é visto como parte de um todo. Consiste em se separar, identificar ou se destacar de outros elementos quando envolvido numa composição. (Gomes, 2008)

1.b) Unificação

“A unificação da forma consiste na igualdade ou semelhança dos estímulos produzidos pelo campo visual. A unificação se verifica quando os princípios de harmonia e equilíbrio visual, e sobretudo, a coerência do estilo formal das partes ou do todo estão presentes num objeto ou numa composição.” (Gomes, 2008 p.26)

Na unificação pode-se observar 2 princípios básicos, o da proximidade e da semelhança resultantes ambos da lei da unificação e do que ela transmite visualmente.

1.c) Segregação

A segregação por outro lado consiste na capacidade de separar, identificar, evidenciar, notar ou destacar unidades numa composição. (Gomes, 2008)

2. Fechamento

Consiste na sensação de fechamento visual da forma por ação da continuidade, na qual a estrutura através do agrupamento constitua uma figura fechada ou completa. (Gomes, 2008)

Os objetos agrupados são vistos como inteiros, na qual a mente humana ignora as informações contraditórias e com as informações disponíveis preenche lacunas existam e que a nossa humana se sinta familiarizada.

3. Continuidade

A continuidade consiste numa continuação da impressão visual de formas ou imagens que pode resultar do modo coerente sem quebras ou interrupções de como estas imagens se encontram organizadas. (Gomes, 2008)

Pode-se analisar a continuidade como a tendência de elementos acompanharem uns aos outros, de maneira a que seja criada uma direção estabelecida por meio de pontos, linhas, planos, volumes, cores, texturas, degrados, entre outros. (Gomes, 2008)

4. Proximidade

A proximidade consiste em elementos óticos que se encontram próximos uns dos outros, apresentando assim a ilusão de que se encontram juntos, formando assim a ideia de constituírem um todo ou, por sua vez, unidades dentro de um todo. (Gomes, 2008)

5. Semelhança

A semelhança pode constituir uma igualdade de forma e de cor, despertando para a tendência de construir unidades e agrupar partes semelhantes, aliás a semelhança e a proximidade são dois fatores que promovem a formação de unidades e a unificação do todo. (Gomes, 2008)

6. Área

Espaço referente à ocupação das unidades como todos ou elementos individuais, sendo visto que o menor objeto é entendido como a figura e a maior, por vezes como a base.

7. Simetria

Consiste na correspondência exata do tamanho, forma e exposição dos elementos.

8. Simplicidade

Pode-se observar a simplicidade de uma imagem quando estão representadas formas mais orgânicas e de simples leitura.

9. Pregnância da forma

A pregnância da forma é a lei básica da percepção visual de Gestalt. (Gomes, 2008)

Uma alta pregnância se baseia no máximo de equilíbrio, clareza e unificação visual, aliás a pregnância da forma consiste em formas que “(...) pela sua regularidade, simetria ou simplicidade, são facilmente detetáveis num conjunto de elementos.”

(Rocha, Nogueira, 1995 p. 59)

Sendo estes fatores que calculam a pregnância de uma forma ou imagem, assim quanto maior será a sua organização, compreensão e rapidez de leitura maior será a pregnância da forma.

De um modo geral, as leis de Gestalt baseiam-se nestes nove tópicos, sendo estas leis fundamentais para a análise do carácter e compreensão visual das imagens.

4. Parte IV – Os cartazes Modernistas das Festas da Agonia décadas de 30,40 e 50 do século XX: análise ao objeto do estudo.

Como já referido anteriormente, o cartaz da Romaria de Nossa Sra. D' Agonia é visto como um símbolo e um elemento constituinte do património visual vianense. Tendo em conta os seus elementos visuais e o processo sógnico é efetuado uma análise à tipografia e às imagens, de modo a conservar todo um património histórico e visual.

Esta análise surge da necessidade de compreensão do significado de cada elemento visual do cartaz que resulta da interpretação de símbolos, da sabedoria, de lendas, de tradições, da cultura popular e do senso comum do povo da cidade de Viana do Castelo.

4.1 Introdução aos suportes gráficos

O objeto de estudo recaiu nos cartazes da Romaria de Nossa Sra. da Agonia visto que os mesmos podem ser classificados como artefactos da cultura material, sendo um bem que se destaca pela curiosidade e o interesse dos variadíssimos públicos, colecionadores e estudiosos das múltiplas artes. (Barbosa, 2011)

Este cartaz se destaca por ser um suporte físico que preserva toda uma linguagem visual composta por símbolos, ícones e signos de uma cultura, povo e época importante para as artes gráficas a nível português, visto que os anos 30, 40 e 50 do século XX foram décadas chaves para o destaque do modernismo em cenário português.

O conteúdo e a exposição de imagens e símbolos presentes nos cartazes compõem parte da história das artes gráficas e do design a nível português, sendo que estes elementos visuais contribuem pelo menos para um enquadramento histórico, cultural e social das décadas de 30, 40 e 50 do século XX.

Em termos históricos é um suporte que conta já com 103 anos de existência, visto o primeiro cartaz da Romaria de Nossa Sra. d' Agonia foi elaborado em 1912 por "(...) um artista vianense da geração modernista (...)." ²⁹ (Abreu, 2006 p.140)

O cartaz desta Romaria faz efetivamente parte do património visual vianense, sendo já um elemento que caracteriza esta festa popular e conseqüentemente, o povo minhoto e a região do Alto-Minho. (Sameiro, Barreto 2015)

Dado a imponente deste percebe-se que este é um elemento de extrema importância para a Romaria onde é realizado a cada ano um exemplar, contudo existem anos em que a existência do cartaz é desconhecida, como se pode observar na seguinte tabela (tabela 2).

²⁹ Em termos de identidade desconhece-se o nome deste artista sabendo somente que o mesmo era de origem vianense e com uma ideologia baseada no modernismo.

Os cartazes Modernistas das Festas da Agonia décadas de 30,40 e 50 do século XX

Tabela 2: Levantamento dos cartazes existentes na base de dados da Viana Festas.

Ano / década	00	01	02	03	04	05	06	07	08	09
1900										
1910			1912 Sim Local: Viana Festas		1914 Sim Local: Viana Festas					
1920										
1930				1933 Sim Local: Viana Festas	1934 Sim Local: Viana Festas		1936 Sim Local: Viana Festas		1938 Sim Local: Viana Festas	
1940	1940 Sim Local: Viana Festas			1943 Sim Local: Arquivo/ Internet					1948 Sim Local: Viana Festas	1949 Sim Local: Arquivo/ Internet
1950	1950 Sim Local: Viana Festas			1953 Sim Local: Viana Festas		1955 Sim Local: Viana Festas	1956 Sim Local: Viana Festas	1957 Sim Local: Viana Festas	1958 Sim Local: Viana Festas	1959 Sim Local: Viana Festas
1960	1960 Sim Local: Viana Festas	1961 Sim Local: Viana Festas	1962 Sim Local: Viana Festas	1963 Sim Local: Viana Festas	1964 Sim Local: Viana Festas	1965 Sim Local: Viana Festas	1966 Sim Local: Viana Festas	1967 Sim Local: Viana Festas	1968 Sim Local: Viana Festas	1969 Sim Local: Viana Festas
1970	1970 Sim Local: Viana Festas	1971 Sim Local: Viana Festas	1972 Sim Local: Viana Festas	1973 Sim Local: Viana Festas		1975 Sim Local: Viana Festas	1976 Sim Local: Viana Festas	1977 Sim Local: Viana Festas	1978 Sim Local: Viana Festas	1979 Sim Local: Viana Festas
1980	1980 Sim Local: Viana Festas	1981 Sim Local: Viana Festas	1982 Sim Local: Viana Festas	1983 Sim Local: Viana Festas	1984 Sim Local: Viana Festas	1985 Sim Local: Viana Festas	1986 Sim Local: Viana Festas	1987 Sim Local: Viana Festas	1988 Sim Local: Viana Festas	1989 Sim Local: Viana Festas
1990	1990 Sim Local: Viana Festas	1991 Sim Local: Viana Festas	1992 Sim Local: Viana Festas	1993 Sim Local: Viana Festas	1994 Sim Local: Viana Festas	1995 Sim Local: Viana Festas	1996 Sim Local: Viana Festas	1997 Sim Local: Viana Festas	1998 Sim Local: Viana Festas	1999 Sim Local: Viana Festas
2000	2000 Sim Local: Viana Festas	2001 Sim Local: Viana Festas	2002 Sim Local: Viana Festas	2003 Sim Local: Viana Festas	2004 Sim Local: Viana Festas	2005 Sim Local: Viana Festas	2006 Sim Local: Viana Festas	2007 Sim Local: Viana Festas	2008 Sim Local: Viana Festas	2009 Sim Local: Viana Festas
2010			2012 Sim Local: Viana Festas	2013 Sim Local: Viana Festas	2014 Sim Local: Viana Festas		2016 Sim Local: Viana Festas			

Na tabela 2 observa-se a recolha do conjunto de cartazes presentes na base de dados digital da Viana Festas e alguns exemplos que se encontram online. Dado o grande número existente de cartazes, foram analisados em especial os anos 30, 40 e 50 do século XX, como se realça na cor laranja.

A escolha destas décadas relaciona-se com o desenvolvimento que as artes gráficas presenciaram em Portugal derivado da posição e ideologia construída e aplicada por António Ferro e de uma nova linguagem visual adotada pelos artistas modernistas. Baseando-se esta numa exposição de elementos de índole tradicionalista, de cultura popular, preservando assim toda uma identidade em termos de cultura regional do Alto-Minho e local para a cidade de Viana do Castelo.

A representação transdisciplinar ao longo de elementos visuais como a mordoma, a lavradeira, o património arquitetónico, a música, entre outros constroem de facto, a identidade do povo vianense consolidando o seu património histórico, social e cultural.³⁰

A manifestação destes elementos conecta os cartazes a uma forte vertente etnográfica devido aos múltiplos elementos de índole tradicional e de cultura popular, associando estes suportes ao conceito de património visual³¹, sendo precisamente este conjunto de elementos que salvaguardam a história passada e o processo sógnico, visto que cada elemento visual do cartaz se encontra associado a um significado e conseqüentemente, uma interpretação. (Eco, 1978)

Como autores responsáveis pelo desenvolvimento dos cartazes pode-se destacar nomes como Carolino Ramos, Luís Filipe, Carlos Carneiro, Jaime Isidoro, Joaquim Lopes, entre outros, sendo estes artistas e pintores alguns de origem vianense e outros artistas do restante território português. O que se observa é que não era somente artistas com veia artística vianense que retratavam e elaboravam os cartazes, também se denota artistas de outros locais, nomeadamente do Porto que ilustravam e criavam cartazes para esta Romaria.

Numa vertente ligada ao design são obras que se integram no mundo artístico e nas artes gráficas devido à figura e gestão de António Ferro dos órgãos do SPN (Secretariado de Propaganda Nacional) e SNI (Secretariado Nacional de Informação). A sua ligação e abertura para a corrente modernista possibilitou o desenvolvimento das artes gráficas e decorativas em Portugal nos anos 30, 40 e 50 do século XX.

³⁰ O património pode ser visto como um elemento de extrema importância para a construção da identidade a nível social e cultural de um determinado povo. (Rodrigues, s.d)

³¹ O conceito de património visual surge da junção do conceito de património histórico e cultural, sendo estas duas áreas e conceitos fundamentais para consolidar e formar o conceito de património visual.

Derivado da corrente modernista surgem inúmeros trabalhos inspirados na vertente tradicionalista, cultural e conectada ao mundo do folclore e do meio rural, presentes na época modernista em Portugal, demonstrando que os cartazes são excelentes exemplos, pois representam uma narrativa visual composta por imagens e elementos tipográficos como se observa de seguida, pela análise de cada cartaz.

A seguinte análise aos cartazes pretende descodificar os elementos visuais presentes nos cartazes, interpretando a tipografia e as narrativas visuais presentes. Em primeiro destaca-se a tipografia, como um elemento constituinte da linguagem visual³², bem como, um símbolo representativo de património e da história local.

A desconstrução dos elementos tipográficos tem como máxima, uma valorização à tipografia enquanto elemento isolado e transmissor de mensagens e emoções, sendo estudado o tipo de letra, o desenho e a forma do carácter tipográfico. Em seguida é realizada uma interpretação à simbologia e às características visuais das imagens representadas.

³² O termo de linguagem visual surge a partir da máxima descrita por Robert Bringhurst e traduzido do inglês pelo autor: “ Typograhly at it’s best is a visual form of language (...)” (Bringhurst, 1946)

4.2 Cartaz de 1933



Figura 1: Cartaz de 1933 de autoria desconhecida³³

³³ Apesar de uma pesquisa realizada, não foram apontados dados que revelem a identidade do seu autor. Para além disso, o cartaz não apresenta assinatura nem identificação do responsável pela sua criação.

4.2.1 Descrição

Na fig.1 (cartaz de 1933) observa-se um cartaz a cores que recorre ao uso da tipografia e à imagem, podendo ser dividido em três planos: a imagem das lavradeiras em 1º plano, devido ao seu tamanho e posicionamento centrado, em 2º plano a tipografia e por último, em 3º plano a imagem do emblema da cidade de Viana do Castelo da respetiva década. Não se observa a presença de assinatura do seu artista.



Figura 2: Elemento tipográfico do cartaz de 1933



Figura 3: Elemento tipográfico do cartaz de 1933



Figura 4: Elemento tipográfico do cartaz de 1933

4.2.2 Elementos tipográficos

A fig.1 (cartaz de 1933) é um exemplo que recorre ao uso da tipografia e à imagem, podendo ser dividido em três planos: a imagem das lavradeiras em 1º plano, devido ao seu tamanho e posicionamento centrado, em 2º plano a tipografia e por último, em 3º plano, a imagem do emblema da cidade de Viana do Castelo da respetiva década. Em termos do posicionamento da tipografia destaca-se que a mesma se encontra agrupada no canto superior esquerdo.

A letra utilizada neste cartaz pode ser classificada como do tipo decorativo visto que a mesma resulta da criatividade do artista ou desenhador litógrafo da época, observando-se características como as formas primárias (círculo e o triângulo) nas letras “A” e “O”. A letra “A” possui um cross-bar com espessura menor, apesar desta diferença, destaca-se que cada elemento tipográfico do cartaz (título e subtítulo) mantém uma espessura constante no desenho dos corpos de letra (body typeface), com exceção da letra “A”. As figs. 2, 3 apresentam uma letra similar distinguindo-se estes em títulos e subtítulos através da análise do tamanho da fonte.

A fig. 2 dado o tamanho do corpo de letra, é interpretada como título principal do cartaz, enquanto as fig. 3 e 4 com diferenças de fisionomia tipográfica são analisados como subtítulos, visto que apresentam um tamanho de fonte inferior.

Em termos de cor, é somente utilizada a cor preta sem a presença de outline.

A fig. 2 e 4 apresentam um tipo de letra sem presença de serifa, contudo e apesar das semelhanças no desenho e forma dos caracteres, a fig. 3, apresenta um trabalhado nos steams das letras, sendo assim um tipo de letra com serifa.

No cartaz de 1933 pode-se observar a utilização de um tipo de letra decorativo, na qual analisando o título e subtítulos pode-se observar que o tipo de letra na fig. 2 e 3 é similar, sendo o tamanho da fonte, espessura do corpo da letra, e a presença de serifa na fig. 3, fatores de diferenciação. Por outro lado, a tipografia da fig. 4 possui uma espessura do body da letra menor. Resumindo em termos de diversidade tipográfica este cartaz apresenta somente um estilo de letra, sendo o desenho e a forma dos caracteres similares.

4.2.3 Características Visuais das imagens



Figura 5: Elemento visual do cartaz de 1933.



Figura 6: Elemento visual do cartaz de 1934.

O cartaz de 1933 apresenta duas figuras/elementos visuais (fig.5 e 6). A fig. 5 retrata uma imagem das lavradeiras ocupando esta imagem, símbolo da região do Alto-Minho e cidade de Viana do Castelo, o 1º plano na área do cartaz e um posicionamento centrado face a visão global do cartaz, apresenta a lei da continuidade, dando a ilusão de que a imagem constrói uma roda.

A fig. 6, representa o brasão utilizado na cidade de Viana do Castelo, pelo menos na década de 30 do século XX. Em termos de estrutura, esta figura poderia estar ligeiramente mais pequena face às lavradeiras visto que a margem entre estas é pequena. As figuras visuais deste cartaz encontram-se a cores, tendo como cor de fundo, o amarelo. A cor adotada é uma cor que não prejudica a gramática visual permitindo que qualquer pessoa que a análise detete facilmente os seus elementos visuais. O fundo e a sua tonalidade em conjugação com as imagens pode ser visto como homogéneo, visto que as mesmas complementa-se e unem-se em termos visuais, determinando um panorama associado ao tradicionalismo e à cultura popular.

4.3 Cartaz de 1934



Figura 7: Cartaz de 1934 da autoria de Luís Filipe.

4.3.1 Descrição

A Fig. 7 (cartaz de 1934) é outro exemplo de um cartaz a cores que recorre à utilização da tipografia e da imagem. É um cartaz com uma multiplicidade de cores, fruto da criatividade de Luís Filipe, artista modernista da época. Destaca-se em 1º plano, as duas lavradeiras em posse de dança, e em segundo plano, nomeia-se a tipografia. É um cartaz que se encontra devidamente assinado.

4.3.2 Elementos tipográficos



Figura 8: Elemento tipográfico do cartaz de 1934

O cartaz de 1934 recorre a um elemento tipográfico do cartaz, encontrando-se a tipografia posicionado e agrupada na parte superior do suporte gráfico. A letra utilizada pode ser classificada como do tipo decorativo, observando-se as linhas que separam as letras como exemplo do carácter “R”, “D”, “S”, como aspetos de criatividade do desenhador-litógrafo ou artista da época. É um tipo de letra trabalhado e adaptado. Um aspeto interessante que se observa é que as letras se encontram todas em maiúsculas, podendo este factor estar relacionado com a facilidade do desenho da letra no acto da criação, bem como, no modo de impressão através da litografia e sua gravação na pedra litográfica.

Observa-se de facto uma variação de tamanhos nos títulos; “ROMARIA DA AGONIA”, “VIANA DO CASTELO” e “FESTAS DA CIDADE”., na qual estes títulos apresentam tamanhos similares de fonte, enquanto o subtítulo “18-19-20 DE AGOSTO DE 1934”, apesar de parecerças na fisionomia da fonte decorativa, apresenta um tamanho de corpo de letra ligeiramente inferior. Esta diferença nos títulos pode estar relacionada com uma conjugação de espaço ou na forma da transmissão da mensagem, concluindo que títulos com maior tamanho de fonte, destacam-se, enquanto títulos com menor tamanho de fonte têm tendência a não serem tão valorizados visualmente.

Existe uma utilização de duas cores, o azul e o branco, de modo a facilitar a leitura da mesma e a conjugar com as restantes cores apresentadas.

Este cartaz apresenta somente um tipo de letra integrado na fonte decorativa com a presença de serifa e sem outline nos caracteres, estando a diferença relacionada com

dois aspetos; a cor dos caracteres, sendo alguns azuis e outros brancos, e o tamanho entre os elementos tipográficos.

4.3.3 Características Visuais das imagens



Figura 9: Elemento visual do cartaz de 1934.



Figura 10: Elemento visual do cartaz de 1934.

O cartaz de 1934 apresenta duas figuras/elementos visuais (fig.9 e 10). A fig.9 representa um conjunto de 2 lavradeiras a dançarem, sendo esta figura a principal devido ao seu posicionamento e tamanho centrado na área do cartaz. É um elemento visual que se destaca pela cor, bem como, recorre à simetria, dado a igualdade e a cópia de ambas as imagens.

A fig.10 encontra-se na parte superior do cartaz e está centrada ao nível da imagem principal. Em termos de tamanho é relativamente pequena, e a sua cor branca não atribui grande ênfase ao seu teor visual. A imagem pode ser interpretada como um símbolo da cidade de Viana do Castelo e a relação que a mesma tem com os barcos e com a pesca, sendo que a Romaria da Sra. d' Agonia se liga diretamente com o mar e com os barcos.

O cartaz de 1934 de Luís filipe é um excelente exemplo que recorre a uma enorme diversidade de cores, entre estas o vermelho, o verde, o amarelo, o cinza e o azul escuro. Os próprios elementos visuais também se primam por uma notória utilização de cores. O traje colorido das lavradeiras, característica natural destes fatos, apresenta uma ligação direta com o background, tornando este cartaz um suporte com uma enorme miscelânea de cores.

É um cartaz ao espírito do Alto-Minho visto que o povo minhoto, se prima por uma variedade de utilização de cores, bem como, detém uma relação direta à lavradeira, à cultura popular, e ao folclore, uma vez que as figuras se encontram em posição de dança.

4.4 Cartaz de 1938



Figura 11: Cartaz de 1938 de autoria desconhecida³⁴

³⁴ Apesar de uma pesquisa realizada, não foram apontados dados que revelem a identidade do seu autor. Para além disso, o cartaz não apresenta assinatura nem identificação do responsável pela sua criação.

4.4.1 Descrição

Na fig. 11 (cartaz de 1938) observa-se um cartaz a cores com uma forte vertente informativa, sendo a tipografia, o elemento visual do cartaz predominante associado este a uma escolha diversificada de cores. Observa-se na parte inferior que o cartaz foi impresso na Lito Invicta Porto. É um cartaz que não apresenta identificação do seu artista.

4.4.2 Elementos tipográficos

Figura 12: Elemento tipográfico do cartaz de 1938

Figura 13: Elemento tipográfico do cartaz de 1938

Figura 14: Elemento tipográfico do cartaz de 1938

Figura 15: Elemento tipográfico do cartaz de 1938

Figura 16: Elemento tipográfico do cartaz de 1938

O cartaz do ano de 1938 é um dos exemplos onde se observa uma maior variedade em tipos de desenho, formas de letras e cores. Encontram-se expostos 5 tipos de letra diferentes, destacando-se entre estes títulos principais e subtítulos, através da análise do seu conteúdo, posicionamento, cor e forma do body do carácter.

Como podemos observar na fig. 11, o tipo de letra decorativo é predominante ao longo das 5 figuras tipográficas, concluindo que o mesmo é um excelente exemplo de uma enorme diversidade tipográfica. São de facto fontes de uma forte criatividade como podemos observar nas figs. 12, 13, 14, 15 e 16.

Em termos do posicionamento da tipografia, este encontra-se distribuída pela área do cartaz, situando-se na parte superior, inferior e central.

A fig. 12 apresenta uma letra decorativa, dado o desenho e a forma da letra estas tiveram provavelmente como inspiração, as formas primárias. O carácter “A”, é um excelente exemplo, pois a sua fisionomia tipográfica se aproxima ao triângulo. A sombra azul utilizada como background da tipografia desta figura, sustenta ainda mais o seu carácter visual.

A fig. 13 é uma letra de fonte decorativa com um corpo de letra de espessura grossa. É um tipo de letra trabalhado e adaptado, visto que o cross-bar na letra “A” foi substituído por um círculo.

A fig. 14 apresenta uma fonte mais simples, sem aplicação de grandes pormenores distinguindo-se pela utilização de diferentes espessuras no body do carácter. É um tipo de letra decorativo de engenho manual.

A fig. 15 detém uma tipografia simples, contudo apresenta traços de letra decorativa, uma vez que o cross-bar da letra “A” é substituído por um ponto. Para além deste pormenor, pode ser classificado como uma fonte normal de texto.

A fig. 16 é um tipo de letra simples, os seus caracteres são de rápida e simples leitura, sendo ilustrados manualmente, visto que os mesmos não se encontram com um espaçamento regular.

Entre estas 5 figuras pode-se destacar um título principal e subtítulos, classificando a diferença entre estes através do conteúdo presente.

A fig. 12 dado a cor e o tamanho do desenho da letra do título: “ROMARIA DA AGONIA” é considerado o título principal e de maior impacto visual., enquanto figs. 13, 14, 15 e 16, dado o seu tamanho e posicionamento são analisados como subtítulos.

Nenhuma das figuras tipográficas apresenta outline ou serifa nos caracteres.

O presente cartaz aborda, de facto uma diversidade de cores, tendo como exemplo a fig. 12 que apresenta uma sombra de cor azul e branca. Os restantes subtítulos com tipografias distintas apresentam também cores distintas, as figs. 13 e 16 recorrem ao vermelha como meio de destaque ou como factor estético; a fig. 14, é um subtítulo à cor preta e, por fim, a fig. 15 utiliza o azul. Esta diversidade de cores pode estar relacionada com dois fatores, o primeiro relacionado com uma vertente estética, onde a diversidade das cores encontra-se representada de modo a combinar com as cores pertencentes à moldura, e o segundo factor pode estar integrado numa vertente mais informativa, onde cada título tem uma fonte e cor diferente, adaptada ao seu próprio conteúdo.

4.4.3 Características visuais das imagens



Figura 17: Elemento visual do cartaz de 1938



Figura 18: Elemento visual do cartaz de 1938

O cartaz de 1938 apresenta duas figuras/elementos visuais (fig.17 e 18).

Destaca-se que a fig. 17 encontra-se centrado e representa outro brasão utilizado pela cidade de Viana do Castelo na década de 30 do século XX, podendo ser interpretado como um símbolo da região. A fig. 18, pode ser vista como moldura para o cartaz de 1938, podendo ter como propósito tornar este cartaz num suporte mais colorido, daí o título e os subtítulos se encontrarem com várias cores.

Como fundo do cartaz de 1938, observa-se a cor branca, não criando nenhum impacto nem distorção visual.

A ligação entre as imagens e o fundo funcionam corretamente, dado que a utilização de cores vivas, teria tornado o cartaz confuso em termos visuais.

Em termos de organização das figuras, a fig. 17 encontra-se organizada e centrada no cartaz, na qual o seu tamanho e posicionamento permite-lhe algum destaque.

A fig. 18 sendo uma moldura, serve como meio de organização da informação, na qual as imagens e os respetivos elementos tipográficos encontram-se centrados dentro da mesma.

4.5 Cartaz de 1940

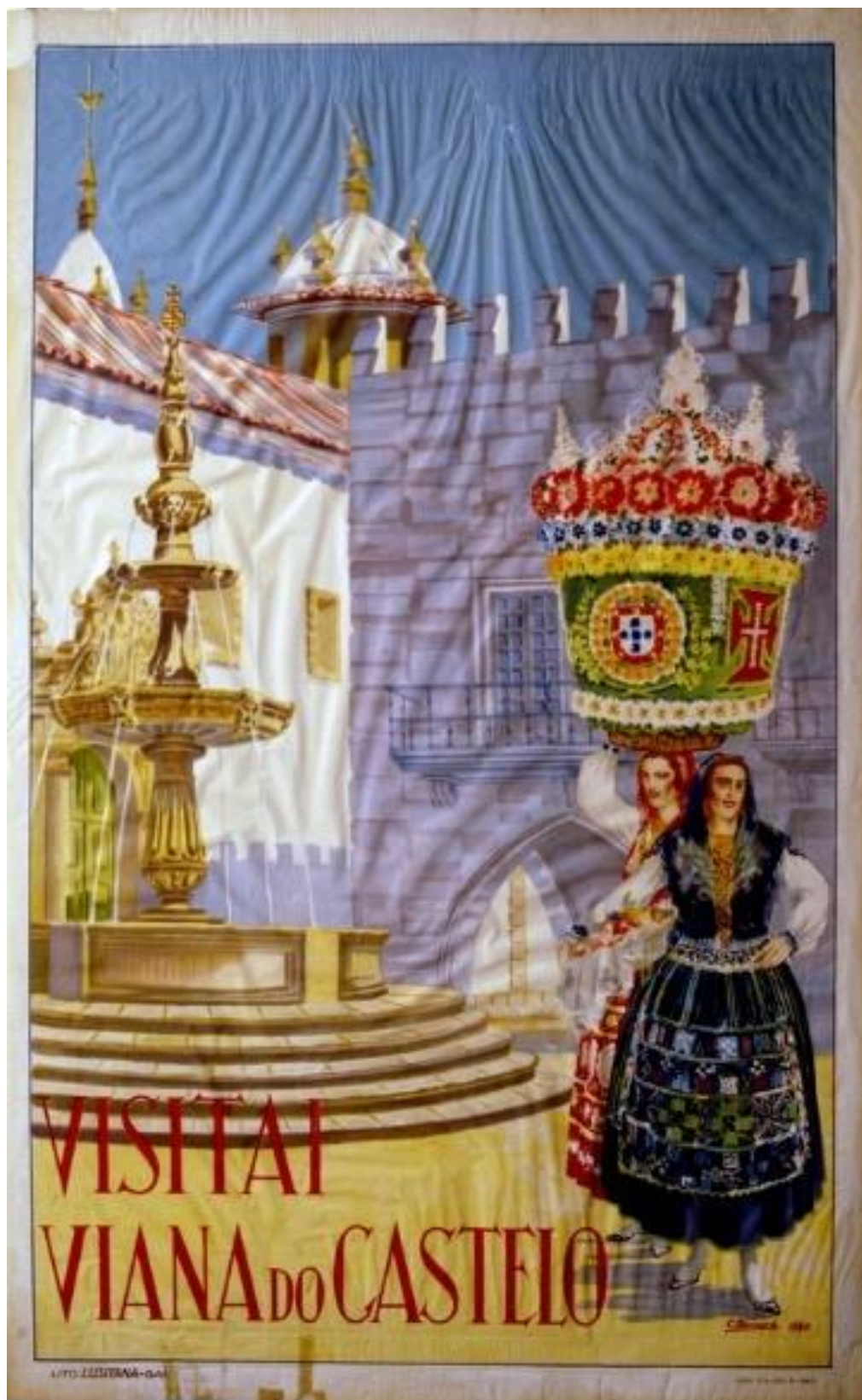


Figura 19: Cartaz de 1940 da autoria de Carolino Ramos.

4.5.1 Descrição

Na fig. 19 (cartaz do ano de 1940), observa-se um cartaz a cores que recorre à utilização de uma figura tipográfica e de um cenário composto maioritariamente por imagens. Em 1º plano nomeia-se a figura das lavradeiras, em 2º plano a tipografia e em 3º plano o background composto por elementos visuais de património arquitetónico. É um cartaz que se encontra devidamente assinado e com a marca de impressão do Lito Lusitana.

4.5.2 Elementos tipográficos



VISITAI
VIANA DO CASTELO

Figura 20: Elemento visual do cartaz de 1940

A fig. 20 é única ligada à tipografia, apresenta semelhanças com o tipo de letra bodoni. Em termos de conteúdo é o único texto presente, sendo classificada como título principal do cartaz.

A fig. 20 “VISITAI VIANA DO CASTELO”, encontra-se em maiúsculas, estando os seus caracteres num tamanho uniforme, com exceção do “DO”, que apresenta um tamanho ligeiramente inferior.

É um cartaz que coloca a tipografia em segundo plano, dado o tamanho do texto em si e do seu posicionamento na área do cartaz. Em termos do posicionamento da tipografia, esta encontra-se alinhado à esquerda no canto inferior.

É um título que recorre à utilização de cor, neste caso ao vermelho. É um estilo de letra com a presença de serifas e sem outline.

4.5.3 Características visuais das imagens



Figura 21: Elemento visual do cartaz de 1940.



Figura 22: Elemento visual do cartaz de 1940.



Figura 23: Elemento visual do cartaz de 1940.

O cartaz de 1940 apresenta três figuras/elementos visuais (fig. 21,22 e 23), dividido em três planos. O 1º plano pertence à imagem de fundo relacionado com o património arquitetónico da cidade de Viana do Castelo, tendo assim um papel de destaque, o 2º plano relaciona-se com as figuras das lavradeiras do lado direito, e em 3º plano observa-se a figura de tipografia, do lado esquerdo.

A fig.21 é composta por duas lavradeiras, encontrando-se posicionada do lado direito, em tamanho médio, não sendo analisada como imagem principal, dado o seu tamanho face às imagens restantes do cartaz.

A fig. 22 diz respeito ao cesto florido na cabeça da lavradeira com o traje vermelho, cor típica da cidade de Viana do Castelo, elemento este, festivo e típico da freguesia de Vila Franca do Lima da região do Alto-Minho.

A fig. 23 ocupa uma estrutura, em que é distinguida como plano de fundo e imagem principal. Destaca-se por ser um background ligado a património arquitetónico da cidade de Viana do Castelo, encontrando-se ilustrados edifícios importantes para a cidade e para a festas da Agonia, ocorrendo neste ponto da cidade, eventos relacionados com a Romaria.

Em termos da organização da forma a imagem das lavradeiras encontra-se precisamente do lado direito do cartaz, num tamanho médio. A escolha desta organização pode estar relacionada com a utilização de um fundo com elementos arquitetónicos, estando os edifícios organizados no lado esquerdo do cartaz.

4.6 Cartaz de 1943



Figura 24: Cartaz de 1943 da autoria de Luís Filipe.

4.6.1 Descrição

A fig. 24 (cartaz de 1943) é um cartaz a cores que recorre à utilização das imagens e a um Elemento tipográfico do cartaz de origem decorativa para a sua composição visual. Em 1º plano realça-se a presença da típica rapariga minhota trajada com o cesto à cabeça, em 2º plano a tipografia e por fim, em 3º plano, o background em tonalidades de verde. É um cartaz que se encontra devidamente assinado.

4.6.2 Elementos tipográficos



Figura 25: Elemento tipográfico do cartaz de 1943.



Figura 26: Elemento tipográfico do cartaz de 1943.



Figura 27: Elemento tipográfico do cartaz de 1943.

A tipografia do cartaz de 1943 encontra-se com o efeito de espelho, sendo rodadas as imagens com o intuito de facilitar a leitura das mesmas. Em 2º plano enumera-se a tipografia, dado o seu posicionamento e visto que a mesma se encontra dividida nos cantos superiores e inferiores.

O tipo de letra utilizado é classificado como do tipo decorativo, observando que alguns caracteres tipográficos possuem características singulares e provenientes do desenho manual como a letra “M”, “A” e o “N”, entre outras. Apesar da existência de mais de que uma figura tipográfica, destaca-se que os títulos e subtítulos possuem o mesmo desenho e forma de caracteres tipográficos.

As figs. 25, 26 e 27 apresentam uma letra similar distinguindo-se estes em títulos e subtítulos através da análise do seu tamanho.

A fig. 25 dado o tamanho do corpo de letra e do seu posicionamento na parte superior do cartaz, é visto como figura tipográfico de índole principal.

As figs. 26 e 27 que se encontram nos cantos inferiores são vistos como subtítulos, uma vez que apresentam um tamanho inferior.

Em termos de cor, é somente utilizada a cor branca sem a presença de outline. Alguns caracteres como o “E”, “S”, “C”, possuem uma terminação ligeiramente pontiaguda, por possuírem este trabalhado diferente e apurado, podem ser vistas como letras com serifa.

Os cartazes Modernistas das Festas da Agonia décadas de 30,40 e 50 do século XX

O cartaz de 1943 é claramente um exemplo que recorre à utilização de somente um tipo e estilo de letra decorativo como efeito de espelho e todas em formato de letra maiúscula.

4.6.3 Características visuais das imagens



Figura 28: Elemento visual do cartaz de 1943.



Figura 29: Elemento visual do cartaz de 1943.

O cartaz de 1943 apresenta duas figuras/elementos visuais (figs. 28 e 29), dividido estes cartazes em três planos. O 1º plano pertence à figura das três lavradeiras; o 2º plano relacionado com a tipografia situada no canto superior e inferior do cartaz, e em 3º plano, observa-se um background com várias tonalidades em verde.

A fig.28 composta por um conjunto de três lavradeiras apresenta semelhanças entre si, nomeadamente nas saias e nos seus padrões. Dado a ilustração destas figuras, estas criam a sensação de profundidade. O conjunto de três lavradeiras com cestos típicos da região à cabeça faz parte da tradição das festas de Vila Mou, uma freguesia pertencente ao concelho de Viana do Castelo.

O tamanho e o posicionamento da fig. 28 caracteriza a imagem, como o principal elemento visual do cartaz.

A fig. 29, apresenta características similares ao cartaz de 1934, expondo uma figura ao centro da tipografia em cor branco e com a ilustração de barcos, inserido no centro da tipografia, na parte superior do cartaz.

4.7 Cartaz de 1948



Figura 30: Cartaz de 1948 da autoria de Luís Filipe.

4.7.1 Descrição

Na fig.30 (cartaz de 1948) pode-se observar um cartaz que recorre à utilização de várias fontes tipográficas com cores distintas, bem como, da utilização de várias imagens e um fundo ilustrativo do meio rural em Portugal. Do lado esquerdo encontra-se o símbolo pertencente às edições SNI, órgão administrado por António Ferro, como já referido anteriormente.

4.7.2 Elementos tipográficos



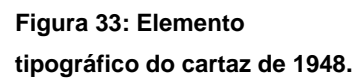
15 A 22 DE AGOSTO
ROMARIA D'AGONIA

Figura 31: Elemento tipográfico do cartaz de 1948.



FESTAS CENTENÁRIAS DE VIANA DO CASTELO

Figura 32: Elemento tipográfico do cartaz de 1948.



VIANA DO CASTELO

Figura 33: Elemento tipográfico do cartaz de 1948.

É um cartaz que apresenta 3 elementos tipográficos agrupados no canto inferior direito. As figs. 31 e 32 apresentam uma forma de letra simples, de fácil leitura sem presença de adornos, não sendo associada ao tipo de letra decorativo. Dado a ausência de trabalhado no corpo do caracter, esta pode ser vista como uma fonte de texto type. Por outro lado, a fig. 33 apresenta caracteres que podem ser associados ao tipo de letra bodoni, dado o desenho do corpo da letra e da presença de serifa na terminação dos seus caracteres.

O cartaz de 1948 apresenta 3 figuras tipográficas, contudo 4 tamanhos distintos devido ao tamanho da data presente na fig. 31 estar ligeiramente inferior. Apesar da diferenciação de tamanho dos elementos tipográficos não se destaca títulos e subtítulos.

Em termos de cor, as figs 31 e 33 encontram-se com a cor preta, sendo que a fig. 32, visto que faz alusão às festas centenárias, utiliza a cor vermelha, com o intuito de dar enfase ao seu conteúdo. Nenhum dos caracteres presentes nas figuras possui outline, contudo a fig. 33 aproxima-se de um estilo de letra bodoni, pois detém serifa no seu tipo e estilo de letra, ao contrário das figs. 31 e 33 que fazem parte de um estilo de texto com a ausência de serifas e adornos.

4.7.3 Características visuais das imagens



Figura 34: Elemento visual do cartaz de 1948

O cartaz de 1948 apresenta duas figuras/elementos visual (fig. 34) e o background do cartaz.

Em termos das figuras visuais a fig. 34 representa um casal trajado a dançar, fazendo alusão ao traje, à música, à concertina e às várias bandeiras de países fazendo referência aos portugueses que se encontravam em território estrangeiro. O tamanho da imagem e o seu posicionamento centrado, faz com que a imagem ocupe claramente o 1º plano.

A fig. 34 encontra-se representada por cima de um fundo que faz retrata às montanhas, apresentando várias tonalidades de verdes, e castanho, indo ao encontro de um meio rural. A utilização deste fundo permite que o cartaz apresente um panorama visual com maior interesse. É uma imagem que sobressai, estando esta em grande escala e centrada. A sua utilização atribui um carácter visual ao cartaz e totalmente inserido no quotidiano da época.

4.8 Cartaz de 1949



Figura 35: Cartaz de 1949 de autoria desconhecida.³⁵

³⁵ Apesar de uma pesquisa realizada, não foram apontados dados que revelem a identidade do seu autor. Para além disso, o cartaz não apresenta assinatura nem identificação do responsável pela sua criação.

4.8.1 Descrição

Na fig. 35. (cartaz de 1949) pode-se observar um cartaz que recorre à utilização de três fontes tipográficas distintas com a presença de cor, bem como da utilização de várias imagens, de modo a compor o panorama visual do cartaz. No canto inferior direito pode-se observar a presença do símbolo do SNI.

4.8.2 Elementos tipográficos

Figura 36: Elemento tipográfico do cartaz de 1949.

Figura 37: Elemento tipográfico do cartaz de 1949.

Figura 38: Elemento tipográfico do cartaz de 1949.

É um cartaz onde podem ser destacados 3 elementos tipográficos (fig. 36, 37 e 38) encontrando-se a tipografia em 2º plano. Em termos do posicionamento a mesma se encontra localizada na parte superior e no lado direito do cartaz.

A fig. 38 é um caso interessante de tipográfica visto que a sua forma cria uma continuidade visual, dando a ilusão de meio círculo,

Os três tipos de letra utilizados nestes cartazes podem ser classificados como do tipo decorativo.

A fig. 36 faz alusão a uma tipografia extremamente criativa com a presença de várias cores e um outline trabalhado. Cada corpo de carácter desta figura detém cor, serifa e outline, desenvolvendo assim toda uma anatomia tipográfica interessante e distinta. A fig. 37 apresenta um tipo de letra decorativa, distinguido no corpo de alguns caracteres espessuras de linhas distintas, como por exemplo, as linhas do carácter “U” e o “A”. Por fim, a fig. 38 detém caracteres com espessuras distintas ao longo do body, stem e cross-bar, dado a espessura e body este causa o efeito de letra a negrito.

Em termos de tamanhos de fontes de letra, as figs. 36 e 37 são maiores do que a fig. 38, contudo e dado o dinamismo visual da fig. 36, esta se destaca. A fig. 38 dado o seu posicionamento e rotação cria uma relação de impacto com o observador, sendo deste modo, difícil classificar títulos principais e subtítulos, neste cartaz baseado no tamanho e posicionamento da tipografia.

Este cartaz apresenta uma diversidade de cores, a fig. 36 conta com variedade de cores desde do azul, verde, vermelho e branco, enquanto as figs 37 e 38 possuem a mesma

tonalidade de verde. O outline encontra-se presente somente na tipografia da fig. 36, sendo esta de cor verde e azul. As três figuras tipográficas detêm serifas.

É de facto um cartaz com uma forte vertente tipográfica, observando-se três tipos de letra distintas, pertencentes a cada título.

4.8.3 Características visuais das imagens



Figura 39: Elemento visual do cartaz de 1949



Figura 40: Elemento visual do cartaz de 1949

O cartaz de 1949 em termos de gramática e narrativa visual apresenta duas figuras/elementos visuais (fig.39 e 40).

Em termos de figuras visuais destaca-se que a fig. 39, representa os zés-pereiras da cidade de Viana do Castelo, sendo os mesmos responsáveis pelos bombos, já uma tradição nesta cidade. É precisamente uma imagem que faz referência ao conceito de música regional e um símbolo sempre presente na Romaria de Nossa Sra. da Agonia. O posicionamento e o tamanho desta imagem, faz com que a mesma ocupe o 1º plano. A fig. 40 retrata de forma estilizada um conjunto de duas mordomas, encontrando-se em menor escala no canto superior esquerdo.

Numa relação com o fundo e as imagens é um cartaz que apresenta um fundo com várias tonalidades em azul, indo de encontro, às cores representadas na figura 39. Em redor da fig. 40, o fundo altera de cor, aplicando-se uma cor branca, com o intuito de realçar o conteúdo visual da imagem.

Em termos organizacionais, apresenta uma dinâmica visual interessante, dado a localização e o posicionamento das imagens em diferentes locais.

4.8 Cartaz de 1950



Figura 41: Cartaz de 1950 da autoria de Carolino Ramos.

4.8.4 Descrição

Na fig.41 (cartaz de 1950) pode-se observar um cartaz a cores que recorre à utilização de três fontes tipográficas distintas de cor branca com outline verde e à utilização de várias imagens. Em 1º plano observa-se o casal de noivos, a lavradeira e o tocador de concertina, em 2º plano, a tipografia agrupada no canto inferior do cartaz e em, 3º plano, o background com elementos de património arquitetónico. É um cartaz devidamente assinado.

4.8.5 Elementos tipográficos

A imagem mostra o texto 'ROMARIA D'AGONIA' em uma fonte serifada, branca com um contorno verde, em um estilo de letra simples e de fácil leitura.

Figura 42: Elemento tipográfico do cartaz de 1950.

A imagem mostra o texto '18, 19 E 20 DE AGOSTO DE 1950' em uma fonte serifada, branca com um contorno verde, em um estilo de letra simples e de fácil leitura.

Figura 43: Elemento tipográfico do cartaz de 1950.

A imagem mostra o texto 'VIANA DO CASTELO' em uma fonte serifada, branca com um contorno verde, em um estilo de letra simples e de fácil leitura.

Figura 44: Elemento tipográfico do cartaz de 1950.

É um cartaz que apresenta dois planos: o 1º plano relacionado com o conjunto de imagens representadas e em 2º plano, a tipografia.

Em termos do posicionamento da tipografia destaca-se que a mesma se encontra agrupada na parte inferior do cartaz.

Os caracteres das fig. 42 e 43 possuem formas similares, sendo um tipo de letra em que o corpo da letra apresenta uma espessura notável. É um tipo de letra simples e de fácil leitura. Por outro lado, a fig. 44 dado o seu desenho e forma, pode ser equiparado à letra do estilo bodoni. As figs. 42 e 43 apesar de possuírem tipos de letra similares é precisamente o tamanho da fonte que cria uma diferença de tamanho e impacto visual. Tendo em conta o tamanho da fig. 42 pode-se classificar como título principal do cartaz, encontrando-se por baixo, a fig. 43 como um tamanho inferior, sendo visto como subtítulo.

A fig. 44 pode igualmente ser analisado como título, uma vez que apresenta a fonte num tamanho idêntico que a fig. 42.

Em termos de cor, é utilizado a cor branca com a presença de outline verde ligeiramente mais escuro que a cor de background onde se encontra inserido a tipografia.

As figs. 42 e 43 não possuem serifa ao contrario da fig.44 que devido a sua aproximação ao tipo de letra bodoni, possui um trabalhado nas serifas dos caracteres.

4.8.6 Características visuais das imagens



Figura 45: Elemento visual do cartaz de 1950



Figura 46: Elemento visual do cartaz de 1950



Figura 47: Elemento visual do cartaz de 1950

O cartaz de 1950 apresenta três figuras/elementos visuais (fig. 45, 46 e 47), dividido em três planos. O 1º plano pertence às figuras das mordomas do lado esquerdo e direito, do respetivo tocador de concertina, noivo e lavradeira assumindo estas figuras lavradeiras, um papel de destaque; o 2º plano orientado para a tipografia situada na parte inferior e em 3º plano como background do cartaz, observa-se um fundo dedicado ao património arquitetónico da cidade de Viana do Castelo, como ocorre no cartaz de 1940, do mesmo autor.

Analisando as imagens e a estrutura observa-se que os cartazes de 1940 e 1950, são dois exemplos que apresentam características similares na ilustração do património arquitetónico no background.

Em termos de figuras visuais a fig. 45 e 46 são figuras típicas da região do Alto-Minho, ocupando a fig. 47 o panorama de background.

É um cartaz que representa na íntegra a cidade de Viana do Castelo e as festas da Romaria, desde das figuras até o património arquitetónico. A relação entre as formas e o fundo acontece de um modo natural, existindo uma homogeneidade de contexto visual entre estas. Pode-se de facto verificar uma organização visual e coexistência entre as figuras, o background e a colocação da tipografia.

4.9 Cartaz de 1953



Figura 48: Cartaz de 1953 da autoria de Alberto Sousa.

4.9.1 Descrição

Na fig. 48. (cartaz de 1953) pode-se observar um cartaz a cores que recorre à utilização de três fontes tipográficas distintas de cor preta e vermelha, sem a presença de outline. Em 1º plano observa-se a utilização de várias imagens, em 2º plano à tipografia e por fim, em 3º plano, o background com tons claros de azul e branco, de modo a compor o cenário visual. É um cartaz devidamente assinado.

4.9.2 Elementos tipográficos

VIANA DO CASTELO

Figura 49: Elemento tipográfico do cartaz de 1953

PORTUGAL

Figura 50: Elemento tipográfico do cartaz de 1953

FESTAS D'ÁGONIA 1953

Figura 51: Elemento tipográfico do cartaz de 1953

AGOSTO 20, 21, 22 E 23

Figura 52: Elemento tipográfico do cartaz de 1953

O cartaz de 1953 (fig.48) apresenta dois planos: o 1º relacionado com o conjunto de imagens das lavradeiras e do meio rural e em 2º plano, a tipografia.

Em termos do posicionamento da tipografia destaca-se que a mesma se encontra agrupada na parte inferior e superior do cartaz.

A letra utilizada nas figs. 49,50, 51 pode ser classificada como um tipo de letra com aproximações ao estilo de letra bodoni, dado a presença do desenho das serifas nos caracteres.

As figs 49, 50, apresentam espessuras distintas no corpo do caracter tipográfico de várias letras, notando-se deste modo uma miscelânea de vários estilos tipográficos.

A fig. 52 se distingue, tendo em conta uma espessura no corpo do caracter ligeiramente mais fina.

As figs. 49, 50 e 51 apresentam uma letra similar estando a diferença residente na espessura do corpo do caracter, ambos os títulos destacam a presença de serifa. Entre as figs 49,50, 51 e 52 distingue-se títulos e subtítulos através da análise do seu tamanho, as figs 49 e 51 dado o tamanho do corpo de letra comparado com os restantes títulos, é visto como títulos principais do cartaz, enquanto as figs 50 e 51 são analisados como títulos secundários visto que apresentam um tamanho de título inferior.

Em termos de cor, observa-se a utilização da cor preta e vermelha com o intuito de combinar com as cores presentes nas imagens do cartaz, reforça-se mais uma vez que o estilo de letra presente não recorre ao uso do outline, contudo a maior parte dos títulos do cartaz se gere pelo uso de serifa.

4.9.3 Características visuais das imagens



Figura 53: Elemento visual do cartaz de 1953

O cartaz de 1953 apresenta uma figura/elemento visual (fig. 53), dividido este em três planos. O 1º plano pertence ao conjunto de lavadeiras e a todo um cenário típico da região; o 2º plano orientado para a tipografia, observando o seu uso na parte superior e inferior do cartaz, e em 3º plano observa-se a utilização de um background, indo este ao encontro do dia quotidiano de uma lavadeira.

Em termos das figuras visuais destaca-se que a fig. 53 dado o seu posicionamento e tamanho de imagem, é a figura de maior impacto. Retrata uma imagem com as lavadeiras e cestos à cabeça, sendo esta uma imagem típica pelo menos dos anos 30, 40 e 50 do século XX. É de facto um retrato da vida das lavadeiras nesta época, podendo ser visto como um retrato da vida quotidiana da mulher no seio do Alto-Minho. Apresenta como fundo tonalidades de azul e branco, aproximando-se com o céu. É de facto, um background natural e totalmente integrado na realidade. A organização destas formas coloca a fig. 51 naturalmente em 1º plano. É um cartaz em termos visuais, agradável, límpido, e de fácil leitura visual.

4.10 Cartaz de 1955



Figura 54: Cartaz de 1955 da autoria de Carlos Carneiro.

4.10.1 Descrição

Na fig.54 (cartaz de 1955) pode-se observar um cartaz a cores que recorre à utilização de três fontes tipográficas distintas de cor preta e vermelha, sem a presença de outline. Recorre ao uso de imagens, de modo a preencher o 1º plano dos cartazes, situando-se a tipografia na parte inferior do cartaz. Encontra-se presente o símbolo do SNI Edições e do Lito Invicta Porto. É um cartaz devidamente identificado com a assinatura do seu artista.

4.10.2 Elementos tipográficos

VIANA DO CASTELO

Figura 55: Elemento tipográfico do cartaz de 1955

19-20-21-AGOSTO-1955

Figura 57: Elemento tipográfico do cartaz de 1955

ROMARIA DA AGONIA

Figura 56: Elemento tipográfico do cartaz de 1955

O cartaz de 1955 apresenta três elementos tipográficos (fig. 55, 56 e 57) distinguido dois estilos e tipos de letra distintos.

As figs. 55 e 57 apresentam o mesmo estilo de letra. É uma fonte simples, legível sem presença de diferentes espessuras ao longo dos vários caracteres. Dado a uniformidade da forma das letras e espaços, provavelmente este tipo de letra foi pré-fabricado através de tipos metálicos. Como fator de desigualdade entre estas duas figuras destaca-se a presença de bold na fig. 55.

A fig.56 apresenta um tipo de letra decorativo onde se observa a presença de terminações quadradas, bem como, os cross-bar de espessuras menores na letra "A". Através da presença destas conclui-se que existe uma miscelânea de estilos de letra derivados provavelmente de origem manual.

Não existe uma diferença no tamanho dos títulos, sendo a espessura, a presença de cor e o bold, fatores diferenciadores entre as figuras tipográficas.

Em termos de cor, observa-se a utilização da cor preta e vermelha com o objetivo de ir de encontro com as cores presentes no cartaz. Não se observa a utilização do outline

contudo a fig.56 é a única tipografia que apresenta caracteres com uma serifa retangular.

4.10.3 Características visuais das imagens



Figura 58: Elemento visual do cartaz de 1955

O cartaz de 1955 apresenta duas figuras/elementos visuais (fig.58) e o background em tonalidades azul situado no género de um campo, dividido em três planos. O 1º plano pertence à lavadeira, tendo claramente um papel de destaque, o 2º plano orientado para a tipografia situada na parte inferior, e em 3º plano observa-se como background, um cenário de campo/meio rural.

Em termos de figuras visuais destaca-se que a fig. 58 representa uma mulher lavadeira num campo, em posição de dança, é uma imagem que se encontra claramente em posição principal, dado o seu posicionamento centrado e o seu tamanho face à visão global do cartaz.

A fig. 58 apresenta características de continuidade, visto que a imagem se encontra cortada na parte da saia e dos braços da lavadeira e o seu interpretante cria o resto da imagem fruto da sua imaginação.

Como fundo observa-se o céu azul e o género de um campo, tal como exemplo do cartaz de 1953, o cartaz de 1955, consiste num retrato da imagem da mulher minhota. O cartaz encontra-se organizado, a imagem de fundo e o background estão em sintonia visual e com uma legibilidade e interpretação rápida e fácil.

4.11 Cartaz de 1956



Figura 59: Cartaz de 1953 da autoria de Joaquim Lopes.

4.11.1 Descrição

Na fig.59 (cartaz de 1956) pode-se observar um cartaz a cores que recorre à utilização de duas fontes tipográficas distintas de cor azul, vermelha e branca. preta e vermelha. Recorre ao uso de imagens, de modo a compor o panorama principal do cartaz. Apresenta, assim dois planos: o 1º relacionado com a imagem das lavradeiras e em 2º plano, a tipografia, localizando-se na parte inferior. Encontra-se presente o símbolo do SNI Edições e do Lito Invicta Porto. É um cartaz devidamente identificado com a assinatura do seu artista.

4.11.2 Elementos tipográficos

A tipografia 'ROMARIA DA AGONIA' utiliza uma fonte serifada decorativa. As letras 'R' e 'A' são grandes e cor-de-vermelho, enquanto as demais letras são menores e cor-de-azul.

Figura 60: Elemento tipográfico do cartaz de 1956.

A tipografia 'VIANA DO CASTELO 17 · 18 · 19 DE AGOSTO · 1956' utiliza uma fonte serifada simples e moderna. O texto é todo em cor-de-branco sobre um fundo azul escuro.

Figura 61: Elemento tipográfico do cartaz de 1956.

O cartaz de 1956 (fig 59) apresenta dois elementos tipográficos (fig. 60 e 61) distintos situando-se a tipografia em 2º plano.

Na fig. 60 observa-se a utilização de um tipo de letra trabalhado com a presença de serifa semelhante ao estilo de letra bodoni. Possui vários tipos de espessuras num carácter tipográfico, apontando como exemplo a letra “A”. As letras “R” e “A” têm um tamanho maior e são de cor vermelha, dando um aspeto distinto a este tipo e estilo de letra. Destaca-se como título principal, a fig.60 dado a fonte decorativa, bem como, a utilização de duas cores.

A fig. 61 é classificado como subtítulo, dado que é um estilo tipográfico mais simples, apesar da mesma deter uma espessura maior que a fig. 60.

A fig. 60 apresenta duas cores nos caracteres tipográficos, nas iniciais da palavra “ROMARIA” e “AGONIA”, o respetivo “R” e “A” são de cor vermelha, enquanto as restantes letras encontram-se em azul. A fig. 61 possui os caracteres em cor branca tendo um azul forte como cor de background, atribuindo-lhe um aspeto gráfico distinto.

4.11.3 Características visuais das imagens



Figura 62: Elemento visual do cartaz de 1956.



Figura 63: Elemento visual do cartaz de 1956.



Figura 64: Elemento visual do cartaz de 1956.

O cartaz de 1956 em termos de gramática e narrativa visual apresenta três figuras/elementos visuais (fig. 62, 63 e 64).

A fig.64 pode ser analisada como simétrica visto que a mesma detém uma correspondência exata das formas, invertendo neste caso, as cores de modo, a enfatizar as figs. 62 e 63.

Em termos visuais destaca-se que as figs. 62 e 63 representam duas mulheres lavadeiras estando a do lado esquerdo, com traje preto e a do lado direito, com o traje vermelho. Estas duas figuras são tipicamente minhotas. A fig. 64 é uma imagem ilustrativa de um vaso com um conjunto de flores servindo como meio divisório entre as duas lavadeiras, bem como, um elemento visual do cartaz de que compõe todo o cenário visual deste cartaz.

Distingue-se no background duas cores (azul e amarelo claro), cada uma por detrás da figura das lavadeiras, criando uma divisão entre estas duas imagens, tendo a fig. 64, precisamente este objetivo, criando assim o centro do cartaz.

4.12 Cartaz de 1957

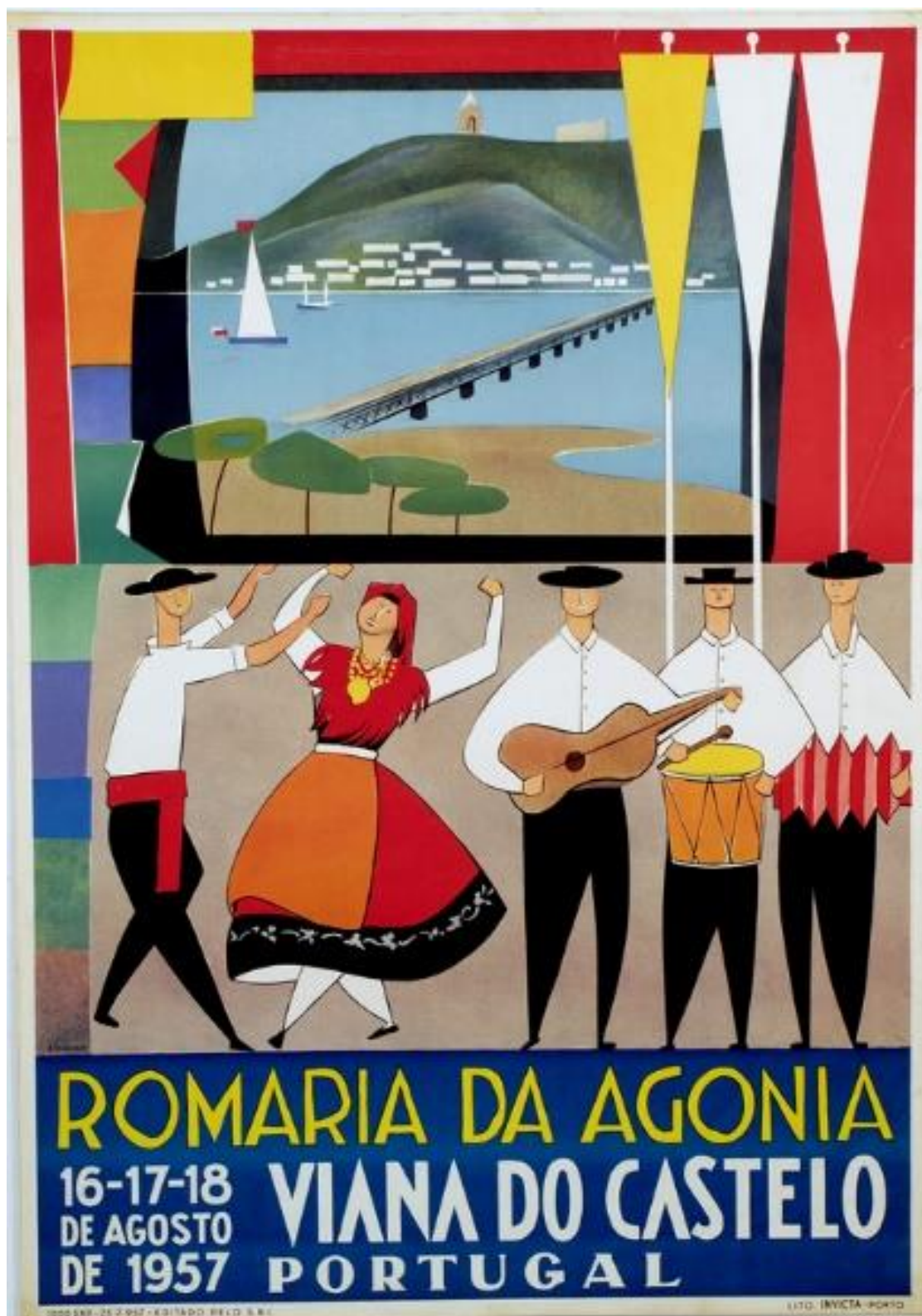


Figura 65: Cartaz de 1957 da autoria de Jaime Isidoro.

4.12.1 Descrição

Na fig. 65 (cartaz de 1957) observa-se um cartaz a cores que recorre a 4 tipos de letra distintos de cor branca e amarela e ao uso de várias imagens. Em 1º plano observa-se as imagens e em 2º plano a tipografia agrupada na parte inferior do cartaz. Encontra-se presente no cartaz o símbolo do SNI Edições e da Lito Invicta Porto.

4.12.2 Elementos tipográficos



ROMARIA DA AGONIA

Figura 66: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.



16-17-18
DE AGOSTO
DE 1957

Figura 67: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.



PORTUGAL

Figura 68: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.



VIANA DO CASTELO

Figura 69: Elemento tipográfico do cartaz de 1957.

No cartaz de 1957 a tipografia surge em 2º plano com a presença de 4 desenhos e formatos distintos (fig. 66,67,68 e 69).

A fig. 66 é um tipo de letra decorativo e de origem manual, dadas as suas imperfeições em vários caracteres; a fig.67 é um tipo de letra simples sem grande trabalhado, o espaçamento pouco simétrico deve estar relacionado com uma origem manual; figura 68 é claramente um tipo de letra decorativo uma vez que é observado a ausência do cross-bar na letra “A”; e por fim a fig. 69 é um tipo de letra que apresenta similaridades com a tipografia presente no cartaz de 1949 e no cartaz 1953. É um tipo de letra que no corpo da letra “A” E “U” apresenta espessuras distintas.

Cada figura tipográfica presente no cartaz possui um tamanho distinto, podendo se observar um estilo de letra diferente em cada. Dado o desenho e a cor, a figura 66 e 69 podem ser vistas como títulos principais, e as restantes figuras, subtítulos.

Em termos de utilização de outline, a fig. 66 é a única que apresenta esta característica em cor preto, estando os restantes títulos sem a presença de outline, a serifa somente é retratada nos caracteres da fig. 69.

4.12.3 Características Visuais das imagens



Figura 70: Elemento visual do cartaz de 1957.



Figura 71: Elemento visual do cartaz de 1957.

O cartaz de 1957 apresenta duas figuras/elementos visuais (fig. 70 e 71), dividido em três planos.

Os retângulos coloridos que pertencem à fig. 70, podem ser vistos como unidades, que dado o seu tamanho e posicionamento no cartaz constroem a ilusão de unificação.

Em termos visuais, as figs. 70 e 71 ocupam uma área semelhante, não se distinguindo assim planos principais ou secundários, entre estas duas. A fig. 70 ilustra uma imagem paisagística da cidade de Viana do Castelo, enquanto a fig. 71 a representa um casal trajado em posse de dança, encontrando-se do lado direito, três figuras acompanhados de instrumentos musicais tradicionais da região do Alto-Minho e que fazem parte da história da Romaria da Sra. d' Agonia.

Numa relação dos elementos visuais com o fundo do cartaz, o mesmo apresenta uma variedade de cores. Na fig. 70 destaca-se a presença de uma moldura preta com um fundo chamativo de cor vermelha. Do lado esquerdo desta mesma imagem, observa-se uma espécie de bandeiras e retângulos às cores indo de encontro com as cores representadas neste cartaz. Esta diversidade de cores conjuga-se perfeitamente com as cores das figuras e formas.

A fig. 71 também apresenta uma cor de fundo com tonalidade clara, de modo, a que as figuras sejam realçadas. Do lado esquerdo também se observa a colocação do conjunto de retângulos coloridos.

Por fim, o fundo em azul no plano tipográfico realça o texto, dando ainda um maior impacto visual ao cartaz.

Em suma, é um cartaz com uma harmonia visual distinta, sendo um exemplo que recorre a uma dinâmica e a uma forte exposição de cores, atribuindo-lhe um aspeto colorido e de destaque.

4.13 Cartaz de 1958



Figura 72: Cartaz de 1958 com autoria desconhecida.

4.13.1 Descrição

Na fig. 72 (cartaz de 1958) observa-se um cartaz a cores que recorre a 4 tipos de letra distintos de cor azul, vermelha e cinza claro. Em 1º plano observa-se a imagem da lavradeira visto que a mesma se encontra centrada, em 2º plano a tipografia agrupada na parte inferior do cartaz e 3º plano o background de cor escura com a ilustração de património arquitetónico. Encontra-se presente neste cartaz o símbolo do SNI Edições e da Lito Invicta Porto.

4.13.2 Elementos tipográficos



Figura 73: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.



Figura 74: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.



Figura 75: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.



Figura 76: Elemento tipográfico do cartaz de 1958.

O cartaz de 1958 recorre a 4 estilos tipográficos distintos (fig. 73, 74,75 e 76).

A fig. 73 retrata um tipo de letra simples e de fácil leitura, dado a sua espessura, pode ser comparado a um tipo de letra a negrito; a fig. 74 possui similaridades ao tipo de letra bodoni, observando-se o cross-bar da letra “A” com uma grossura inferior; a fig. 75 é um tipo de letra desenvolvido manualmente dado o espaçamento irregular entre os caracteres, a letra “A” apresenta espessuras distintas no próprio corpo do carácter; e por fim, a fig. 76 é um tipo de letra simples, apresentando os caracteres uma homogeneidade na espessura do corpo da letra.

Dado o tamanho, a forma e as cores dos caracteres a fig. 73 e 74, sendo as figs. 75 e 76 considerada subtítulos.

Em termos da utilização de cores as figs. 73 e 75 possuem um azul da mesma tonalidade, enquanto a fig. 74 se destaca pelo uso do vermelho vivo e a fig. 76 por um cinza claro. Não é utilizado outline em nenhuma das figuras, e somente a fig. 74 apresenta serifa.

4.13.3 Características Visuais das imagens



Figura 77: Elemento visual do cartaz de 1958.



Figura 78: Elemento visual do cartaz de 1958.

O cartaz de 1958 apresenta duas figuras/elementos visuais (figs. 77 e 78, dividido em três planos. O 1º plano pertence à lavradeira, dado o seu tamanho e posicionamento central esta figura detém um papel de destaque no cartaz; em 2º plano observa-se a tipografia situada na parte inferior do cartaz, e em 3º plano, o fundo escuro, de cor preta com elementos visuais distintos da cidade de Viana do Castelo como exposto na fig. 78. A fig. 78 possui elementos visuais tais como o chafariz, o prédio, a decoração festiva que apesar das imagens estarem cortadas transmitem a sensação de continuidade e fluidez na restante representação da imagem. Visto que estas imagens não se encontram totalmente ilustrada cabe ao seu observador a restante construção da imagem, utilizando a sua vertente criativa e imaginação.

Em termos visuais a fig. 77 representa uma imagem de uma lavradeira com o traje vermelho, natural da cidade de Viana do Castelo e da região do Alto-Minho. A fig. 78 ilustra parte do património arquitetónico da cidade de Viana do Castelo, tendo como fundo a cor preta. Observa-se ainda a utilização de adornos visuais como a colocação de um balão iluminado, fitas e estrelas.

Numa relação de fundo com as formas observa-se que o fundo de cor preta transmite a sensação de um panorama de noite. A fig.77 dado o seu conteúdo de vivacidade de cores destaca-se visualmente quando comparado com o background. Existe uma conjugação entre a cor de fundo e as figuras, contudo e de modo, a dar mais cor ao cartaz poderia ser utilizado um azul.

Por fim, este é um cartaz visualmente organizado, possuindo a fig. 77, claramente um papel de destaque.

4.14 A descodificação visual dos cartazes

Os cartazes como já referido anteriormente são repletos de elementos visuais associados estes a todo um universo de semiótica.

Na medida e tendo em conta que os cartazes podem ser vistos e analisados como património visual vianense, sucedeu-se à descodificação dos elementos tipográficos e das imagens representadas, analisando estas como símbolo e ícones da cultura visual vianense.

A descodificação das componentes gráficas permite a análise isolada e de um modo explícito de cada elemento visual do cartaz ilustrado e retratado nos cartazes como se pode observar nas seguintes tabelas (tabela 5, 6, 7 e 8).

O processo de descodificação dos elementos visuais presentes permite salvaguardar um conjunto de informações que compõem a história da Romaria de Nossa Sra. d'Agonia, verificando que os mesmos contêm elementos tradicionais, regionais e representativos do Alto- Minho.

A descodificação é um processo importante para a "(...) análise dos sistemas de identidade visual e dos seus signos constituintes (...)" (Lacerda, 2011 p. 1)

Através da descodificação dos elementos visuais percebe-se que os mesmos constroem uma relação entre a teoria da identidade e uma realidade. (Lacerda, 2011 p.1)

A presente sociedade pode ser classificada como uma sociedade de interação simbólica (Costa cit in Lacerda, 2011 p. 1) onde a descodificação dos símbolos e as imagens são determinantes para a compreensão das mensagens visuais.


A comunicação visual é a prática de elementos visuais capturados pela nossa visão estando estes elementos relacionados com os signos e códigos, sendo que os códigos sejam sistemas que se governam, organizam e relacionam precisamente com os signos. (Eco, 1997)

O processo de comunicação é baseado no relacionamento dos signos e consequentemente nos códigos. Deste modo, torna-se importante a descodificação dos elementos visuais (tipografia e as imagens) dos cartazes, com o intuito de desvendar o processo de significação/signos e a mensagem visual exposta.

4.14.1 Lavradeiras/Mordomas

Tabela 3: Contagem das figuras de mordomas e lavradeiras dos cartazes da década de 30, 40 e 50 do século XX

		
1933	1934	1940
		
1943	1948	1949

 		
<p>1950</p>	<p>1953</p>	<p>1955</p>
		
<p>1956</p>	<p>1957</p>	<p>1958</p>

Ao longo destes 30 anos da história dos cartazes da Romaria de Nossa Sra. da Agonia observa-se que a figura da lavradeira ou da mordoma, são elementos visuais que são transdisciplinares ao longo dos cartazes. Aliás a mulher minhota é sem dúvida um dos elementos visuais com maior destaque, sendo a mesma uma figura emblemática na história da cidade de Viana do Castelo e para a região do Alto- Minho.

A mulher minhota era vista como uma figura baixa e não esbelta, com grossas coxas e um forte abdómen devido à mesma estar constantemente com grandes pesos à cabeça. (Viana, R. A., Peixoto A, M. 2000)

O traje era o fato de trabalho utilizado pela mulher no desempenho das funções. Este fato adaptava-se à movimentação dos exercícios do corpo e do desempenhar das funções e tarefas incutidos na vida quotidiana. (Viana, R. A., Peixoto A, M, 2000)

No século XVIII as cores associadas ao traje vianense eram o branco, preto, azul e o vermelho, mantendo-se estas cores até à presente data. Para os momentos mais importantes (casamento, luto e enterro) era utilizado a cor preta.

No caso do homem, o traje masculino minhoto foi sempre preto. (Viana, R. A., Peixoto A, M., 2000)

O traje era visto como uma “sobrepele”, o numero de bordados, colocação de vidrilhos e missangas, diversidade de cores eram todos aspetos que revelavam o estatuto económico da mulher minhota. Neste caso, quanto maior o grau de trabalho da bordadeira, maior a riqueza do traje e conseqüentemente, maior a riqueza e a condição económica.

O ouro para a mulher do Alto-Minho era um aspeto bastante importante e de uso recorrente. O seu uso para além de embelezar também manifestava “(...) as boas qualidades de poupança e governo da mulher que o põe.” (Viana, R. A., Peixoto A, M. 2000 p.196)

Para além do traje ter como função identificar a condição social também identificava a importância dos dias em que era colocado, tendo 3 dias extremamente importantes, quando a rapariga era escolhida para mordoma da festa, o seu dia de festa e o seu enterro. Para estas ocasiões o traje utilizado era de cor preta, distinguindo-se assim a sua colocação em momentos celebres. (Viana, R. A., Peixoto A, M., 2000)

O traje vermelho era normalmente utilizado pelas raparigas solteiras, visto que o mesmo era uma cor mais forte e chamativa.



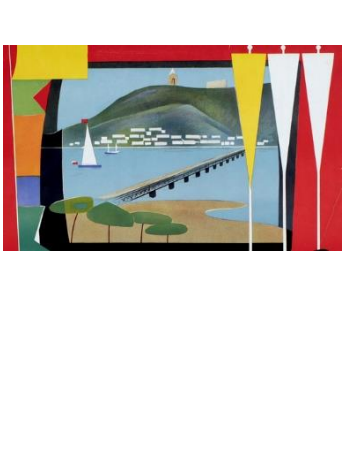
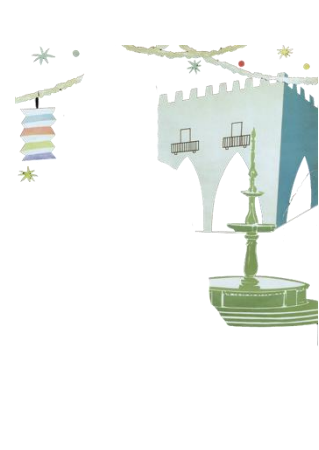
Observa que o “(...) traje à vianesa é composto por: a saia riscada, o colete e a camisa bordada, o avental com motivos florais, algibeira, meias brancas com renda, o lenço da cabeça floreado e as chinelas bordadas.” (Azevedo, Currálo 2015 p. 3)

O traje regional é de facto um motivo de orgulho para o povo vianense e para o êxito desta Romaria. (Falar de Viana, 2005)

As principais diferenças que residem nos fatos encontram-se relacionadas com as aldeias da margem direita do Lima e das aldeias do litoral, apresentando estas características diferentes entre si, contudo a cor vermelha é a mais associada a Viana.

4.14.2 Património arquitetónico

Tabela 4: Contagem das figuras relacionadas com património arquitetónico.

			
1940	1950	1957	1958







Na tabela 4 encontram-se presentes as imagens relacionadas com a categoria de património arquitetónico, sendo este mais um tema visual que se encontra exposto nos cartazes da Romaria. Observa-se de facto, a ilustração e o retrato do Chafariz e da Praça da Rainha, dois locais chaves para a cidade de Viana do Castelo e para o desenvolvimento desta festividade.

A ponte Eiffel e o santuário de Santa Luzia são outros dois elementos visuais representados que constituem o património arquitetónico da cidade e que fizeram igualmente parte do património visual.

A presença do património arquitetónico em alguns suportes gráficos, transmite que a arquitetura e os edifícios vianenses são de grande prestígio e de grande valor para a comunidade vianense.

4.14.3 A música e a dança

Tabela 5: Contagem das figuras relacionadas com a temática da música e da dança.

		
1933	1934	1948
		
1949	1950	1949

A música e a dança são outros dois aspetos constituintes da Romaria, sendo esta parte integrante para o sucesso e espírito do povo do Alto-Minho. As bandas, os zés pereiras, as concertinas, os gigantones, os cabeçudos e o folclore fazem parte da história e da cultura vianense. Um dos principais animadores das festas são os zabumbas ou zés pereiras, conhecidos já pelo “(...) estrondo dos seus bombos e a vivacidade das gaitas de foles.” (Abreu, 2009 p.383)

O folclore e a dança estiveram sempre presentes na vida das pessoas do Alto-Minho, analisando a dança como “(...) um acto de amor e libertação.” (Viana, R. A., Peixoto A, M., 1996 p. 132)

4.14.4 Tipografia

Tabela 6: Contagem das figuras visuais relacionadas com a tipografia.

<p>ROMARIA DA AGONIA</p> <p>FESTAS DA CIDADE</p> <p>18,19,20 de Agosto de 1933</p>		<p>ROMARIA D'AGONIA</p> <p>EM VIANA DO CASTELO</p> <p>a 19, 20 e 21 de Agosto</p> <p>1938</p> <p>FEIRAS - DESPORTOS FESTIVAES - TOURADAS FOGOS DESLUMBRANTES SERENATA</p>
<p>1933</p>	<p>1934</p>	<p>1938</p>
<p>VISITAI VIANA DO CASTELO</p>	 <p>A GRANDE ROMARIA</p> <p>DE PORTUGAL</p>	<p>15 A 22 DE AGOSTO</p> <p>ROMARIA D'AGONIA</p> <p>FESTAS CENTENÁRIAS DE VIANA DO CASTELO</p>
<p>1940</p>	<p>1943</p>	<p>1948</p>
<p>VIANA DO CASTELO</p>	<p>ROMARIA D'AGONIA</p>	<p>VIANA DO CASTELO</p>

<p>PORTUGAL</p> <p>FESTAS DA S.^{RA} DA AGONIA</p>	<p>18, 19 E 20 DE AGOSTO DE 1950</p> <p>VIANA DO CASTELO</p>	<p>FESTAS D'AGONIA 1953</p> <p>PORTUGAL</p> <p>AGOSTO 20, 21, 22 E 23</p>
<p>1949</p>	<p>1950</p>	<p>1953</p>
<p>VIANA DO CASTELO</p> <p>ROMARIA DA AGONIA</p> <p>19-20-21-AGOSTO-1955</p>	<p>ROMARIA DA AGONIA</p> <p>VIANA DO CASTELO</p> <p>17 · 18 · 19 DE AGOSTO · 1956</p>	<p>ROMARIA DA AGONIA</p> <p>16-17-18 DE AGOSTO DE 1957</p> <p>VIANA DO CASTELO PORTUGAL</p>
<p>1955</p>	<p>1956</p>	<p>1957</p>
<p>VIANA DO CASTELO</p> <p>ROMARIA DA AGONIA</p> <p>15 a 20 de Agosto 1958</p> <p>Portugal</p>		
<p>1958</p>		

A presente tabela resulta da desconstrução e contagem dos elementos tipográficos presentes nos cartazes, pretendendo demonstrar que a tipografia é de facto um elemento extremamente importante e diverso, observando-se inúmeros estilos de

tipografia, formas de letra, utilização de serifa e uma multiplicidade de cores. A tipografia, pode de facto ser classificada como cultura e património visual, visto que o mesmo faz parte de um suporte de extrema importância para uma cidade e porque preserva a tipografia utilizada nos anos 30, 40 e 50 do século XX na cidade de Viana do Castelo e da região Norte.

5. Parte V – *Projetar uma Aplicação e sua usabilidade*

A parte V tem como objetivo demonstrar os passos iniciais na possível criação de uma aplicação (app), introduzindo conceitos como modelo conceptual, o wireframe, entre outros. Pretende-se transmitir a ideologia de que se deve iniciar o desenvolvimento de qualquer projeto, a partir da criação de esquemas, configuração de passos, raciocínios e metas, tendo razões e motivos lógicos e coerentes pela sua existência e modo de organização. Destaca-se que qualquer projeto para alcançar o seu sucesso necessita de uma fase incubadora, consistindo esta na previsão dos acontecimentos e nas suas etapas.

5.1 Modelos conceptuais para aplicar o design ³⁶

Inicia-se a presente temática como a ideologia do que o modelo conceptual é o esqueleto do design. (Johnson, Henderson 2002)³⁷

Quando se pretende realizar o design de um produto de software, aplicação eletrónica ou um serviço web, como um website é necessário ter em atenção a informação relacionada com o público-alvo que vai consumir o serviço ou o produto. Conhecer e conceber o perfil do nosso utilizador é extremamente importante. Após conhecer o consumidor é necessário desenhar o painel de controlo e caixas de diálogo³⁸ do produto ou paginas do “web service”. (Johnson, Henderson, 2002)

É sempre mais fácil começar o processo de designing analisando a perspectiva do que o sistema representa e é visto pelo utilizador. Esta fase de design pode ser efetuada a partir de “conceptual models” que consistem numa descrição a alto nível de como está organizado e operacional o sistema. (Johnson, Henderson 2002)³⁹

Após perceber o sistema, a sua representação e como é visto pelo utilizador, pode-se começar o sketching. As decisões tomadas e o modo com as ações são pensados e executados são extremamente importantes. Dependendo das nossas escolhas, os utilizadores vão pensar de modo diferente, os objetos vão ser distintos, bem como as operações executadas pelos utilizadores e o modo como os mesmos vão trabalhar com o sistema. (Johnson, Henderson 2002)

Escolher é sempre fundamental e um passo que pode ajudar na facilidade em como o utilizador interage com o sistema. Criar esquemas, colocar as ideias e organizá-las é uma tarefa que facilita ambos os sujeitos. (de quem concebe e de quem vai ser seu utilizador)

Como filosofia para a criação de um serviço ou produto, e de modo a ser um sucesso é essencial, em primeiro lugar ter um esqueleto bem desenvolvido e conectado. Se a conceção do esqueleto não for feito de modo correto e iniciar o processo no design da

³⁶ Como fonte de referência foi utilizado o artigo de Jeff Johnson & Austin Henderson intitulado de: “Conceptual Models: Begin by Designing Design” tendo sido efetuada uma tradução do conteúdo presente, uma vez que o mesmo se encontra em inglês.

³⁷ Traduzido pelo autor: “The conceptual model is the bones of the design” (Johnson, Henderson, 2002 p.32)

³⁸ O painel de controlo e caixas de dialogo têm como função organizar a informação e as ideias.

³⁹ Traduzido pelo autor : “ a conceptual model is a high-level description of how a system is organized and operates.” (Johnson,Henderson 2002 p. 25)

interface do utilizador, corremos o risco de desenvolver um produto ou serviço que parece arbitrário, incoerente e extremamente complexo. (Johnson, Henderson 2002)⁴⁰ Se um designer tiver como base a utilização de um modelo conceptual antes de realizar o design de um user interface será mais fácil para o utilizador compreender e agir de forma intuitiva perante a aplicação. *Simples* é uma das palavras chaves para um modelo conceptual. A conceção do modelo deve-se basear na simplicidade, bem como, providenciar a funcionalidade que é necessária. Uma nota importante a ter em atenção quando se realiza o design do modelo conceptual é “menos é mais”⁴¹.

Focar nas tarefas, quanto mais direto a ligação entre o mapping e o domínio de tarefas maior serão as chances do sucesso de utilização da interface.

Resumindo, utilizar um modelo conceptual facilita a organização das ideias e consequente construção do design da interface. Criar o modelo conceptual facilita a tarefa do designer e do futuro utilizador, é um processo útil para alcançar o sucesso, tendo em mente um lema simples, limpo e orientado para um modelo conceptual. (Johnson, Henderson 2002)

Após o desenvolvimento do modelo conceptual pode-se iniciar uma nova etapa normalmente designada por “prototyping”. Existe o conceito de “paper prototyping”, ou seja, protótipos em papel, que consiste num método que permite analisar o comportamento da interface e realizar testes com utilizadores reais, sendo denominados de low-fidelity prototyping. “Paper prototypes” são processos extremamente rápidos de serem desenvolvidos e aprendidos. É um dos métodos mais rápidos em termos de técnicas aplicadas ao prototyping, relacionando a vantagem deste processo com uma preocupação com o conteúdo em vez da aparência. Este é uma técnica que pode aumentar dramaticamente a qualidade ⁴² visto que é um processo rápido, que traz resultados rápidos, em termos de desenvolvimento permite que uma equipa experimente mais ideias do que com protótipos de “High fidelity”.⁴³

Comparando Hi-Fi a Lo-Fi são processos totalmente diferentes e que demoram tempos diferentes. O processo Hi-Fi prototypes demoram muito tempo a serem construídos e alterados.

⁴⁰ Traduzido pelo autor: In contrast, if you jump straight into designing the user interface, you are much more likely to develop a product or service that seems arbitrary, incoherent, and overly complex. (Johnson & Henderson, 2002 p.26)

⁴¹ Traduzido pelo autor: “ (...) less is more”. (Johnson, Henderson 2002 p. 27)

⁴² Traduzido pelo autor: “ (...) lo-fi prototyping is a technique that can dramatically increase quality.” (Reting cit in Johnson, Henderson 1994 p. 22)

⁴³ Traduzido pelo autor: “It is fast, it brings results early in development, and allows a team to try far more ideas that they could with high-fidelity prototypes.

Por outro lado, o Lo-Fi prototypes são mais simples de alterar, podendo ser construídos em somente algumas horas. O objetivo prende-se com a realização de iterações na fase do design, esta ação é vista como uma mais-valia para a interface. (Reting cit in Johnson, Henderson, 1994)

No caso dos Hi-Fi prototypes há uma maior preocupação com a vertente estética em detrimento do conteúdo.

A conceção e a criação de um protótipo são sempre aspetos fundamentais e imprescindíveis para o sucesso de um produto de software, aplicação eletrónica ou um serviço web, como um website. Analisando estes dois sistemas o Lo-Fi é um sistema mais simples, fácil e de rápida criação, sendo o mais adaptado, pois preocupa-se com a usabilidade do seu utilizador e o modo como o mesmo vai interagir com a interface.

5.1.1 O Mockup e os Wireframes

Uma das fases mais importantes num processo relacionado com o desenvolvimento de um sistema de aplicações é a criação de ideias e protótipos. A representação das ideias em formato de wireframe é o primeiro passo para perceber o funcionamento, a organização das imagens, dos botões, a posição do texto, entre outros.

Para discutir esta organização pode-se recorrer à criação de wireframes. Segundo Ana Rute, “um wireframe é uma representação de baixa fidelidade de um design”.

Destacando como este conceito, a criação de três perguntas chaves quando se desenha um wireframe: “O quê”; “Onde?” e “Como?”. (Rute, 2014)

Os wireframes têm como objetivo mostrar os principais grupos de informação, causando a pergunta-chave, “o quê?”. O que faz parte da informação, o que vão ser de factos os conteúdos. Estruturar os locais de informação, bem como, a informação a colocar corresponde a questão “onde?”. Onde é o local exacto, o seu posicionamento, se o local escolhido vai de encontro às premissas do conteúdo apresentado. Deve conter uma descrição e visualização do como a interface interage com o utilizador, tendo neste ponto, a palavra-chave “como?”. Questionando se o design é intuitivo e de simples recepção. Dado a importância da interação do utilizador com a interface, será apresentado no subcapítulo seguinte, dicas relacionadas com a usabilidade nas aplicações, segundo a visão de Jakob Nielsen.

Wireframe pode ser descrito como o esqueleto do projeto, tendo presente todas as fases, é um mapa simples sem grandes detalhes nem deslumbres visuais. É uma representação simplificada, baseada em cores simples e formas primárias. Tem como propósito proporcionar a discussão de ideias e de métodos que desenvolvem metas e resultados melhores. É um meio que consiste na comunicação direta e simples da

informação, é um rascunho claro, simples e direto sobre a estrutura e a organização do projeto. Tem como vantagens agrupar feedback inicial; é um start up de ideias e dá origens a passos futuros com maior clareza e num curto espaço de tempo visto que os wireframes são de criação simples e rápida.

5.2 A criança na era digital

O seguinte subcapítulo surge da ideia de desenvolver uma app e um website direcionados ao público mais jovem, sendo este o público-alvo, é necessário compreender a relação que a criança detém com a era digital e com as ferramentas multimédia atuais.

Na presente sociedade pode-se observar que o avanço no mundo tecnológico e nos media tem provocado alterações e mudanças no modo de agir e nas relações humanas.

Esta mudança nota-se particularmente no modo como as crianças agora entendem e desenvolvem a sua noção de brincar, a ideologia da interação das crianças, o desenrolar de jogos, brincadeiras e o contacto com os brinquedos tradicionais. Tendo sido cada vez e mais facilmente ultrapassado por equipamentos de alta tecnologia, como por exemplo os videogames, os computadores, os tablets, os televisores e os brinquedos electrónicos. (Chaves, Lazaretti 2014)

Destaca-se a tecnologia como algo que o homem tenha inventado e criado em termos de artefatos como de métodos e técnicas, para estender as suas capacidades físicas, sensoriais, motora ou mental, como o intuito de simplificar o seu trabalho e de algum modo enriquecer as relações interpessoais. (Kenski cit in Chaves, Lazaretti, 2014)

São precisamente as transformações a nível tecnológico que têm afetado a relação que as crianças neste momento desenvolvem com o conceito de brincar claramente porque o conceito de infância também tem sofrido as suas alterações, aliás “(...) a criança vem assumindo diferentes papéis, de acordo com a época e a sociedade em que está inserida.” (Chaves, Lazaretti 2014 p. 5)

Nesta lógica, cada vez mais se observa a criança como um ser dependente e extremamente focado na coexistência e relacionamento com ferramentas ligadas ao mundo da tecnologia de informação e comunicação. (Fantin, Rivoltella 2010)

A era em que nos situamos destaca-se pela mudança do ambiente sociocultural, tendo-se observado uma grande mudança no desenvolvimento do mundo tecnológico.

A utilização de aplicações e ferramentas interativas, já começa a ser um ponto favorável e de interesse para a área da educação. A facilidade em termos económicos, a acessibilidade, a usabilidade e o UX hoje em dia são todos tópicos que abordam uma criança tanto no seu seio familiar como escolar.

As tecnologias são vistas cada vez mais como “tecnológicas” que conseguem influenciar as lógicas ligadas ao mundo da comunicação e do consumo.

A televisão passa a ser um elemento secundário tendo em conta que a criança consegue realizar um conjunto diferente de atividades como ouvir música, interagir com o telemóvel, entre outras.

O consumo tecnológico torna-se cada vez mais uma atividade complexa e de multitasking. (Fantin, Rivoltella 2010)

A ação de interação com os jogos digitais tem as suas vantagens ao nível do estímulo cognitivo, criação de estratégias, bem como, na resolução de problemas.

A tecnologia tem sido de facto um aspeto de profundas mudanças nas relações humanas. (Chaves, Lazaretti 2014)

A influencia da tecnologia na vida de uma criança é de extrema importância, visto que a mesma pode necessitar de contacto direto com outras crianças, bem como, o processo e a ação de brincar, visto que o mesmo é importante para o desenvolvimento da criança.

Deste modo, torna-se importante perceber a relação entre “a infância, tecnologia e a brincadeira” (Chaves, Lazaretti, 2014), podendo ser estas 3 palavras chaves para a compreensão das consequências inerentes ao contacto direto e por vezes, excessivo das crianças com as tecnologias.

Assim, as crianças são vistas como “os filhos da era digital” (nielson, 2015)⁴⁴ pois as crianças da presente sociedade nascem num ambiente repleto de computadores, smartphones, tablets e com um acesso relativamente fácil à internet.

A adesão e a facilidade com que uma criança interage com a tecnologia é extremamente interessante. Através de um estudo realizado a cerca de 933 mil crianças⁴⁵ observa-se que a internet é de facto uma ferramenta de acesso facilitado a vídeos, jogos, redes sociais e aplicações.

⁴⁴ <http://design.blog.br/design-grafico/helvetica-a-fonte-mais-famosa> acedido em 15-1-2017.

⁴⁵ Informação obtida a partir do site Nielsen sobre um estudo a crianças e o seu acesso com as tecnologias. A empresa Nielsen estuda o consumidor, conhecendo deste modo os seus hábitos.

5.3 User Interface (UI) e User Experience (UX)

A usabilidade resume-se a uma combinação entre eficiência, eficácia e satisfação. A utilidade e a aparência conduzem ao sucesso do UX.

Quando se desenvolve o design num dispositivo móvel, a usabilidade e gosto proporcionando com a interação do produto são dois motivos a ter em atenção.

(Marcus, 2000)⁴⁶

A User Interface (UI) e o a User Experience (UX) são dois termos extremamente importantes a ter em atenção quando se pretende desenvolver uma aplicação. O UI é a interface que o utilizador visualiza ao usar uma aplicação, enquanto o conceito de UX, como o nome indica, consiste na experiência que o utilizador tem quando interage com o software. (Anderson et al, 2010)⁴⁷

O UI é construído a pensar numa funcionalidade intuitiva e prática para o utilizador.

Pode-se dizer que o UI tem um impacto direto no UX, pois a construção de um UI fiável contribui para uma boa experiência aquando do uso do software.

A criação de um UX com sucesso, envolve factores humanos ligados à engenharia, à usabilidade e à arquitetura de informação. (Anderson et al, 2010)

É necessário ter em atenção que um bom UX se encontra ligado ao prazer e à eficácia que o software proporciona. A familiaridade, a questão de ser responsivo, de transmitir um feedback rápido, simples e direto e uma boa performance são todos elementos fundamentais a que se deve dar uma especial atenção para um UX com sucesso.

Para além destes aspetos é importante ter em atenção se o sistema é intuitivo e eficiente, considerando a usabilidade um factor de diferença⁴⁸.

A usabilidade por parte do seu utilizador, é sempre um factor a ter em atenção, pois existem métodos que facilitam o modo de interação que o sujeito tem com o sistema/user interface. Para uma melhor orientação distinguem-se um conjunto de 10 métodos apontados por Jakob Nielsen num artigo, em que o mesmo aborda a usabilidade da interface design. (Nielsen, 1995)

- *A visibilidade relacionada com o estado do sistema*

⁴⁶ Traduzido pelo autor: "These objectives seem especially important for mobile device design, for which usability and product enjoyment are equally of concern. (Marcus, 2000 p.29)

⁴⁷ Traduzido pelo autor: " User experience is, as the name suggests, the experience a user has when interacting with software." (Anderson et al, 2010 p.4)

⁴⁸ Como fonte de referência foi utilizado o artigo de Jakob Nielsen intitulado de : " 10 Usability Heuristics for User Interface Design" tendo sido efetuado uma tradução do conteúdo presente, uma vez que o mesmo se encontra em inglês.

Neste tópico é necessário que o sistema nos alerte e que informe o seu utilizador sobre o que se irá desenrolar. O feedback é de extrema importância.

- *A combinação entre o sistema e o mundo real*

Afirma que o sistema deve possuir a mesma linguagem que o seu utilizador. Deve utilizar palavras, frases e conceitos que sejam familiares com o seu utilizador do que termos demasiado técnicos.

- *Controlo por parte do utilizador e liberdade*

Criar um botão de saída fácil sem criar situações de diálogo demasiadas extensivas.

Consistência e standards

Utilizar palavras, situações ou ações que tenham uma linguagem universal.

- *Prevenção de erros*

É muito importante a prevenção do erro, contudo ainda é mais importante passos e situações que impeçam a ocorrência do erro.

- *Reconhecer em vez de relembrar*

É um dos 10 métodos que facilitam a usabilidade de uma interface por parte do seu utilizador. A memória deve ser utilizada o mínimo possível, é essencial criar objetos, ações e opções visíveis. Instruções devem estar visíveis facilmente detetável quando necessário.

- *Flexibilidade e eficiência de uso*

“Accelerators” podem ser meios para os utilizadores mais experientes navegarem com uma maior facilidade. Um utilizador novato, com a prática de uso da aplicação, irá também começar estes meios para acelerar a sua experiência.

- *Design minimalista*

Diálogos não devem conter informação irrelevante ou raramente utilizada. A informação extra compete com a relevante tirando o seu lugar. Quanto maior o número de informações colocadas, maior é o espaço ocupado pela mensagem.

- *Ajudar utilizadores a reconhecer, a diagnosticar e a recuperar de erros cometidos.*

As mensagens de erro devem ser expressadas, de um modo simples sem referência a código, o problema deve ser indicado de modo preciso e sugerir de modo construtivo, uma solução.

- *Ajuda e documentação*

Mesmo que o sistema não necessite é sempre importante providenciar ajuda e documentação. A informação deve ser de fácil pesquisa, focando na tarefa do utilizador, criar uma lista concreta e não demasiado grande é sempre uma mais-valia.

São precisamente aspetos como a visibilidade, a combinação entre o sistema e o mundo real, a ligação que o utilizador desenvolve com a app, entre outros, que auxiliam e desenvolvem uma usabilidade facilitada para o utilizador. Para além do factor do UI, o UX é igualmente importante para o sucesso de qualquer App.

É importante perceber que o design de objetos, produtos devem providenciar e interagir com a vertente cognitiva/intelectual, social, psicológica/emocional e com o lado físico.

(Jordans cit in Marcus, 2000)

Em suma, aspetos como o prazer e a alegria são fundamentais para que o UX esteja bem empregue.

6. Parte VI – *Desenvolvimento do projeto:*

Designit

A parte VI tem como objetivo explicar o que é a app “Designit” e a sua ligação com o front e o back-end.

Em termos práticos aborda o processo envolvente à criação do protótipo de uma app e de um website; analisando os estudos de caso com o intuito de desenvolver ideias na utilização e na conjugação de cores, tanto para o desenvolvimento da app como para o site (front-end), bem como expor os wireframes.

É explicado a ligação do front-end com o back-end e com a respetiva app do Designit. Pode-se observar a explicação do conceito de storyboard, de modo a organizar a sequência dos ecrãs.

6.1 Estudos de caso: APP e Web-site

De modo a conhecer aplicações já desenvolvidas foi efetuado uma pesquisa na play store para aplicações ligadas ao sector infantil na área do desenho, da arte e da cultura. Com o intuito de perceber a organização gráfica e a disposição da informação para a realização do web-site referente à app Designit foi realizado uma pesquisa on-line a sites infantis.

Na plataforma playstore foram encontradas várias aplicações desde da possibilidade de colorir imagens, da montagem de imagens, de puzzles entre outros, sendo selecionada como estudo de caso a aplicação Bini Bambini..

Estas aplicações permitem que as crianças tenham a possibilidade de desenvolver a sua veia mais artística, bem como, por em prática a sua criatividade, através das novas tecnologias e do mundo digital e interativo.

Com o intuito de criar uma aplicação e um website viável e graficamente apelativo inserida no contexto infantil, a análise a apps e web-sites, já existentes é importante para perceber a funcionalidade e a interatividade de exemplos já existentes e a relação que estes detém como o design.

Factores como as cores e a sua relação com o fundo, os ícones digitais, a organização da informação, a interatividade, a funcionalidade e a estrutura foram avaliados.

6.1.1 A aplicação Bini Bambini: desenho para crianças.



Figura 79: Imagem ilustrativa da aplicação Bini Bambini: desenho para crianças.

“Bini Bambini: Desenho para crianças” é uma aplicação onde as crianças podem colorir os desenhos, permitindo que as mesmas explorem o seu lado criativo. Tem como particularidade, as personagens ganharem vida depois de serem coloridas, destacando-

se assim, pelo seu uso de animações. Tem como vantagem o desenvolvimento das capacidades motoras e criativas da criança, visto que é uma interface simples e de fácil usabilidade.



Figura 80: Imagem ilustrativa da aplicação Bini Bambini: desenho para crianças.

Foi selecionada esta app, pois a mesma foi desenvolvida pela empresa Bini Bambini, uma empresa de software que se dedica a aplicações no ramo da aprendizagem e dos jogos ligados ao ramo da educação. É um exemplo, pois se destaca por um uso interessante do design aplicado ao contexto infantil. Aborda uma multiplicidade de cores, tendo uma cor clara como background no menu inicial e no funcionamento da parte ilustrativa das figuras.

Para além de uma preocupação com o UX dedicado a toda a vertente de design, é uma aplicação que também se une para com o UI.

As aplicações da Bini Bambini têm como função auxiliar as crianças na aprendizagem do alfabeto, das letras, dos números e a fonética. A vertente digital neste caso auxilia a criança no desenvolvimento da memória e na sua capacidade de atenção.

Na fig.79 podemos observar o primeiro diapositivo da app, com a apresentação do menu inicial, observando-se uma enorme diversidade de cores e um aspeto divertida.

Na fig. 80 encontra-se a parte de desenvolvimento da app, estando presente nesta parte os respetivos desenhos para colorir.

Em termos de cores, conjuga uma diversidade cromática distinta sobre a utilização de um fundo de cor clara. Os ícones digitais são de fácil legibilidade e leiturabilidade, sendo do conhecimento e ambiente tecnológico e digital do utilizador. Conjuga deste modo, ícones simples e intuitivos.

A interatividade do Bini Bambini é satisfatória pois proporciona um momento lúdico e divertido ao seu utilizador. A funcionalidade da aplicação é intuitiva e fácil de aprender. Visto que o público-alvo são as crianças, a junção destes dois aspetos são cruciais para que a Bini Bambini seja de facto, uma aplicação apropriada para esse público.

6.1.2 O website: Escola Virtual

Escola virtual consiste num projeto relacionada com o âmbito da escola, tendo como principal objetivo converter a matéria lecionada do 1º ao 12º ano de um modo divertido, fácil e simples para os alunos.

É um excelente exemplo de estudo de caso, pois o site consiste numa vertente lúdico-pedagógica, indo ao encontro da filosofia de criação da app Designit.

Apresenta 4 funcionalidades: Sítio dos Miúdos, Ativar Códigos, Comprar e Entrar como se pode observar na fig. 81.



Figura 81: Apresentação das funcionalidades do site: “Escola Virtual”

Ao nível da vertente de design, é um site que recorre à utilização de cores fortes e chamativas como o amarelo, o azul, o vermelho e o preto. Na página “Sítio dos Miúdos” (fig.82), dá-se ênfase a imagem de uma criança a interagir com as novas tecnologias com a inserção de uma fonte de letra simples, sem a presença de serifas e com um corpo de letra de espessura notável.



Figura 82: Apresentação da página “Sítio dos Miúdos” do site da Escola Virtual



Figura 83: Site da Escola Virtual.

Em termos de fundos, são aplicadas várias cores desde do azul ao amarelo, como se pode observar na fig.83. A utilização de cores chamativas, como o azul, amarelo, laranja, verde entre outras são normalmente aplicadas pois são do interesse de uma criança como já explicado anteriormente no subcapítulo, “A utilização de ícones e cores adaptados ao contexto infantil”.

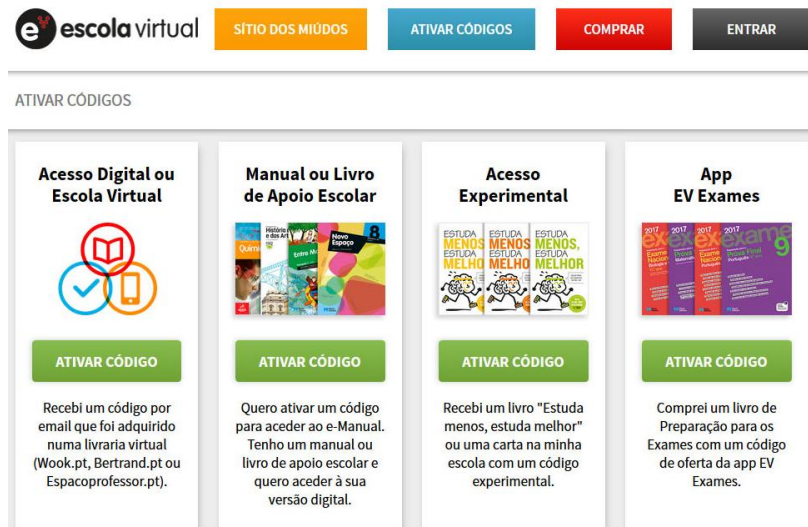


Figura 84: Site da Escola Virtual.

A disposição da informação encontra-se organizada, como a utilização de fontes de fácil leitura e adaptadas ao contexto infantil, como se pode observar na fig. 84.

É um site para pais e para filhos abordando dicas para os próprios pais e educadores, bem como, apresenta jogos interativos para brincar e aprender em contexto de família. O site da Escola Virtual serviu como ponto de partida para a organização da informação, de modo a perceber as páginas que eram necessárias. Foram retiradas dicas, como a

colocação da imagem do menu inicial em 1º plano, a utilização de cores na tipografia e no background, o branco, uma cor neutra.

Os presentes estudos de caso possibilitaram conhecer o conjunto de factores necessários e importantes para realizar o desenvolvimento de um protótipo de uma app e website.

6.2 Protótipo de uma Aplicação Interativa (APP)

Para a conceção do protótipo de uma aplicação interativa foram necessárias o desenvolvimento de várias etapas, incluindo uma fase inicial de pesquisa de mercado como os estudos de caso, percebendo a existência de jogos ou ferramentas interativas ligadas ao âmbito lúdico- cultural da criança e efetivamente o design empregue na sua funcionalidade.

6.2.1 O desenvolvimento dos elementos gráficos digitais

6.2.1.1 Conceção dos wireframes

A conceção dos wireframes como já referido anteriormente, tem como funcionalidade fazer um esqueleto da informação e da localização da informação que se pretende colocar.

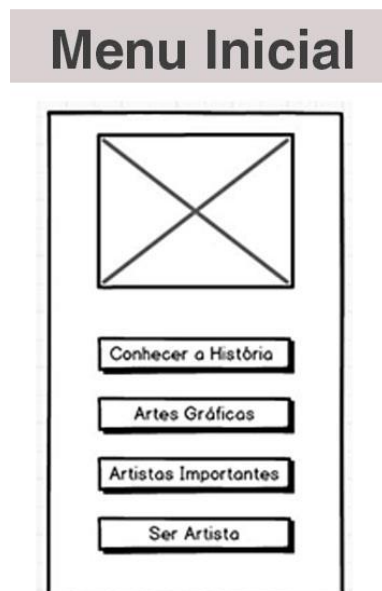


Figura 85: Imagem ilustrativa do wireframe da categoria – “Menu Inicial”.

A partir da conceção do wireframe do menu inicial foi necessário, perceber quantas e quais as categorias que iriam estar presentes na app, bem como, definir a divisão e a localização das categorias na respetiva área.

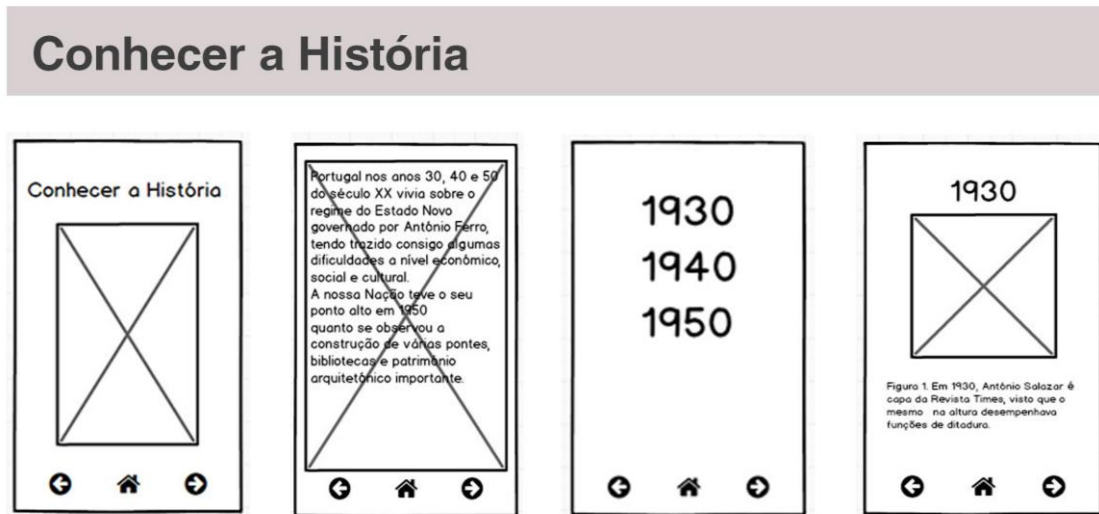


Figura 86: Conjunto de imagens dos wireframes da categoria – “Conhece a História”.

No tópico relacionado com a história foi necessário perceber como se iria desenvolver e destacar a história, de um modo simples, direto e eficaz para a compreensão das crianças, tendo em conta que esta app é direcionada para as crianças do 1º ciclo. Visto que existem três décadas distintas e com o intuito de organizar a informação, o utilizador pode escolher a década do seu interesse (fig.86).

Na organização da informação relativamente as décadas (fig.86), foram recolhidas imagens que abordassem momentos relevantes, acompanhando as mesmas com um respetivo texto.

Artes Gráficas

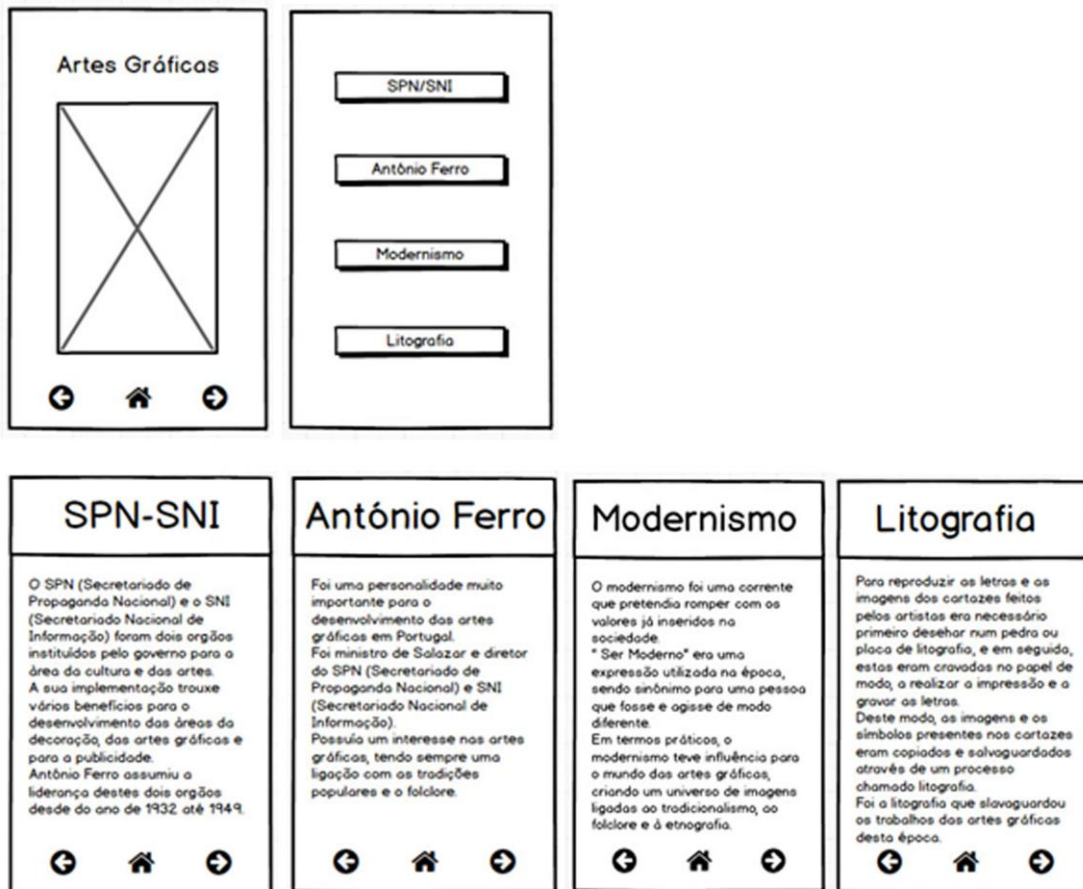


Figura 87: Conjunto de imagens ilustrativas da categoria – “Artes Gráficas”.

O tópico “Artes Gráficas” reflete sobre aspetos importantes para o desenvolvimento deste mesmo tema em Portugal nas décadas de 30, 40 e 50 do século XX.

Destacando-se quatro elementos chaves para o seu progresso: o órgão do SNI/SPN, a figura de António Ferro, a corrente modernista e a técnica de impressão de litografia.

Ser Artista

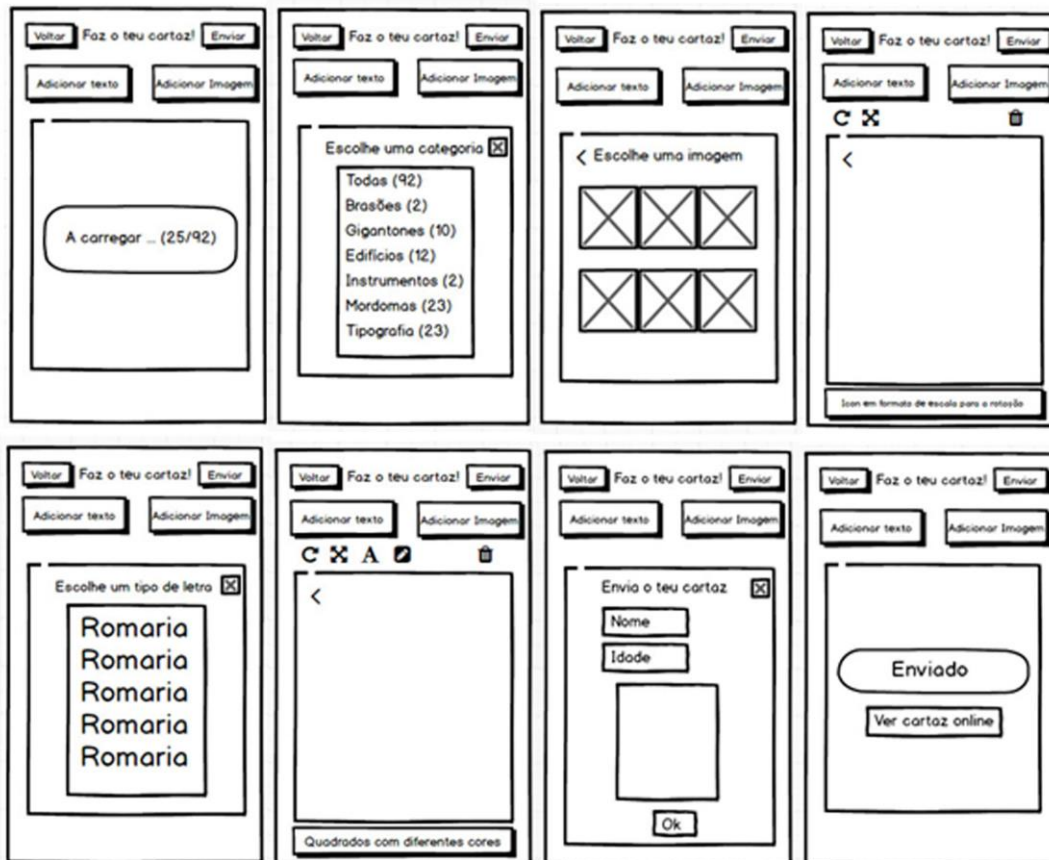


Figura 88: Conjunto de imagens dos wireframes da categoria – “Ser Artista”.

O tópico “Ser artista” consiste na parte dinâmica e interativa da app, permitindo ao seu utilizador desenvolver o seu cartaz a partir dos elementos visuais disponibilizados. Para além da componente da escolha dos elementos, consegue ampliar e rodar os mesmos, escrever texto, seleccionar uma fonte e alterar a sua cor.

6.2.1.2 A tipografia: Helvética

Em primeiro lugar foi necessário escolher e combinar um tipo de letra a um público em específico, existindo hoje em dia uma vasta coleção e biblioteca de fontes. (Lupton, 2006)

Figura 89: Exemplo da tipografia helvética versão rounded.

Ellen Lupton afirma que a fonte helvética foi criada na Suíça no ano de 1957, classificando a mesma como uma das fontes mais populares do mundo. Foi uma fonte de letra inicialmente desenvolvida para os computadores, sendo posteriormente utilizada no campo da impressão. (Lupton, 2006)

A fonte helvética se prima por uma fácil legibilidade, adaptável a várias culturas e regiões, bem como, a vários contextos e cenários.

A letra helvética é considerada uma das fontes mais usuais e empregues na área do design ⁴⁹, destacando-se pela sua usabilidade e fácil leitura, sendo estas duas características as fundamentais pela escolha desta fonte.

É um tipo de letra sem serifa, nem adição de adornos, enquadrando-se perfeito na criação de um logotipo adaptado ao contexto infantil.

Para a conceção do logotipo foi utilizado uma fonte de origem helvética *versão rounded*, visto que o mesmo se considera um estilo tipográfico adaptado ao mundo infantil. A escolha desta versão, associa-se aos terminais das letras serem arredondados, destacando assim, por um aspeto visualmente mais apelativo e relacionado com as formas orgânicas. A ausência de terminais em formato de aresta, proporciona uma letra visualmente menos “agressiva” e adaptada ao contexto infantil. É uma fonte que apresenta um conteúdo gráfico simples, sem serifa, que se prima pelo seu carácter divertido.

Visto que a app apresenta uma versão informativa e para os textos utilizados, recorreu-se ao helvética *regular* para uma maior e simples legibilidade por parte do utilizador.

⁴⁹ Acedido a 16-1-2017 <http://design.blog.br/design-grafico/helvetica-a-fonte-mais-famosa>

6.2.1.3 O logótipo



Figura 90: Logotipo da aplicação Designit

Antes demais classifica-se o logótipo como “(...) um elemento importante da identidade da marca.” (Amaral, Gama, Guedes 2012 p.1)

Os logotipos são elementos visuais constituídos por um código e mensagem visual, sendo os mesmos o 1º contacto que o utilizador tem, bem como, o motivo pela qual adere ou se sente interessado em aderir. (Amaral, Gama, Guedes 2012)

O modo como a criança interpreta uma imagem e a junção das cores utilizadas, são aspetos fundamentais a ter em atenção quando se concebe um logotipo para o mercado infantil.

A criança vê a imagem como um aspeto determinante, visto que está se encontra numa sociedade repleta e que se liga ao mundo visual. Ela é ensinada a interpretar e a conviver com um universo recheado de imagens, símbolos, ícones, entre outros.

Após uma análise à existência de logotipos digitais disponíveis na play store e associados às crianças, percebe-se que os mesmos empregam uma grande variedade de cores, recorrem a um tipo de letra sem serifa e grandes adornos e a fontes que sejam de fácil leitura para uma compreensão intuitiva por parte da criança.

Foi nesta lógica que surgiu a escolha do tipo de letra helvética, visto que a mesma é uma fonte de simples leitura e adaptabilidade a vários contextos, inclusive o infantil. Em termos de conceção de logótipos para crianças, a utilização de cores é um elemento a ter em atenção, uma vez que as mesmas influenciam diretamente a interpretação do logotipo. Percebe-se igualmente que a cor é sempre um aspeto a ter em atenção, visto que é facilmente alterado consoante a idade da criança, sendo este um fator que influencia aspetos como o design aplicado e a sua maturidade visual.

As cores do logotipo envolvem as tonalidades do laranja e do rosa. As letras e os contornos encontram-se num laranja e rosa forte, enquanto no background foi utilizado uma cor neutra com o intuito de sobressair as letras e de ir proporcionar uma harmonia

visual com os cartoons das crianças. A inserção de crianças no próprio logotipo tem como objetivo, o utilizador perceber que o Designit é orientado para as crianças.

6.2.1.4 Cores da aplicação

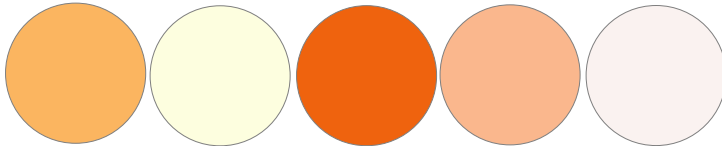


Figura 91: Cores aplicadas à app Designit.

As cores da aplicação e a sua união visual tiveram sempre em atenção despertar o interesse da criança. O laranja é a cor predominante ao longo da app, uma vez que a mesma é uma cor que transmite alegria e utilizado por crianças que manifestam o contacto com pessoas. É uma cor sociável, enquanto o rosa é associado a uma criança criativa. Como background foram utilizadas cores neutras e claras, de modo a conjugar o fundo com as várias tonalidades da cor laranja.

A utilização do fundo com cores claras vai ao encontro do exemplo apresentado no estudo de caso: “Desenho para crianças”, recorrendo a uma cor neutra no menu de apresentação e à parte dinâmica de colorir as respetivas imagens. Atribui cores a outros elementos visuais, como por exemplo aos botões interativos proporcionando uma dinâmica visual interessante e de acordo com o mundo infantil. Foi nesta mesma lógica que se concebeu o design da app Designit, recorrendo às cores neutras e às várias tonalidades de laranja.

A app foi elaborada de modo, a cativar o interesse por parte de uma criança, utilizando imagens pertencentes aos cartazes da Romaria da Sra. d’ Agonia, com o intuito do utilizador conhecer um pouco mais do património visual vianense e dos elementos representados nos cartazes.

6.2.1.5 Ícones e conteúdos de multimédia

Em termos da utilização de ícones digitais foram tidos em conta os usais e normalmente associados aos apps das crianças hoje em dia como no exemplo acima referido, sendo utilizados o ícone da musica e dos sons no menu inicial (fig. 92) aos quais as crianças já se encontram familiarizadas.



Figura 92: Menu inicial.



Figura 93: Diapositivo da opção: “Artes gráficas” da App Designit.



Figura 94: Diapositivo da opção: “Ser artista” - componente “Adicionar texto”.

Na fig.93 observa-se o uso das setas padrão e o ícone responsável pelo acesso ao menu inicial como já aplicado por norma nas apps.

De modo a permitir o correto funcionamento na junção dos elementos visuais na opção “Ser Artista- adicionar imagem”, os ícones utilizados foram de rotação, ampliação/redução e logicamente, o botão de eliminar, garantindo assim, uma certa capacidade de manipular os elementos ao gosto pessoal do utilizador. Para realizar a ampliação e a redução das respetivas imagens e figuras tipográficas foi adaptado uma escala de fácil manuseamento e intuitivo para a criança. (fig. 94).

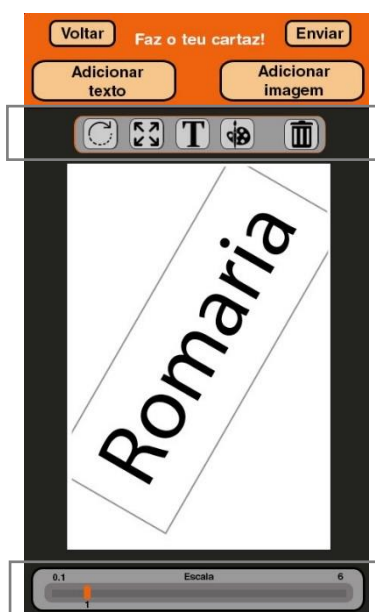


Figura 95: Diapositivo da opção: “Ser artista” - componente “Adicionar texto”.

Na componente “Adicionar Texto” foram acrescentados ícones digitais com o intuito do utilizador, ter um maior leque e soluções de design e criação do seu próprio cartaz. Para além do ícone da rotação e redução/ampliação, observa-se um botão interativo que permite a alteração da fonte de letra e outro relacionado com a alteração da cor, e a respetiva escala relacionado com o tamanho da fonte (fig. 95).

6.2.1.6 Ecrãs finais

Introdução



Apresentação do respetivo ícone.



Apresentação da Capa principal



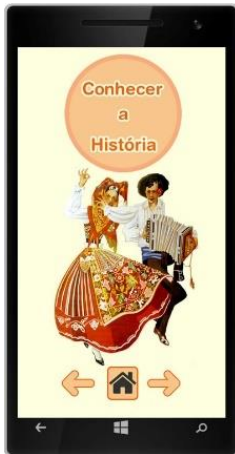
Introdução à aplicação.



Menu Inicial.

Figura 96: Conjunto de imagens da parte introdutória da app Designit.

Tópico: “Conhecer a história”



Tópico relativo ao “Conhecer a História”



Texto explicativo do tópico “Conhecer a História”.



Escolha de uma das respetivas décadas.



Texto e figura ilustrativa de 1930.



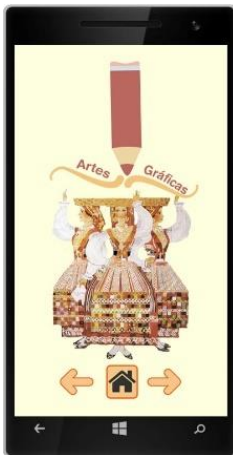
Texto e figura ilustrativa de 1940.



Texto e figura ilustrativa de 1950.

Figura 97: Conjunto de imagens da parte introdutória da app Designit.

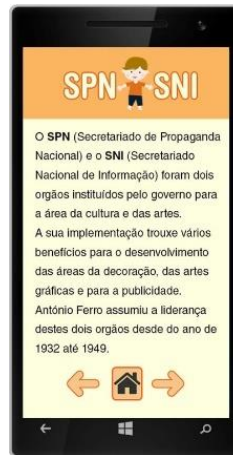
Tópico: “Artes gráficas”



Tópico relativo às “Artes Gráficas”. Neste tópico é possível conhecer factos que foram importantes para o desenvolvimento das artes gráficas em Portugal, nas décadas de 30,40 e 50 do século XX.



Categorias integradas no tópico: “As Artes Gráficas”.



Texto explicativo da categoria: “SPN/SNI”.

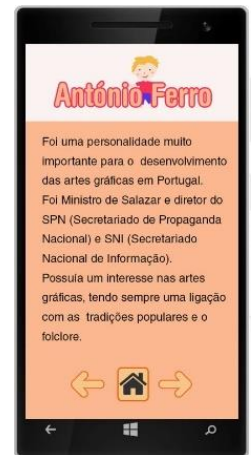


Fig 121. Texto explicativo da categoria “António Ferro”.

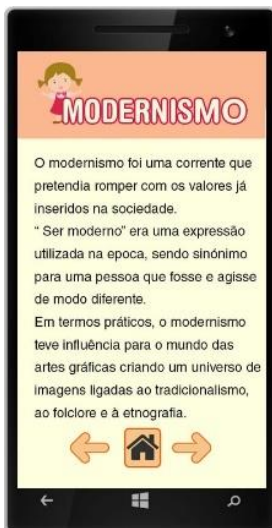


Fig 122. Texto explicativo da categoria “Modernismo”.

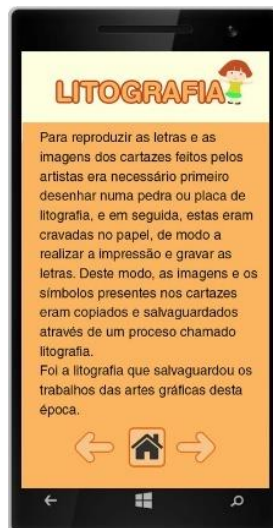


Fig 123. Texto explicativo da categoria “Litografia”.

Figura 98: Conjunto de imagens do tópico “Artes Gráficas”

Tópico: “Artistas”



Tópico relativo aos “Artistas”. Neste tópico é possível conhecer os artistas que foram responsáveis pelo desenvolvimento de alguns dos cartazes da Romaria da Sra. d’ Agonia.



Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da Romaria: “Alberto Sousa”.



Ampliação do cartaz do artista “Alberto Sousa”.



Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da Romaria: “Carlos Carneiro”.



Ampliação do cartaz do artista “Alberto Sousa”.



Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da Romaria: “Carolino Ramos”.



Ampliação do cartaz do artista “Carolino Ramos”.



Ampliação do cartaz do artista “Carolino Ramos”.



Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da Romaria: “Jaime Isidoro”.



Ampliação do cartaz do artista “Jaime Isidoro”.



Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da Romaria: “Joaquim Lopes”.



Ampliação do cartaz do artista “Jaime Isidoro”.



Fig 136. Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da Romaria: “Luís Filipe”.



Fig 137. Ampliação do cartaz do artista “Luís Filipe”.



Fig 138. Ampliação do cartaz do artista “Luís Filipe”.

Figura 99: Conjunto de imagens do tópico “Artistas”.

Tópico: “Ser Artista”



Apresentação à categoria “Ser artista”, sendo automaticamente realizada o carregamento das imagens.



Apresentação das categorias dos elementos visuais disponíveis.



Apresentação e respetiva escolha das imagens.



Escolha da respetiva imagem.



Rotação da respetiva imagem, recorrendo ao uso da escala.



Possibilidade de adicionar texto.



Inserção do respetivo texto.



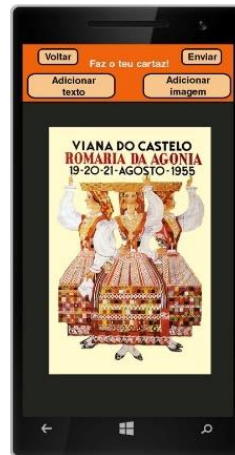
Ampliação/redução do respetivo texto.



Apresentação e respetiva escolha do tipo de letra.



Alteração da cor do tipo de letra escolhido.



Finalização do cartaz.



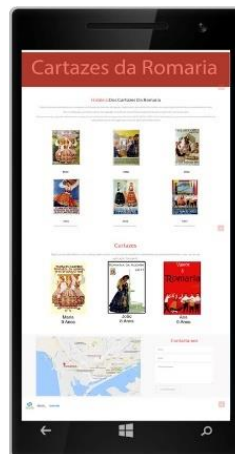
Solicitação dos dados para o envio do cartaz.



Após o envio do cartaz é possível verificar se este se encontra disponível no site online.



Apresentação do respetivo site ligado à app Designit.



Apresentação do respetivo site ligado à app Designit.

Figura 100: Conjunto de imagens ilustrativas do tópico “Artistas”

6.3 Protótipo de um website (Front-end e Back-end)

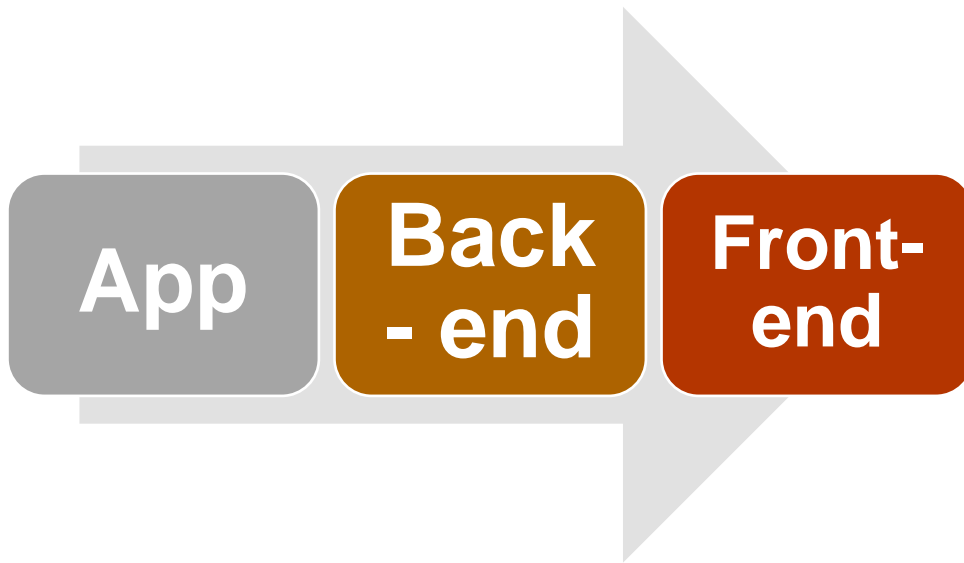


Figura 101: Esquema explicativo entre a app, o front e back-end.

A ligação entre a app, o back e front-end relaciona-se com a validação do cartaz por parte do administrador no back-end e sua apresentação a público para votação no respetivo front-end.

Como já designado, o principal objetivo deste site é consolidar a votação dos cartazes desenvolvidos na aplicação Designit e introduzir o seu utilizador para o projeto em si e a possibilidade de votar no seu cartaz favorito.

6.3.1 Front- end

O front-end consiste na página de navegação apresentada ao utilizador, tendo como funcionalidade recolher a informação inserida anteriormente no back-end.

6.3.1.1 Página inicial

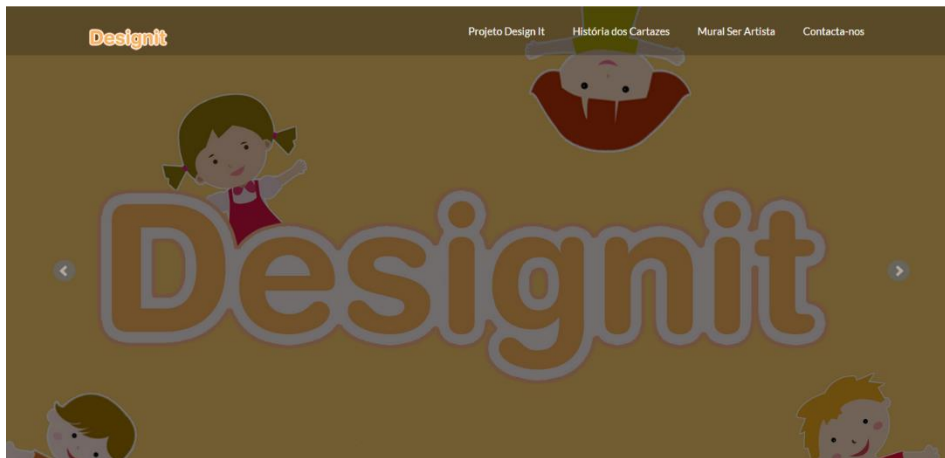


Figura 102: Imagem ilustrativa da pagina home/index do site da aplicação

Funcionalidade da página

Nesta pagina é efetuada um resumo do projeto e do seu âmbito, tem como objetivo demonstrar ao seu utilizador a finalidade da sua criação, tendo do lado direito as restantes paginas do site.

6.3.1.2 Apresentação do projeto

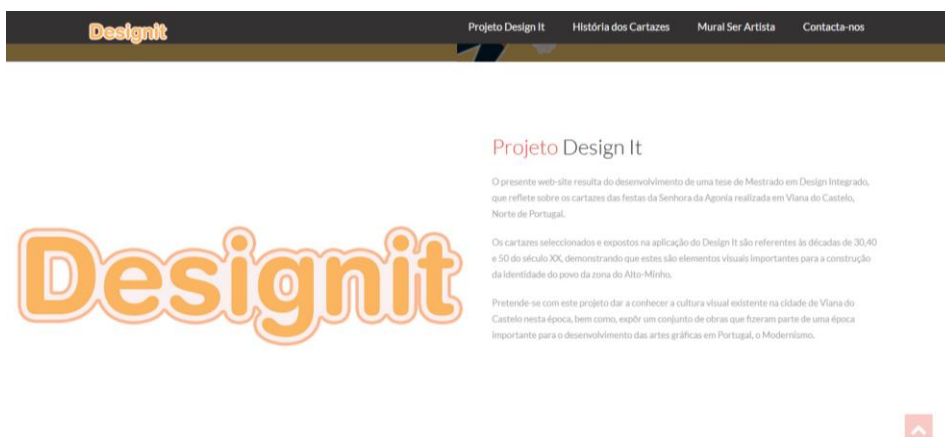


Figura 103: Imagem ilustrativa da pagina home/index do site da aplicação.

Funcionalidade da página

Como o próprio nome indica, esta página tem como propósito esclarecer a finalidade deste projeto ao utilizador, demonstrando o âmbito em que o mesmo se encontra inserido.

6.3.1.3 Mural Ser Artista

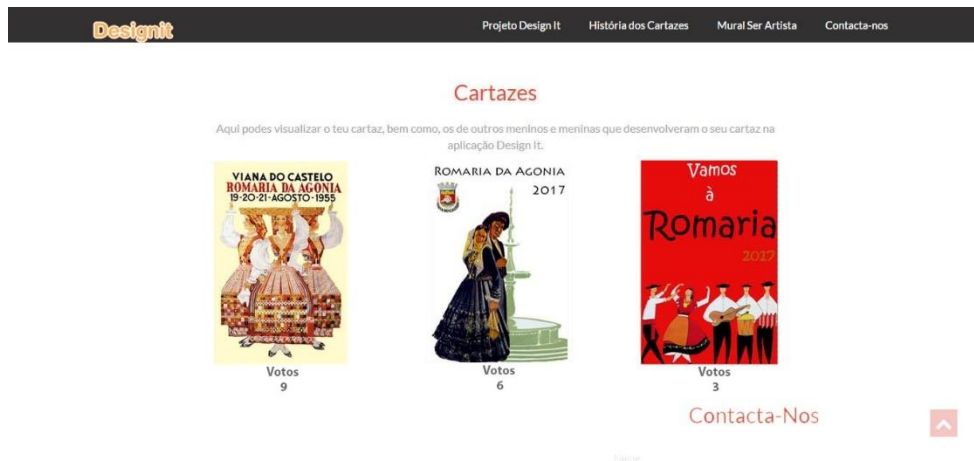


Figura 104: Imagem ilustrativa da página “Mural Ser Artista”

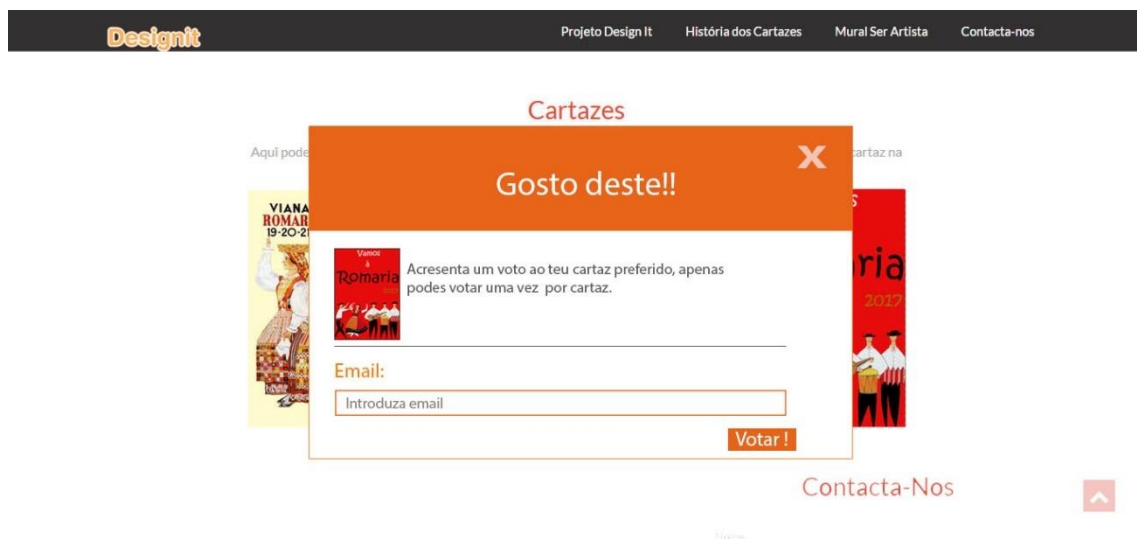


Figura 105: Imagem ilustrativa da opção de votar do “Mural Ser Artista”

Funcionalidade da página

A página “Mural Ser artista” tem como funcionalidade agrupar os cartazes, permitindo ao público em geral e aos participantes da app, votar no seu cartaz favorito.

6.3.1.4 Contactos

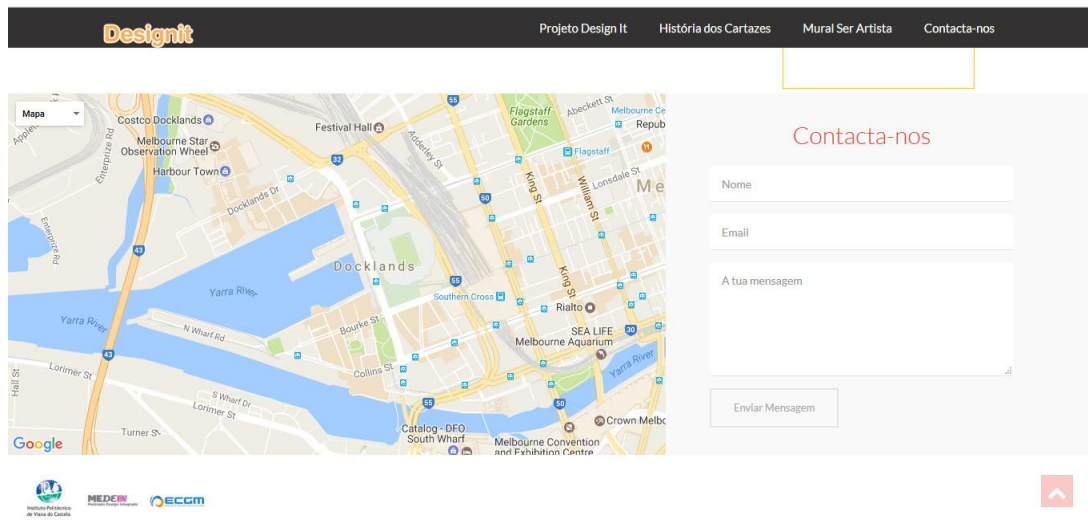


Figura 106: Imagem ilustrativa da página “Contactos”.

Funcionalidades da página

Esta página permite que os mais curiosos entrem em contacto com a equipa que desenvolveu o projeto, escalrecendo qualquer dúvida existente ou assunto pendente. É apresentado também um mapa, onde é possível verificar a localização de onde o projeto foi concebido.

6.3.2 Back-end “Componente administrador”

O back-end consiste numa área a que somente o administrador tem acesso para gerir a informação que é apresentada ao utilizador, através do front-end.

Classifica-se o back-end como o componente do software que trata da informação que é apresentado no front-end ou Graphical User interface (GUI).

Por norma, a base de dados de uma aplicação é trabalhada através de um back-end, estando o acesso condicionado a administrador ou responsáveis, onde é necessário inserir um username e uma password para aceder (fig. 107).

Login para o backOffice

Username

Password

Criar novo administrador ?? Passa a ter acesso ao nosso backOffice
clique aqui (funcionalidade desativada para nao haver erros de administradores)

[Entrar](#)

Figura 107: Login/entrada para os administradores.

O back-end tem como função aprovar os cartazes concebidos na app Designit, gerir categorias, inserir e validar as imagens, como se pode observar nas seguintes figuras.

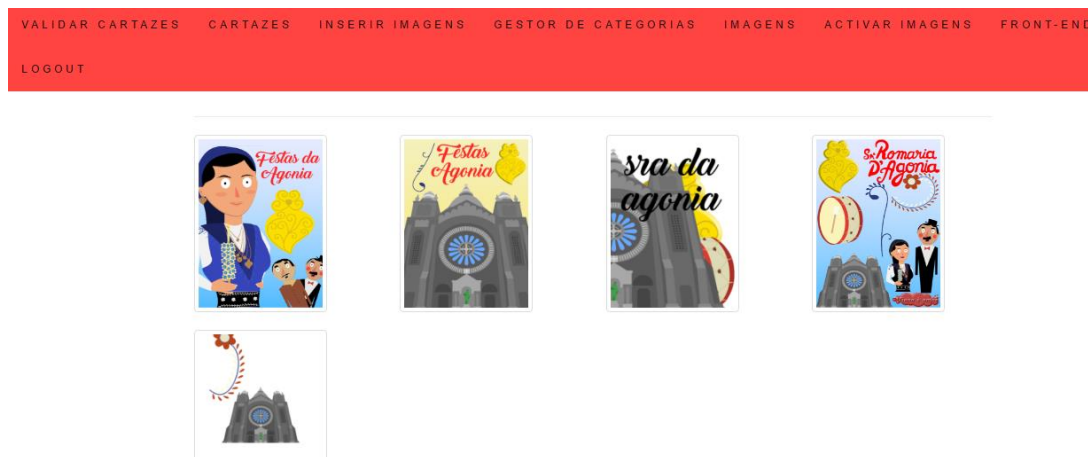


Figura 108: Figura ilustrativa da validação dos cartazes

Quando os cartazes são enviados a partir da aplicação Designit, é necessário uma aprovação antes dos cartazes se encontrarem disponíveis para votação, sendo os cartazes aprovados nesta página pelo administrador.

VALIDAR CARTAZES CARTAZES INSERIR IMAGENS GESTOR DE CATEGORIAS IMAGENS ACTIVAR IMAGENS FRONT-END LOGOUT

Adicionar Imagem na Base de Dados

Década	Década a que diz respeito a imagem
Categoria	Bordados
Procurar imagem	Escolher arquivo Nenhum arquivo selecionado

BACK-END

Figura 109: Figura ilustrativa de inserir imagens e gerir categorias.

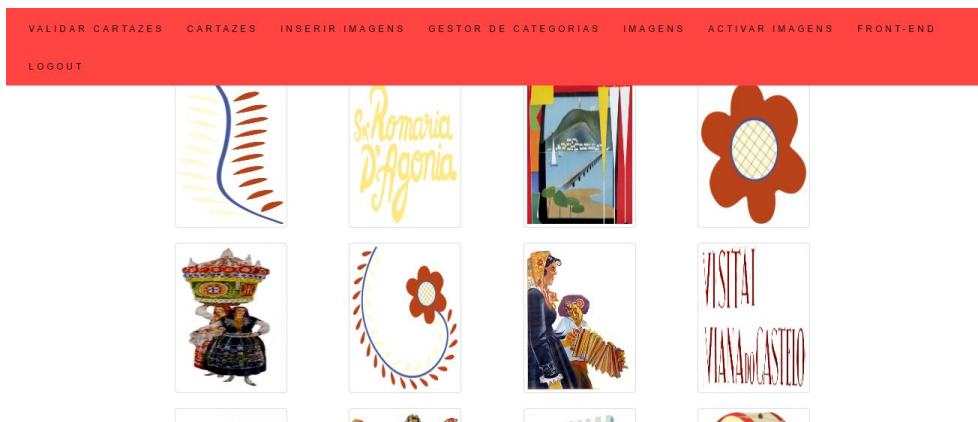


Figura 110: Figura ilustrativa das imagens validadas e presentes na app Designit.

De modo a organizar e a inserir as imagens para a app Designit, é necessário inserir a respetiva década da imagem, a categoria a que ela pertence e submeter (fig 109). Após o envio da mesma, esta aparece disponível na app para utilizar nos cartazes (fig 110).

6.4 Conceção do Storyboard da aplicação

Define-se o storyboard como um guia de ordem visual que tem como principal objetivo explicar e expor as principais cenas de uma obra audiovisual. Por norma, consistem em desenhos simples e pouco orientados para o detalhe, preocupando-se sempre com a organização da obra visual e o seu objetivo final de apresentação. Consiste no esqueleto estático da representação audiovisual, sendo a sua representação a orientação das ideias e o modo como o resultado audiovisual se pretende. É uma ferramenta utilizada para filmes, animações 2D ou 3D, videogames, seriados, novelas, comerciais, videoclipes e até em propaganda política.⁵⁰

A criação do storyboard (Anexo II) da app Designit consistiu na organização dos ecrãs e como os mesmos seriam orientados, de modo a transmitir a ideia do funcionamento desta interface. Para além da organização dos respetivos ecrãs, foi acrescentado um pequeno texto explicativo com o intuito de elucidar sobre as funcionalidades e a informação presente.

6.5 Demonstração da aplicação: vertente interativa

Após a criação do storyboard foi necessário dar realidade e interatividade aos ecrãs. De modo a simular a interação e o funcionamento dos ecrãs foi utilizado o Prottapp, uma plataforma online que permite simular a interação entre os esboços de ecrãs como se pode observar na fig. 166.

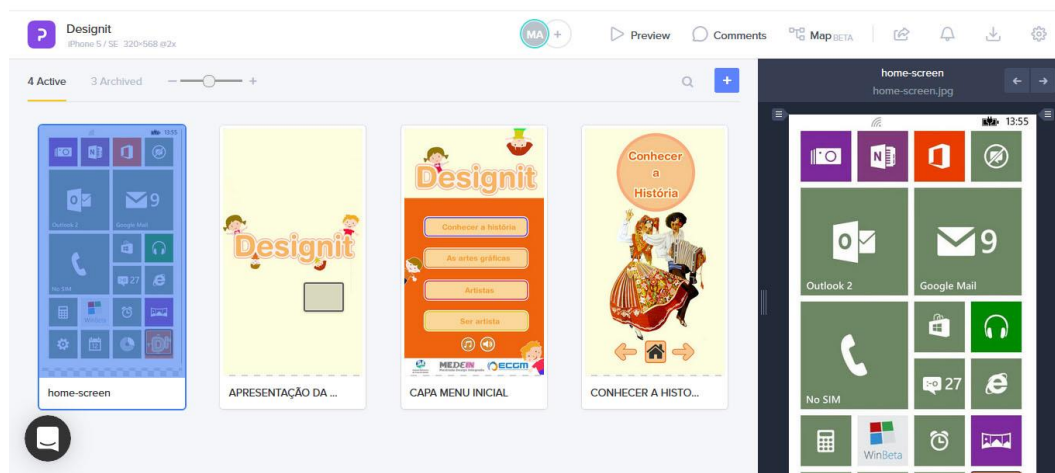


Figura 111: Plataforma Prottapp e os respetivos ecrãs da app Designit.

⁵⁰ <http://modelosdestoryboards.blogspot.pt/p/o-que-e-um-storyboard.html> acessado a 18-1-2017

O prottapp é classificado como o “Recreio para equipas ligadas ao desenvolvimento de produtos digitais”⁵¹ .

Permite dar forma às nossas ideias, a criação dos wireframes, tendo uma variedade de elementos de UI integrados. Através da interação e upload dos esboços dos ecrãs pode-se desenvolver facilmente protótipos, sendo possível fazer o link entre os ecrãs e adicionar transições com facilidade. Por fim, permite adicionar pessoas e partilhar o projeto. Para além da interação entre ecrãs é possível a criação de apresentações com já algum nível de interatividade.

Numa primeira fase com o prottapp é realizado um upload dos ecrãs por a respetiva ordem, sendo posteriormente aplicadas interações, de modo a unir os ecrãs e a demonstrar o seu resultado final, ou seja, o protótipo.

Realizando o upload e respetiva colocação das interações, é elaborado uma apresentação final, podendo-se escolher a cor do smartphone e o respetivo fundo (fig. 112.).

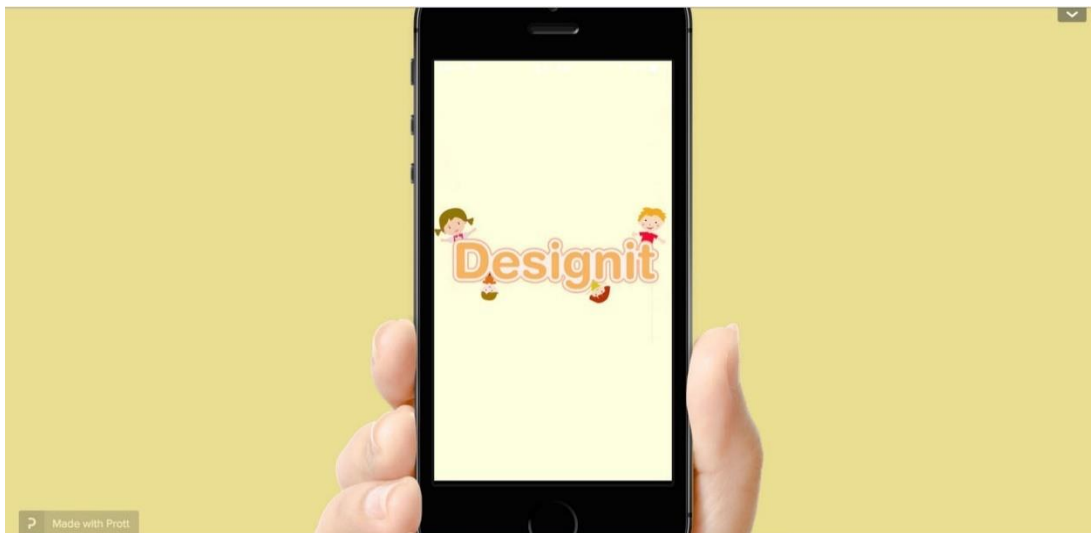


Figura 112: Plataforma Prottapp e os respetivos ecrãs da app Designit.

A plataforma Prottapp é de facto uma ferramenta de simples utilização e fácil aplicação, permitindo aos designers dar vida aos seus mockups e dar a perceber o funcionamento e a vertente interativa da app .

⁵¹ Traduzido pelo autor: “A playground for digital product teams”. Informação disponível em <https://prottapp.com/> acedido a 22-1-2017.

7. Parte VII – *Considerações Finais*

Dado a envolvente de cultura visual exposta nos cartazes da Romaria da Sra. d' Agonia, classifica-se os mesmos como excelentes exemplos que refletem que o design é uma área que permite salvaguardar todo um conjunto de elementos de índole histórico e cultural, pois são suportes gráficos onde se observa imagens típicas da zona do Alto-Minho e da cidade de Viana do Castelo.

Uma vez que a semiótica consiste na disciplina que estuda todas as variedades dos signos, a sua junção ao design de comunicação é imprescindível para alcançar o sucesso da transmissão de uma mensagem visual à interpretação de uma expressão gráfica ou de um processo visual sendo sempre baseado no conjunto de elementos visuais representados.

A estes elementos visuais observa-se sempre a presença de um conjunto de signos que facilitam a comunicação, pois é-lhes atribuído um processo de significação onde é associado a uma ideia pré-concebida, e conseqüentemente uma denominação ou ideologia. O design de comunicação e gráfico são duas áreas compostas por imagens e dinâmicas visuais para comunicarem como o seu recetor, a imagem necessita de ser transmitida com clareza e objetividade, senão o mesmo não consegue interpretar devidamente o conteúdo presente na imagem.

Conclui-se precisamente que a mensagem por detrás de uma imagem é constituída por um conjunto de sinais e códigos, distinguindo o fator cultural como um meio fundamental e por isso, essencial para a compreensão e a integração das imagens.

Os signos presentes nos cartazes da Romaria carregam uma mensagem visual ligado ao conceito de cultura de lugares, sendo estes suportes constituídos por uma organização complexa de signos, simbologias e significações.

Define-se que um código é regra elementar da significação, na qual este determina as predefinições e liga a área da semiótica ao design de produtos de comunicação e ao design gráfico.

Após uma análise aos cartazes conclui-se que foram vários os nomes que se destacaram e se ligaram à história dos cartazes da Romaria da Sra. d' Agonia, sendo considerado na época, que os cartazes tinham de ser criados e desenvolvidos por mestres na área, ou seja, por artistas.

Constata-se nas décadas de 30, 40 e 50 do século XX nomes como: Carolino Ramos (1940/1950), Luís Filipe (1934,1943/1948), Alberto Sousa (1953) Carlos Carneiro (1955), Joaquim Lopes (1956), Jaime Isidoro (1957) e António Sousa (1959), foram responsáveis pela conceção dos cartazes, imortalizando os seus nomes e tronando-se marcos na historia dos cartazes e nas festas da agonia. Nomes como Carolino Ramos e Luís filipe são dois exemplos de artistas de enorme estima por parte dos vianenses, sendo que os trabalhos desenvolvidos por estes marcaram os habitantes desta cidade e

ficaram na história dos cartazes. Foram duas personalidades que detinham e sabiam transpor para as suas obras a sintonia, a harmonia e a vivacidade que é era próprio desta festa e Romaria.

Após uma análise aos cartazes, destaca-se o mesmo como objeto de património visual que agrega todo um simbolismo histórico e cultural identificativo de um local e conjunto de épocas temporais.

É de facto um suporte gráfico com uma forte imponência, onde se interpreta o mesmo como um símbolo repleto de elementos visuais que exprimem um conjunto de componentes de índole histórico, cultural e social que salvaguardam uma história passada e transportam um legado cultural.

Todos as as imagens presentes, e os artistas, construíram e contribuíram para a formação do conceito de património visual.

Dado a natureza artística abordada nos cartazes, caracteriza-se os mesmos como suportes ligados a uma forte vertente etnográfica, devido aos múltiplos elementos de índole tradicional e de cultura popular, sendo precisamente este conjunto de elementos que salvaguardam a história passada e o seu processo sógnico.

A desconstrução dos elementos visuais valoriza o cartaz enquanto um suporte repleto de imagens e elementos tipográficos, que constroem a cultura de lugares da cidade de Viana do Castelo e compõem a história da tipografia portuguesa.

A presença de uma multiplicidade de elementos visuais nos cartazes remete para que os cartazes são classificados e interpretados como objetos de património visual.

São de facto objetos que agregam todo um simbolismo histórico e cultural identificativo de um local e conjunto de épocas temporais;

Os cartazes são vistos como suportes que detém uma enorme diversidade de cores, conteúdos, imagens, e uma utilização recorrente à tipografia enquanto meio informativo.

A tipografia é um elemento tão ou mais importante que as imagens e os símbolos representados. Acrescenta-se que a tipografia presente resulta de uma adaptação e conjugação da criatividade do artista ou desenhador litógrafo com características provenientes de estilos de letra já existentes como, por exemplo, a Bodoni.

Este conjunto de elementos visuais fazem parte do legado cultural visual vianense, visto que os mesmos refletem o conceito de tradição e de cultura popular pertencentes à cidade de Viana do Castelo e ao povo do Alto-Minho.

Resumindo, o cartaz da Sra. d' Agonia, é um excelente meio que permite salvaguardar a história da tipografia a nível português e minhoto.

A criação de uma ferramenta de multimédia (app) permitiu salvaguardar em suporte via digital os cartazes com os autores devidamente identificados, conservando deste modo, o simbolismo e o conteúdo presente. A criação e o desenvolvimento da aplicação

“Designit” teve como objetivo demonstrar, que a união entre a área relacionado com o património visual e a tecnologia, podem resultar numa mais-valia, imortalizando o esplendor do conteúdo visual vianense.

O desenvolvimento dos protótipos da App e sua ligação com o website permitiu que a criança/utilizador obtivesse uma experiência lúdica e captasse um conjunto de informações de ordem visual. A interação com a app consegue transmitir todo um conteúdo gráfico, possibilitando que a criança desenvolva a sua cultura visual através da apreensão do conceito de cultura de lugares.

A envolvência da Viana Festas neste projeto consistiu como meio direto e de contacto com o mundo do cartaz e com o espírito envolvente, percebendo que o cartaz é de facto um elemento chave para a Romaria de Nossa Sra. da Agonia, cidade de Viana do Castelo e para a região do Alto-Minho. A união com o ambiente académico e o ambiente associativista permitiu reunir informações próprias e determinantes sobre a importância que o cartaz, consolidando um elo de ligação entre a academia e uma associação, a Viana Festas. A abordagem da entrevista (anexo I) aos membros da Viana Festas permitiu conhecer melhor a relação que o cartaz desempenha perante a Romaria e a sua importância no seio vianense.

Nos anos 30, 40 e 50 do século XX observa-se todo um desenvolvimento na área das artes gráficas e decorativas, contribuindo para o desenvolvimento futuro do design gráfico. Foram um conjunto de décadas onde se observou a implementação da corrente modernista e as ideologias definidas por António Ferro, uma figura de peso para o progresso do design gráfico.

O processamento da impressão era baseado na litografia, sendo que esse processo possui algumas dificuldades acrescidas no desenho e na tipografia, visto que o conteúdo tem de ser desenhado para uma pedra litográfica e na segunda fase impresso.

A qualidade de impressão encontrava-se dependente por vezes das qualidades artísticas do desenhador-litógrafo. Foi precisamente esta figura, o responsável por a preservação de todo um conteúdo gráfico nas décadas de 30, 40 e 40 do século XX. Através de uma ligação e contextualização à história, conclui-se que o modernismo influenciou o desenvolvimento dos cartazes, visto que se baseava num movimento que se destacava pelos seus valores de irreverência. Tinha como princípio romper o conjunto de valores e ideais impostos da época, sendo uma das figuras emblemáticas para a introdução desta corrente, o Fred Kradolfer. Percebe-se que foi de facto a invulgaridade e o modo como interpretava e via a arte, aspetos importantes para introduzir o modernismo em cenário Português. As décadas de 30, 40 e 50 do século XX foram décadas importantes para o desenvolvimento das artes gráficas em Portugal,

devido à figura de António Ferro e dos órgãos do SPN e SNI, que permitiram a exposição dos trabalhos dos artistas modernistas da época, dando a conhecer os seus trabalhos em revistas de índole nacional como a ABC, Contemporânea, Ilustração Portuguesa, entre outras.

Para além das revistas também foram importantes para o desenvolvimento do modernismo nomes como, Almada Negreiros, Jorge Barradas, Martins Barata, Fred Kradolfer, Stuart de Carvalhais, Bernardo Marques, Carlos Botelho, Thomaz de Mello, Maria Keil, Sarah Afonso, Emmérico Nunes, Manuel Lapa, Paulo Ferreira, Alberto Cardoso, entre outros.

A influência destes artistas e a presença de António ferro foram responsáveis por transformar o cartaz da Romaria da Sra. d' Agonia num suporte que representa o grafismo português, visto que resulta da conjugação de elementos de cariz tradicional, etnográfico e popular.

Em termos futuros pretende-se desenvolver uma parceria com o Município de Viana do Castelo com o intuito de implementar o projeto do Designit em comunidade escolar. Pretende-se igualmente promover um projeto integrando a Biblioteca Municipal de Viana do Castelo (anexo III), com o objetivo de desenvolver um meio informativo e relacionada com a componente do grafismo presentes dos restantes cartazes da Romaria.

As mais-valias deste projeto incidem no facto do mesmo ser pioneiro na zona de Viana do Castelo e por não se ter conhecimento da realização de algum trabalho que reconhecesse os cartazes e efetuasse a sua análise.

Conclui-se igualmente que estas obras fazem parte do legado cultural regional e nacional, não só na vertente histórica, mas também como testemunho tangível e peça integrante do espólio das áreas de design gráfico em Portugal.

Pretende-se com este projeto configurar um contributo à difusão do conhecimento visual, alimentando o entendimento acerca do passado com vista à construção de um edifício sólido de saberes para exploração e desenvolvimento pelas gerações futuras.

8. Bibliografia

- AA.VV.** (2003). Cadeiras Portuguesas Contemporâneas. Porto: ASA Editores.
- AA.VV.** (2005). O Tempo do Design Anuário 2000. Lisboa: Tipografia Peres.
- AA.VV.** (2009). Uma imagem da Nação: Traje à Vianesa. Viana do Castelo: Câmara Viana do Castelo
- ABREU, A.** (2009) - Cartazes da Romaria da Sra. d' Agonia: Anunciar a festa, 1912-2002. Viana do Castelo: Serviços de publicações da Câmara Municipal de Viana do Castelo.
- ABREU, A.** (2006) Sobre as Festas da Agonia. Viana do Castelo: Viana Festas.
- APARO, E. SOARES, L.** - Sei progetti in cerca d'autore | Seis projectos a' procura de autor. Firenze: Alinea, 2012. ISBN- 978-88-6055-699-8.
- AZEVEDO, M, CURRALO, A.F.** Contributos de design para um legado cultural visual: o cartaz da romaria D' Agonia. Congresso Designa 2015: Identidade/Identity proceedings, atas. Universidade Beira Interior, 2015
- AZEVEDO, M.** (Entrevistador); Barreto, S. & CRUZ, J. (Entrevistados); (2015) - Entrevista à Viana do castelo: Viana Festas, 5-11-2015.
- AMARAL, I, GAMA, M, G, GUEDES, M.G. (2012).** Perceção Infantil dos Logótipos: Cores. V World Congress on Communication and arts. Guimarães: PORTUGAL
- BARBOSA, H.M.** (2011). Uma história do design do cartaz português do século XVII ao século XX. Universidade de Aveiro: Departamento de Comunicação e Arte. Aveiro: Portugal.
- BATISTA, C.R, ULRICHT, V.R** (2013). O Design de Ícones para o website "Iconografia da Ilha de Santa Catarina" in 6º Conakupa- Congresso Nacional de Ambientes Hipermedia para aprendizagem.
- BAUMAN, Z.** (1999). Globalização: As consequências humanas. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor.

- BRINGHURST, R.** (1946). The elements of typographic style. Canada: Hartley and Mark, publishers.
- CHARRÉU, L.** (2003). A Cultura Visual e as Novas Perspectivas Críticas para a educação Visual. Revista Aprender. Escola Superior de Portalegre. Nº27, p.10-27.
- CHAVES, I.C.** (2014). Tecnologia e infância: um olhar sobre as brincadeiras das crianças. Universidade Estadual de Maringá- Centro de Ciências humanas, letras e artes curso de pedagogia.
- COORD. VIANA, R. A., PEIXOTO, A, M.** (1996). A Falar de Viana. Viana Festas: Câmara Municipal de Viana do Castelo.
- COORD. VIANA, R. A., PEIXOTO, A, M.** (2000). A Falar de Viana. Viana Festas: Câmara Municipal de Viana do Castelo.
- COORD. VIANA, R. A., PEIXOTO, A, M.** (2005). A Falar de Viana. Viana Festas: Câmara Municipal de Viana do Castelo.
- COSTA, A.P; Costa, E.B.** (2013). Contributos para o desenvolvimento de software educativo tendo por base processos centrados no utilizado. Revista de Educação Matemática e Tecnológica Iberoamericana – vol. 4 - número 2.
- CURRALO. A.** (2009). Design tipográfico do caixotim ao teclado. Actas de Diseno y Comunicacion, Universidade de Palermo, Buenos Aires, Argentina.
- ECO, U.** (1997). O signo. Lisboa : Editorial Presença.
- FANTIN, M, RIVOLTELLA, P.** (2010). Crianças na era digital: Desafios da Comunicação e da educação. Sorocaba: São Paulo.
- FRAGOSO, A.M.** (2009). Formas e Expressões da Comunicação Visual em Portugal: Contributo para o estudo da cultura visual do século XX, através das publicações periódicas. Faculdade de Arquitetura- Universidade Técnica de Lisboa. Lisboa: Portugal.
- JOHNSON, J, HENDERSON, A.** (2002). Conceptual Models Begin by Designing What to Design in Interactions, Volume 9. P.25-32.
- JOLY, M. (1994).** Introdução à Análise da Imagem. Lisboa: Edições 70.

LACERDA, A. (2011). O Paradigma da Comunicação Visual e dos signos identificadores e na Sociedade Contemporânea. Faculdade de Arquitetura da Universidade Técnica de Lisboa: Lisboa.

LATOUR, B. (2014). Um Prometeu cauteloso? Alguns passos rumo a uma filosofia do design (com especial atenção a Peter Slotedijk). (Vol. 6). São Paulo: Agitprop.

LIMA, R. (2011). O uso da cor na produção de websites infantis sob a perspectiva dos produtores. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Comunicação Social. Porto Alegre.

LUGOBONI, L.F. (2012). A linguagem tipográfica: modos de utilização de letras fantasias na comunicação contemporânea. Interprogramas de Mestrado em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero.

LUPTON, ELLEN. (2006). Pensar com tipos. São Paulo: Cosac&Naif.

MARCUS, A. (2002). The Cult of cute: The Challenge of User Experience Design. Interactions, p.29-32.

MARQUES, V. (2014). Marketing Digital 360. Coimbra: Conjuntura Actual Editora.

MEDEIROS, A et al. (2009). Uma imagem da Nação: Traje à Vianesa. Viana do Castelo: Câmara Municipal de Viana do Castelo.

MUNARI, B. (1968)- Design e Comunicação Visual. Lisboa: Edições 70.

NIELSEN, J. (1995). 10 Usability Heuristics for User Interface Design. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.

O Ícone e a sua relevância no meio digital: o caso da app store da Apple inc. (2012). II Conferência internacional de integração do design, engenharia e gestão para a inovação, Florianópolis, Brasil.

PADILHA, C. R. et al. (2014) – O Papel das instituições museológicas na sociedade da informação/conhecimento. Perspetivas em Ciência da Informação. Vol.19, n.2, Abr./Jun, p.68-82.

PINTO, M. S. (2007). Modernismo em língua desdobrada: Portugal e Brasil. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

RIOS, E; AFONSO. E. (2009). Viana do Castelo 75 décadas de historia 75 figuras notáveis. Viana do Castelo: Câmara Municipal de Viana do Castelo.

ROCHA, Carlos de Sousa ; NOGUEIRA, Mário Marcelo. (1995). Design gráfico : panorâmica das artes gráficas II. Lisboa : Plátano.

RODRIGUES, D. (s.d) .Património cultural, Memória social e Identidade: uma abordagem antropológica. Lisboa: Universidade da Beira Interior.

SOUSA, C.J. (2011). Implementação de Exposições Virtuais em Ambiente Tridimensional em Museus de Ciência e Técnica. (Tese de Mestrado). FEUP-Faculdade de Engenharia Universidade do Porto. Porto: Portugal.

SOUSA, M. (2002). Guia de tipos: Métodos para o uso das fontes.

9. WEBGRAFIA

<http://www.tipografos.net/portugal/fred-kradolfer.html> (acedido a 11 de Abril de 2016);

<http://vianafestas.com/pt/eventos-e-romarias/romaria-sra-da-agonia> (acedido a 12 de Abril de 2016);

<http://www.portugues.com.br/literatura/modernismoportugal.html> (acedido a 12 de Abril de 2016);

<http://design.blog.br/design-grafico/helvetica-a-fonte-mais-famosa> (acedido a 11 de Fevereiro de 2015);

<http://modelosdestoryboards.blogspot.pt/p/o-que-e-um-storyboard.html> (acedido a 10 de Janeiro de 2015);

<https://prottapp.com/> (acedido a 20 de Janeiro de 2015);

10. Anexos

10.1 ANEXO I: Entrevista à Viana Festas

Data: 5-11-2015

Local: Viana Festas

Hora: 10h00

Duração: 43 minutos

Tema: Cartazes dos anos 40 e 50 da Romaria de Nossa Sra. d' Agonia

1ª Questão: Qual a importância e o impacto que estes cartazes poderiam ter para a Viana Festas enquanto associação?

Sameiro Barreto: Que Cartazes Marlene?

Marlene: os da década de 40 e 50.

Neste caso, em princípio nós íamos fazer da era modernista, só que como estive a pesquisar há 4 em Portugal, desde 1917 e, de modo, a focar acho que era mais interessante dos anos 40 e 50 porque foi quando António Ferro, ministro de António Salazar, começou com o Secretariado Nacional de Informação e a dar valor ao cartaz bem como à criação do galo de Barcelos e ícones nacionais.

São duas décadas interessantes para se estudar devido aos cartazes e dos autores, artistas e pintores vianenses ligados como por exemplo, o Luís Filipe.

Sameiro Barreto: Carolino Ramos

Marlene: exato

Sameiro Barreto: Cartazes estes muitos que foram reproduzidos ainda há poucos anos.

O cartaz seja da década de 40, de 50, não interessa as décadas, o cartaz é a imagem das festas da Agonia. O cartaz é o que promove as festas da Agonia.

Nós somos bombardeados todos os anos para fazer publicidade em Televisão, rádios e jornais, nós não fazemos, publicidade paga não é connosco, até porque nós não temos verbas direcionadas para isso.

O cartaz não é só de promoção, já faz parte a escolha do cartaz, o concurso, que agora é um concurso, é um evento das festas da Agonia. Já é um marco.

Engenheiro Cruz: a apresentação do cartaz, é o arranque das festas da Agonia.

Sameiro Barreto: por isso já diz a importância que o cartaz tem nas festas. Nós somos todos os anos, não sei se teve oportunidade de ver as exposições que todos os anos fazemos.

Marlene: sim eu vi.

Sameiro Barreto: há cartazes lá que são muito estilizados, muito modernos que até podem agradar a uma determinada faixa etária, mas os que fazem parte do júri, que conhecem as festas da Agonia, dizem logo não se esqueçam é Romaria da Sra. d' Agonia, Romaria é igual à tradição, por isso há coisas que nunca poderemos abdicar. Tem que haver sempre um elemento do traje, o elemento da festa, o que é a festa? Se reparar nos cartazes, os cartazes transmitem os vários momentos da festa da Agonia. Quem não conhece as festas da Agonia pelo cartaz já passa a conhecer. Por isso, é um resumo das festas. Hoje em dia, é um marco, é o arranque das festas da Agonia.

Quando nós fazemos à apresentação do cartaz oficial, que ocorre sempre no mês de Junho, é o arranque das festas, as festas não começam em Agosto, começam nessa altura, por isso, a importância é desta maneira. Nós não poderíamos ter uma festa de Agonia sem Cartaz.

2ª Questão: então o cartaz sai em junho?

Sameiro Barreto: normalmente sai em Junho.

Engenheiro Cruz: em junho é apresentado

3ª Questão: O concurso começou desde de quando?

Sameiro Barreto: Este ano foi o quinto, até 2010, a comissão de festas escolhia, ou um designer.

Engenheiro Cruz: em 2010 ainda foi escolhido.

Sameiro Barreto: foi a partir de 2010, que houve aquela confusão. Então até 2010, a Viana Festas encomendava.

Engenheiro Cruz: ou um fotógrafo, ou um pintor, designer.

Sameiro Barreto: dizíamos mais ao menos o que pretendíamos ter no cartaz e ele apresentava propostas que poderiam ser aprovadas logo à primeira, ou não, pela comissão de festas obviamente.

Ao longo dos últimos anos houve uma confusão. Um movimento que devia de ser concurso porque convidávamos quase sempre as mesmas pessoas, o que não era vida, mas enfim. Que tínhamos muitos jovens na cidade capazes de...que deveríamos de dar hipótese aos profissionais, entende-se por profissionais, os da área de design.

Então optamos por um concurso. O que é engraçado é que no concurso continuam a ser os fotógrafos, ou então pessoas que nada têm a ver com design, alunos de design ou profissionais de design nulos ou quase nulos.

Mas é engraçado porque há pessoas fora de Viana, Porto, Lisboa, o que é interessantíssimo e que conseguem muitas vezes captar a essência das festas sem estarem cá.

O que realmente tem acontecido é que tem sido sempre escolhidas pessoas daqui de Viana. Mas isso é um mero acaso porque nós, eu assisto sempre à escolha, só se abre para ver quem são os autores depois da escolha ter sido efetuada obviamente.

Somos amadores, mas é uma coisa séria. O ano passado tivemos uma alunas, uma era de Design, outra era de marketing. Há 3 anos também, esta ano é que não tinha nada a ver, que era um fotógrafo.

Engenheiro Cruz: amador.

Sameiro Barreto: por isso não sei, até que ponto é que o concurso.

Marlene: é válido.

Sameiro Barreto: válido é.

Marlene: Não vai é de encontra aquele raciocínio inicial.

Sameiro Barreto: Não vai de encontra aquele movimento, que quase que se obriga haver concurso, mas continua a ser interessante e este ano tivemos o maior número de propostas apresentadas.

Engenheiro Cruz: tem vindo a aumentar todos os anos

Sameiro Barreto: acho que é interessante e as pessoas gostam e eu acho que é sempre um prestígio ter sido escolhido para fazer o cartaz das festas da Agonia. Quer, queiramos ou não ainda é a maior Romaria a nível nacional.

Tema: Estudo académico e sua viabilidade

4ª Questão: então considera que este trabalho poderia ter um bom impacto para a Viana Festas?

Sameiro Barreto: eu acho que sim, acho que tudo que servir para dar informação sobre as festas e ligar as festas também à Era moderna porque também muitas vezes nos acusam.

Marlene: de estar presos no passado.

Sameiro Barreto: exatamente, o que é errado porque nós também não podemos abolir as festas ou o programa tradicional das festas e propor um Tony Carreira.

Sim acho que é interessante.

5ª Questão: achavam pertinente um estudo académico sobre os cartazes?

Sameiro Barreto: Sem dúvida.

Tema: Conhecimento de outros trabalhos neste âmbito

6ª Questão: conhece algum trabalho académico ou outros trabalhos realizados neste âmbito? (levantamento etnográfico dos elementos visuais dos cartazes)

Que tenhamos conhecimento não, não quer dizer que não tenham sido feitos, mas que tenham sido entregues aqui cópias ou coisas do género não. Sinceramente não tenho essa ideia.

7ª Questão: Um dos objetivos desta tese era a preservação de um legado cultural visual, ou seja, preservar mesmo o que foi feito no passado, em termos visuais e pela sua cultura. Era discutir um pouco sobre este conceito e se o acham importante, a validade dele, se consideram uma mais-valia? A espécie de um debate sobre este conceito.

Sameiro Barreto: Isso era uma ideia interessante que vocês poderiam fazer, era promover um debate efetivamente. Convidar determinadas pessoas ligadas às festas ou até à própria promoção das festas e promover um debate, isso é uma boa ideia.

Tema: Conceito de Preservação de um legado cultural visual

8ª Questão: E este conceito?

Sameiro Barreto: mas qual é o conceito? repita lá Marlene.

Marlene: conceito do legado cultural visual. É importante hoje em dia?

Sameiro Barreto: claro que sim. Esta década a que se refere, não tenho todos os cartazes na cabeça, mas serviram de base para muitos dos cartazes que se repetiram nas décadas de 80, 90, 2000 e 2010.

Engenheiro Cruz: houve um período que os reproduzíamos por e simplesmente. Houve outro período que serviram de fontes orientadoras para os cartazes que se foram seguindo. Eram pessoas que tinham uma sensibilidade diferente, Luís filipe, Couto Viana eram homens que estudavam as festas e impulsionaram o traje.

Sameiro Barreto: fizeram muito mais pelas festas, do que somente os cartazes.

Fizeram ilustrações e isso também demonstra o efeito e o impacto que tiveram ao longo destas décadas. Se formos à própria opinião das pessoas, elas dizem o cartaz do ano 40 é que era, o do Carolino Ramos é que eram bonitos, as pessoas se referem muito a essa altura. Até gostariam, depois há pessoas que gostam dos cartazes e outros não, não podemos agradar a todos, mas o que se ouve e o que é interessante, porque não fazem reproduções como fizeram a uns anos? Porque realmente marcaram e continuam a marcar. Isso é interessantíssimo.

Engenheiro Cruz: na análise dos cartazes que nos são apresentados às vezes aparecem elementos que são identificados com elementos dessa época.

Sameiro Barreto: porque quer queramos ou não, os próprios alunos ou pessoas, quando o concurso está aberto pedem para vir cá para consultar alguns cartazes que ainda temos aí em arquivo. Depois nota-se que há sempre alguma coisa, uma inspiração digamos. Os cartazes têm de ser originais obviamente, mas há sempre inspiração disto ou daquele. Isto eu, que sou leiga na matéria, os profissionais de Design, que nós também temos profissionais de design no júri, esses então vão logo lá, percebem logo isso. Isso só demonstra o impacto que teve, mas sobretudo o impacto que ainda têm. Isso é importante porque passado 50, 60 anos ainda estão presentes. Esse legado ainda continua vivo.

Marlene: Não tinha noção dessa inspiração tão atual.

Sameiro Barreto: repare mesmo quando fazemos programa ou uma ilustração nos livros, há uma silva que já aparece, e essa silva já apareceu num cartaz, atenção não estou a tirar mérito aos autores de agora, não estão a copiar nem coisa do género só que lhes inspira. Até para nós nos inspira, uma exposição, até as próprias ornamentações, gostaríamos de ter as ornamentações do Carolino Ramos. Não fez só cartazes, até ornamentações da cidade ele fez.

Engenheiro Cruz: bonecas em gesso quase em tamanho natural, mas de 1 metro de altura em que pintou os trajés. Bonecas em gesso pintadas como se fossem lavradeiras.

Sameiro Barreto: falei nisso só para ter noção, a própria escolha, quando temos de decidir entre os candidatos, este relembra o Carolino Ramos.

É um conceito muito importante, sem dúvida porque os cartazes neste caso, os da década de 40 e 50 e não só, serviram de base para futuros cartazes. Houve épocas onde a viana festas se limitava a reproduzir os mesmos e houve anos em que serviram de fonte de inspiração para futuros cartazes.

Nomes como o Luís Filipe e Manuel Couto Viana eram homens com uma sensibilidade diferente e que gostavam e estudavam as festas.

Fizeram muitos mais do que só os cartazes para a festa, fizeram ilustrações e também se nota o impacto que tiveram ao longo destas décadas.

As pessoas referem que os cartazes desta época é que eram bonitos, os cartazes destas décadas marcaram as pessoas.

O que se ouve é que porque não fazem reproduções como nos anos anterior?

O que é engraçado, é que marcaram e continuam a marcar, o que é interessante.

Mesmo na análise dos cartazes que nos são apresentados, há elementos que são identificados com elementos dessa década.

Carolino Ramos não fez só cartazes, também fez ornamentações para a cidade.

Fez bonecas em gesso em tamanho quase natural de mais um metro de altura onde pintou o traje nas bonecas pintadas como se fossem lavradeiras. Eram bonecas de qualidade, tendo um cesto à cabeça como alusão aos cestos das Festas da Rosa.

Quando se tem de fazer escolhas entre os candidatos e estes apresentam as ornamentações, este relembra o Carolino Ramos.

Nós temos de ligar a modernidade continuando com a tradição.

Tema: Aplicações práticas

9ª Questão: para além desta ideia da plataforma, tinham outro tipo de ideia que achariam interessante?

Sameiro Barreto: em relação aos cartazes?

Marlene: sim

Sameiro Barreto: nós já fizemos exposições de cartazes, na altura até houve quem cedesse cartazes, porque nós não os temos todos.

Às vezes as pessoas encontram nos seus sótãos e nos vêm oferecer. Já fizemos exposições, já editamos, inclusive um ou outro livrito com os cartazes que foram feitos.

Mesmo no site da Viana Festas, se clicar lá tem fotos dos cartazes que nós temos.

É claro que faltam muitos mas não podemos fazer nada, quem os tem guarda-os. As vezes pedimos só para ter um registo fotográfico.

Engenheiro Cruz: Carolino Ramos começou a trabalhar nas festas em 1933.

Tema: Era da tecnologia com o conceito da preservação

10ª Questão: considera interessante a junção da era da tecnologia com o conceito de preservação de um legado cultural visual?

É claro que é, hoje em dia como é que se faz?

Repare nós temos o nosso arquivo tudo que é papel hoje em dia se estraga devido às pessoas querem analisar e tocar nos cartazes. Tudo que é virtual, tudo se consegue.

Repare este ano fizemos uma revista digital das próprias festas da agonia.

Há essa necessidade, e muitas vezes recorremos a fotografias antigas, que é o que as pessoas gostam de ver, porque se lembram.

Muitas das vezes as pessoas esquecem-se facilmente, o que são realmente as festas da agonia, por isso é importante ir buscar essas fotografias antigas para as pessoas perceberem que o que existe hoje não foi inventado há dois anos. Pode existir de maneira diferente, mas vem de muito atrás e isso é interessante. As pessoas adoraram esta revista digital porque é muito mais prático e barato, é gratuito o que é fantástico. Há essa ligação da era moderna e de haverem essas novas tecnologias para as festas não morrerem.

A essência das Festas da Agonia

O que são para si as festas da Agonia (direcionado para a Sameiro Barreto)?

Eu deixo essa pergunta para o Engenheiro Cruz que tem mais anos de festa do que eu.

Engenheiro Cruz: as festas da Agonia são um marco na cidade e na vida da cidade, é indiscutível porque gostemos ou não, há um bichinho que temos cá dentro nessa ocasião. Já morei fora, 10/12 anos mais ao menos e quando chegava a época das festas da Agonia arranjava um pretexto para vir a Viana.

Sameiro Barreto: Não é só em nós que existe este entusiasmo, todos os anos temos jovens que nos pedem para trabalhar nas festas porque querem ganhar algum dinheiro, começam em junho dura dois ou três meses, trabalham connosco nos armazéns a construir os carros alegóricos. Temos um que começou em 2000, e que se tornou num dos maiores designers de Viana que é o Rui de Carvalho.

O Rui de Carvalho começou a trabalhar no armazém, começou a criar o bichinho, esta sensibilidade e este gosto que ele tem pelas festas nasceu daí, para além do excelente profissional, ele faz tudo pelas festas da Agonia e não precisa de remuneração por isso, gosta das festas da Agonia.

Como ele, temos alunos que estudaram em Braga e que trabalham no Porto, o ano passado arranjaram emprego, mas disseram logo nós metemos o dia de sábado, dia do cortejo, vieram de borla, trabalhar desde das 5 da Manhã até às 20h da Noite.

Temos dois casos assim, portanto este bichinho fica com toda gente, basta viver as festas um ano, mas viver por dentro, não é assistir enquanto público. Porque se se assiste enquanto público, “ai que seca tanto tempo a estacionar”, “levei tanto tempo a ser atendida no restaurante” essa é a vertente do público. Quando digo viver as festas, é viver cá de dentro, assistir o que para os bombos terem de estar às oito da manhã na praça da republica, o que é preciso. Para os carros saírem daqui às 5 da Manhã para a lameda 5 de Outubro o que é preciso.

Engenheiro Cruz: perceber o que faz ou não falta. Muita gente não compreende e diz vocês lá em baixo não estão a fazer nada, nós para o mês que vem vamos começar a fazer contratos com as bandas.

Marlene: o mês que vem já é dezembro, vocês começam no ano anterior a trabalhar para o próximo

Sameiro Barreto: é exatamente isso, as festas terminaram no dia 23 de Agosto nos no dia 24 de Agosto já tínhamos emails a perguntar as datas para as festas de Agonia de 2016 de agencias de viagens.

O impacto que as festas têm, é isso, as pessoas já querem marcar as férias, as excursões no dia seguinte. As festas têm um impacto tremendo. O cartaz é a maior promoção que podemos fazer das festas. E as festas da agonia quer se goste ou não, é o maior cartaz turístico do concelho de Viana do Castelo.

É por isso que a camara municipal apesar de todas as dificuldades apoia as festas da Agonia, de uma maneira ou outra, porque também tem noção que Viana do Castelo sem as festas de Agonia não é a mesma coisa.

Engenheiro Cruz: mesmo em termos comerciais e industriais, o mês de Agosto é o S. Miguel deles. Muitas vezes lhes dá o oxigénio para o ano todo, e são as festas que atraem essa gente toda cá. Festas de Agonia só em Viana.





Sameiro Barreto: quem assiste às festas de agonia conhece a história de viana, quem assiste as festas de agonia, sabe sempre mais um pouco da história de Viana do Castelo.

Engenheiro Cruz: Não é por acaso;

Sameiro Barreto: O próprio cortejo não é só um desfile de usos e costumes, mas tem sempre uma vertente histórica. Tem o cortejo etnográfico e histórico sempre relacionado com a cidade de Viana do Castelo.

Engenheiro Cruz: há quem junta todos os programas dos cortejos e fica com uma pequena história da cidade de Viana do Castelo.

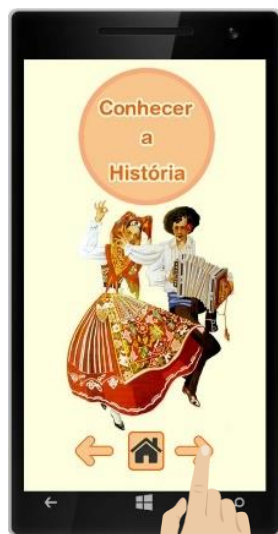
10.2 ANEXO II- Storyboard da aplicação “Designit”

			Introdução
			
<p>Apresentação do respetivo ícone da app.</p>	<p>Apresentação da capa principal.</p>	<p>Introdução à app. Este pequeno texto tem como função explicar ao utilizador o objetivo da app e o tema em que se encontra inserido.</p>	<p>Menu Inicial.</p>

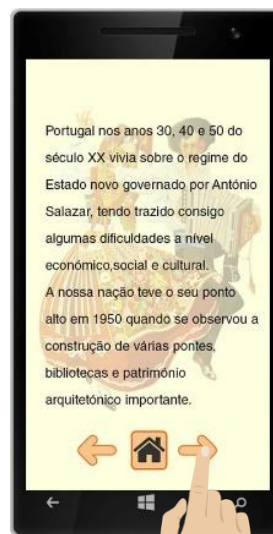
Tópico: “Conhecer a história”



Menu Inicial.



Tópico relativo ao “Conhecer a História”.



Texto explicativo do tópico “Conhecer a História”. Este texto tem como função explicar e inserir o utilizador no âmbito da história.



Uma vez que foram tidos como objeto de estudo três décadas de história distintas, é apresentado ao utilizador, a escolha de uma das respetivas décadas.



Texto e figura ilustrativa da década de 1930.





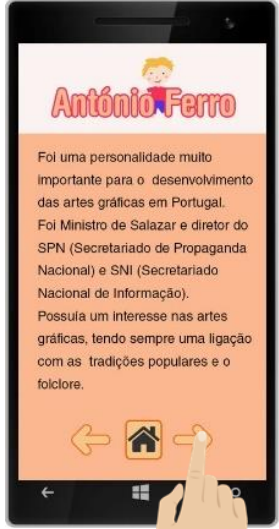

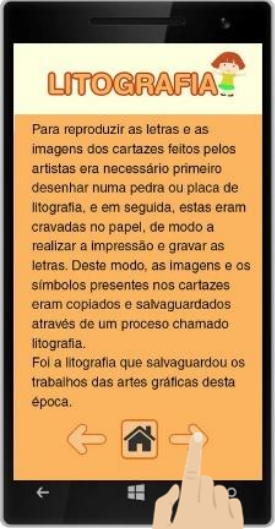


Texto e figura ilustrativa da década de 1940.



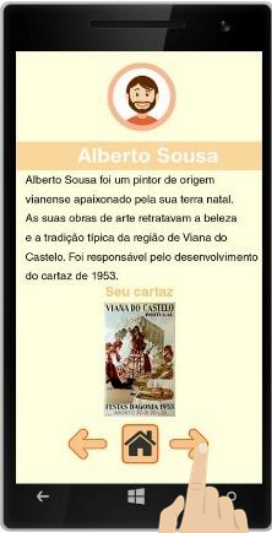



Texto e figura ilustrativa da década de 1950.









Tópico: “Artes Gráficas”

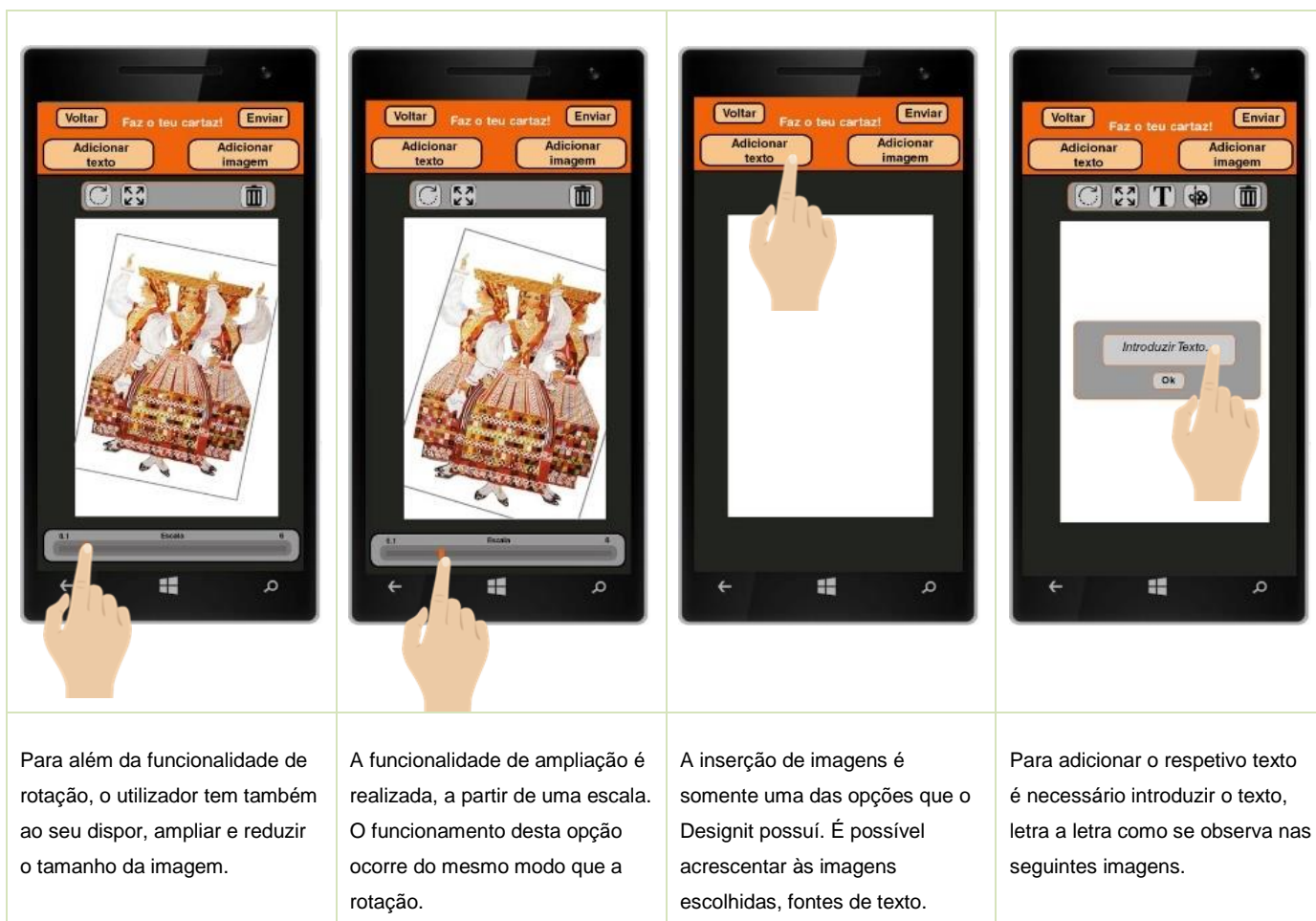
			
<p>Menu Inicial.</p>	<p>Tópico relativo às “Artes Gráficas”. Neste tópico é possível conhecer factos que foram importantes para o desenvolvimento das artes gráficas em Portugal, nas décadas de 30,40 e 50 do século XX.</p>	<p>Categorias integradas no tópico “As Artes Gráficas”.</p>	<p>Texto explicativo da categoria “SPN/SNI”.</p>
			
<p>Texto explicativo da categoria “António Ferro”.</p>	<p>Texto explicativo da categoria “Modernismo”.</p>	<p>Texto explicativo da categoria “Litografia”.</p>	

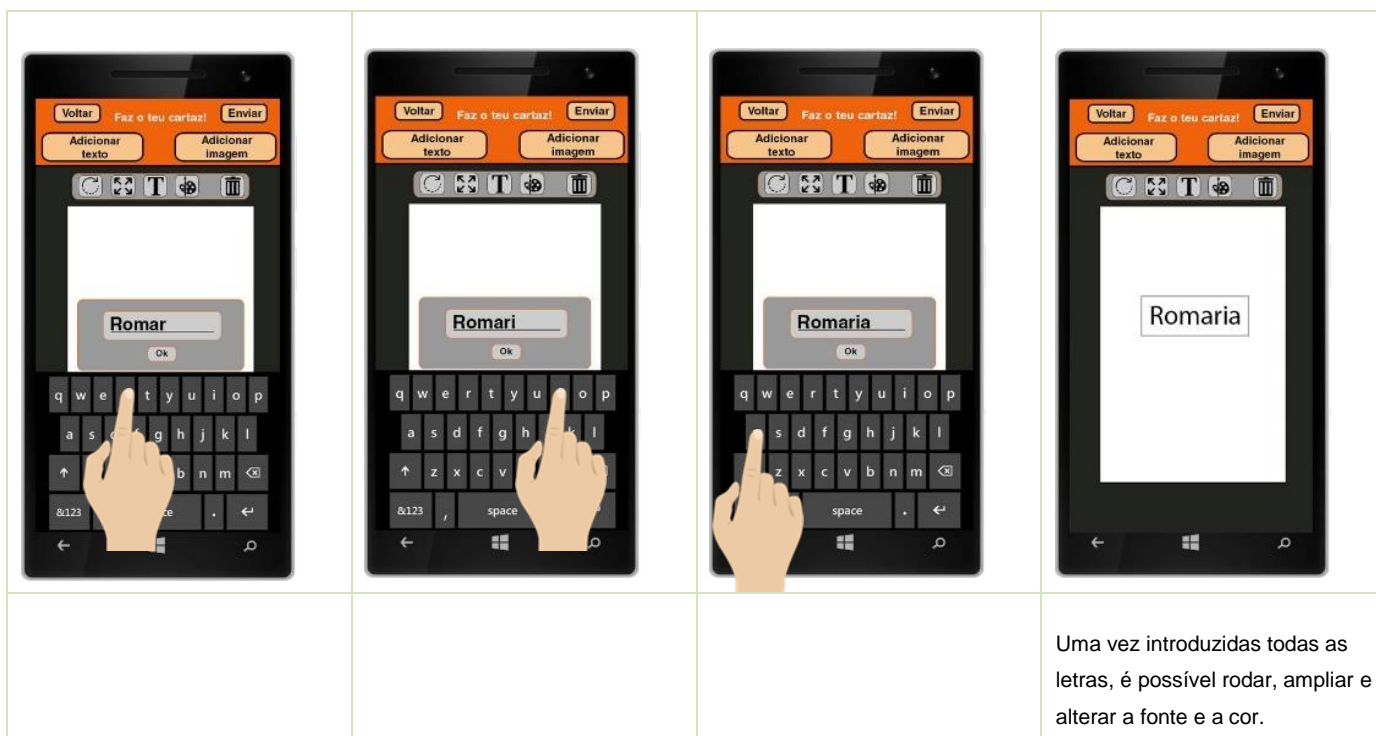
Tópico: “Artistas”

			
<p>Menu Inicial.</p>	<p>Tópico relativo aos “Artistas”. Neste tópico é possível conhecer os artistas que foram responsáveis pelo desenvolvimento de alguns dos cartazes da romaria da Senhora da Agonia.</p>	<p>Exposição de um dos artistas responsáveis pelos cartazes da romaria: “Alberto Sousa”.</p>	<p>Ampliação do cartaz do artista “Alberto Sousa”.</p>

Tópico: “Ser Artista”

			
<p>Menu Inicial.</p>	<p>Carregamento das imagens.</p>	<p>Após o carregamento das respetivas imagens, o utilizador tem como possibilidade “Adicionar texto” ou “Adicionar imagem”.</p>	<p>Selecionado a opção “Adicionar imagem” são disponibilizados um conjunto de categorias, sendo necessário escolher uma para seguir com a aplicação.</p>
			
<p>Selecionada a categoria são apresentadas um conjunto de imagens, sendo necessário escolher uma delas.</p>	<p>Após a seleção da imagem é possível rodar e ampliar a mesma.</p>	<p>A rotação da imagem é efetuada a partir da utilização de uma escala.</p>	<p>A escala permite regular o grau de rotação que permite aplicar à imagem.</p>





Uma vez introduzidas todas as letras, é possível rodar, ampliar e alterar a fonte e a cor.

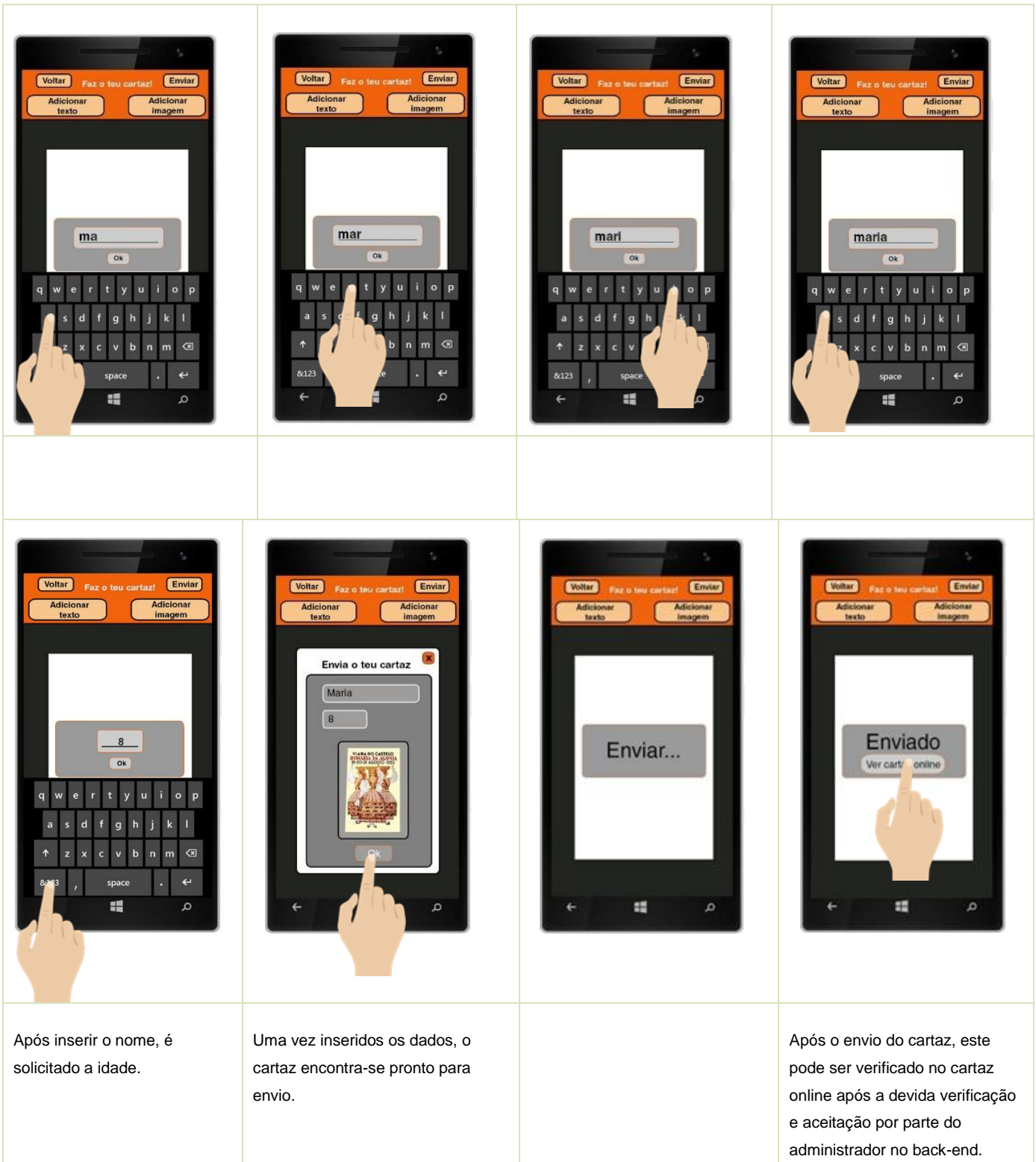


Percebendo as funcionalidades da app, o utilizador está pronto a desenvolver o seu próprio cartaz, com os elementos visuais que forem do seu gosto.

Dado as imagens e a tipografia apresentada, este é um dos exemplares possíveis de cartaz

De modo a enviar o cartaz são solicitados o Nome e idade, de modo a ficar registado no back-end do site.

Nesta fase será pedido a introdução do seu nome.



Após inserir o nome, é solicitado a idade.

Uma vez inseridos os dados, o cartaz encontra-se pronto para envio.

Após o envio do cartaz, este pode ser verificado no cartaz online após a devida verificação e aceitação por parte do administrador no back-end.

	
<p>Uma vez selecionado a hipótese de ver o cartaz online, o utilizador é reencaminhado para o site da Designnit. Podendo verificar aspetos como a apresentação da app, os cartazes que fazem parte e que se encontram disponíveis para votação.</p>	<p>Os cartazes aceites pelo administrador são apresentados no site, com o intuito de ir a votação.</p>

10.3 ANEXO III- Troca de Emails

Publicação_cartazes

Caixa de entrada x



Marlene Azevedo <marleneazevedo696@gmail.com>

23/02 (há 5 dias) ☆



para Rui, Ana ▾

Caro Rui Viana,

Vimos por este meio solicitar uma reunião com o próprio, com o intuito de perceber a viabilidade de um projeto relacionado com a publicação de conteúdo informativo e gráfico dos cartazes da romaria de Nossa Senhora da Agonia.

Deste modo, gostaríamos de saber uma data e hora que lhe fosse conveniente.

Com os melhores cumprimentos,
Marlene Azevedo
Ana Filomena Curralo



Rui Viana

24/02 (há 4 dias) ☆



para mim ▾

Bom dia

Na próxima semana, à excepção de segunda, terça e sexta feira, estarei disponível. Ou na semana de 6 a 10 de março.

Os meus cumprimentos

Rui A. Faria Viana

Chefe de Divisão de Biblioteca, Documentação e Arquivo



VIANA DO CASTELO

MUNICÍPIO DE VIANA DO CASTELO
Biblioteca Municipal de Viana do Castelo
Alameda 5 de Outubro
4900-049 Viana do Castelo
Telefones: 258 809 340 | 965 920 641
www.cm-viana-castelo.pt