

THE SIGNAGE ARCHIVE

TYPE AND LETTERING AROUND THE WORLD



THE SIGNAGE ARCHIVE
TYPE AND LETTERING AROUND THE WORLD

FERNANDO EZEQUIEL ZALAZAR

MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO
ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN 2015

THE SIGNAGE ARCHIVE

TYPE AND LETTERING AROUND THE WORLD

TÍTULO

**THE SIGNAGE ARCHIVE:
TYPE AND LETTERING AROUND THE WORLD**

AUTOR

FERNANDO EZEQUIEL ZALAZAR

ORIENTADOR

ANDREW HOWARD

CO-ORIENTADOR

DIOGO VILAR

ESCOLA SUPERIOR DE ARTES E DESIGN 2015
MESTRADO EM DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Agradecimentos

Aos orientadores: Andrew Howard e Diogo Vilar, pela orientação, transmissão de conhecimentos e tempo dedicado ao longo dos meses.

Aos docentes Marta Varzim, João Lemos e Ana Raposo, pela disponibilidade para colaborar em momentos pontuais mas não por isso menos importantes.

À Catarina Lopes pela colaboração na execução da serigrafia aplicada na embalagem deste projeto.

Aos meus pais: Gladys e Oscar por me proporcionarem meios para todas as minhas formações académicas.

Às minhas “explicadoras” e “tradutoras” de Português: Sara Ferreira e Susana Salazar

Um especial obrigado à minha querida namorada Sara Ferreira por toda a paciência e colaboração durante todos os momentos deste projeto

A ESAD, por se encontrar em constante evolução melhorando as condições ao longo de estes 5 anos que realizei as minhas formações.

RESUMO

Com a evolução das tecnologias novas técnicas são desenvolvidas, colocando em risco técnicas antigas de comunicação como, por exemplo, *letterings* pintados à mão nas paredes dos edifícios das cidades, que dia após dia vão sendo retirados. Como consequência, acreditamos que estão a ser perdidas características próprias que representam e caracterizam uma cidade.

Durante este projeto, foram investigados vários outros, relacionados com a documentação de imagens de letreiros que permitiram analisar as mais valias de cada um. No entanto, atualmente, não existe nenhum projeto que responda à necessidade de preservação e documentação das características de uma cidade por meio de *letterings* e tipografias nela presentes.

No processo de criação das categorias do arquivo foram analisadas diversas imagens de forma a podermos compreender as suas diferenças e agrupar os seus componentes.

Posto isto, o *The Signage Archive*, revela-se como solução para a problemática da falta de documentação da evolução da identidade duma cidade, através dos seus *letterings* e tipografias. O arquivo pretende registar fotograficamente essa identidade, tornando-a disponível para consulta.

Apresenta-se como produto final uma aplicação para dispositivos iOS que acompanhando a era digital, crê-se ser o melhor suporte para a difusão e crescimento deste arquivo, uma vez que, estes dispositivos possuem todas as características para que o arquivo possa ser consultado em qualquer parte do mundo, desde que exista uma ligação à internet.

PALAVRAS-CHAVE

Signage, Lettering, Tipografia, Arquivo, Cidade, Aplicação iOS

ABSTRACT

With the evolution of technology, new techniques are developed, endangering old communication techniques, such as hand-painted lettering on the walls of city buildings, that day after day are being removed. As a consequence we believe that characteristics that represent and characterize our cities are being lost.

During this project, several other projects related to signage documentation were investigated that helped to analyze the added value of each. Nevertheless, no other encountered project meets the need of preservation and documentation of city's characteristics through its signage.

During the creation of the archive's categories, several test images were analyzed in order to be able to understand their differences and be able to group their characteristics

The Signage Archive is proposed as a solution to the problem of a lack of documentation of the city's signage identity. The archive aims to photographically record that identity, making it available for consultation.

The final product is presented as an application for iOS devices. We strongly believe that is the best support for the spread and growth of this archive.

KEYWORDS

Signage, Lettering, Typography, Archive, Cities, iOS App.

ÍNDICE

1	Introdução	10
1.1	The Signage Archive	13
1.2	Definindo a terminologia	14
1.3	A importância dos letreiros na caracterização de uma cidade	16
1.4	A designação correcta	20
1.5	Definição de arquivo	22
1.6	Objetivos	23
2	Referências	24
2.1	Central Lettering Records	26
2.2	Public Lettering	28
2.3	Letter Rich Lisbon	30
2.4	TSI: Typography Special Interest group	34
2.5	London Typographica	35
2.6	The Neon Museum	36
2.7	American Sign Museum	38
2.8	Typefaces used on european road signs	40
2.9	Typeeverything.Com	42
2.10	NYC Type	43
2.11	Arquivo de Robert Venturi e Denise Brown	44
2.12	Tipos Paulistanos	45
3	Construindo um arquivo	46
3.1	Um arquivo digital	48
3.1.1	Shutterstock	49
3.1.2	Flickr	50
3.1.3	500Px	51
3.1.4	Vsco cam	52
3.2	Procurando um ponto de partida	53
3.2.1	Versão 1.0	54
3.2.2	Versão 2.0	56
3.2.3	Versão 3.0	58
3.2.4	Versão 4.0	62
3.2.5	Versão 5.0	64
3.2.6	Versão 6.0	66
3.2.7	Versão 7.0	68
3.2.8	Versão 8.0	76
3.2.9	Versão 9.0	78
3.2.10	Versão final em inglês	80

4	Design de uma aplicação para ios	82
4.1	Recolha do material	84
	4.1.1 Como determinar a qualidade das imagens	85
4.2	Esboços	86
4.3	Testar a interatividade	87
4.4	Anatomia da aplicação	88
	4.4.1 Elementos da interface gráfica	89
	4.4.2 Elementos da interface gráfica	90
	4.4.3 Modos de visualização	92
	4.4.4 Hierarquia	93
	4.4.5 Modalidade	94
	4.4.6 Interatividade	95
	4.4.7 Cor	99
	4.4.8 Tipografia	100
	4.4.9 Ícones	101
4.5	Design da aplicação	102
	4.5.1 Landing page	106
	4.5.2 Registo	108
	4.5.3 Login	109
	4.5.4 Galeria de curadoria	110
	4.5.5 Galeria pública	111
	4.5.6 Visualização da imagem	112
	4.5.7 Informações da imagem	113
	4.5.8 Favorito, comentar e partilhar	114
	4.5.9 Denunciar a fotografia	115
	4.5.10 Galeria do utilizador	116
	4.5.11 Localização das fotografias do utilizador	117
	4.5.12 Definições	118
	4.5.13 <i>Upload</i>	120
	4.5.14 Editar	121
	4.5.15 <i>Upload</i> > categorias	122
	4.5.16 Pesquisa por texto	124
	4.5.17 Filtrar pesquisa por categorias	125
	4.5.18 Nas proximidades	126
5	Conclusão	128
	Bibliografia	132
	Índice de Figuras	134

1 – INTRODUÇÃO





Fig. 1 – Logótipo
Logótipo criado para
o projeto The Signage
Archive

1.1 - THE SIGNAGE ARCHIVE

Estamos num mundo em constante evolução no qual, com o percorrer do tempo, antigos letreiros dão lugar a novos. Nos letreiros comerciais e sinalética, dos tempos modernos apelam-se a novas técnicas de produção, num mercado dominado pelas empresas multinacionais. Como consequência desta globalização, características próprias dos letreiros e nomeadamente da história de uma cidade estão a ser perdidas.

Os *letterings* e tipografias que compõem as cidades na atualidade, num futuro próximo serão ultrapassados e substituídos por outros. Os letreiros atuais e do passado continuarão a fazer parte da história e contribuirão para a análise da evolução da civilização humana. Para que não se percam partes desta análise da evolução das civilizações, através dos letreiros das cidades, o “The Signage Archive”, revela-se como solução para a problemática da falta de documentação da evolução da identidade duma cidade, através dos seus *letterings* e tipografias. “The Signage Archive” permite arquivar pedaços de história, através da recolha de fotografias do passado e da atualidade dos letreiros num único local.

1.2 - DEFININDO A TERMINOLOGIA

Typography is writing with prefabricated characters."

Gerrit Noordzij



Fig. 2 – Capa do filme: Helvetica
Documentário sobre uma das Tipografias mais conhecidas em todo o mundo.

No contexto de criar um projeto que esta inteiramente relacionado com as letras presentes nas cidade, foi fundamental definir e esclarecer termos que identificam o projeto.

Existe actualmente uma divergência entre a utilização dos termos *Lettering* e Tipografia. As divergências existentes ao redor da definição de Tipografia são, em regra geral, não so um reflexo das variações que o próprio significado do termo teve ao longo dos tempos, mas são também pre-determinadas pelos fins que as distintas abordagens perseguem. (Lessa; Silva; Dias; Santos; Ferreira, 2012, Lessa)

“Uma tipografia é um sistema de letras pré desenhadas que podem ser reproduzidas vezes sem conta”. Assim descreveu esta técnica, Stehpen Cole no artigo “Lettering Is Not Type”.

Gerrit Noordzij, professor de tipografia na Royal Academy of Arts situada Hague, Holanda, desde 1960 a 1990, definiu tipografia como “Writing with prefabricated characters”, o que em Português significa: “Escrever com caracteres pré-fabricados”.



Fig. 3 – Carácter “F” em Letterpress
Imagem retirada do website smashingmagazine

Peter Bil’ak, fundador da Typotheque refere que “implica uma completa distinção do *lettering*, *handwriting* ou *graffiti*, que também se preocupam com a criação de “lettershapes”, formas das letras, mas que não oferecem um sistema repetitivo de definir essas letras.”

Lettering pode ser definido com “a arte de desenhar letras”. Uma combinação específica de formas de letras, trabalhadas para uma única utilização e finalidade. Embora maioritariamente desenhadas à mão, com canetas, grafite, entre outros materiais, hoje em dia também é possível desenhar letras diretamente em softwares específicos para desenho. (Joseph Alessio, 2013)

“Assim como a tipografia não é um *lettering*, *lettering* não é tipografia”. Assim referiu a ilustradora e desenhadora de tipografias, Jessica Hische, Numa palestra intitulada de “Lettering is not fonts” no evento Frontend 2011.



Lettering: A Arte de Desenhar Letras

Joseph Alessio



Fig. 4 – Processo de criação de um lettering
Exemplo de uma *lettering* desenhado à mão, utilizando uma caneta.

Fig. 5 – “Hand Lettering Workshop”
O *lettering* está associado às manualidades, neste caso aparece juntamente com uma caneta, elemento que foi utilizado para a criação do mesmo.

Enquanto a tipografia utiliza letras onde as formas já foram desenvolvidas, o *lettering* consiste em criar formas únicas a partir de diversas ferramentas. O uso da tipografia permite emular variações como no *lettering* através de alternativas e *ligatures* (ligações), mas na realidade não deixam de ser tipografias.

Phil Baines e Catherine Dixon, no seu livro *Signs: Lettering in the environment* (2008 p7-8) abordam estes conceitos, tendo optado pela uso da designação de *lettering* para identificação do seu objeto de estudo.

Muitas vezes é utilizado o termo “Hand-lettered typography”, mas é uma afirmação errada pois os dois termos contradizem-se. Mesmo que o *Lettering* e a Tipografia sejam técnicas que trabalhem com letras, é preciso distingui-las e saber identificar as diferenças.

Signage

O desenho gráfico, como símbolo, emblema, ou palavra, usado especialmente para identificação, ou para indicar direções ou avisos. (dictionary.com)

Lettering

O ato ou o processo de inscrever com, ou fazendo letras. (dictionary.com)

Typography

A arte ou processo de imprimir com tipos. O trabalho de configuração ou arranjo dos tipos e a impressão com os mesmos. O caractere (de uma forma geral), ou a aparência final de material impresso. (dictionary.com)

1.3 - A IMPORTÂNCIA DOS LETREIROS NA CARACTERIZAÇÃO DE UMA CIDADE

O texto está em toda parte. É um meio e uma mensagem. É um substantivo e um verbo.

Ellen Lupton

“O texto está em toda parte. É um meio e uma mensagem. É um substantivo e um verbo. Com projeto torna-se uma prática mais difundida e de código aberto, a tipografia tem emergido como uma poderosa ferramenta criativa para escritores, artistas, fabricantes, ilustradores e ativistas, bem como para designers gráficos. Dominar a arte de arranjar as letras no espaço e no tempo é o conhecimento essencial para quem artesanato comunicações para página ou ecrã.” (Lupton, 2009, p. vi, Tradução Livre)

A tipografia é uma área de produção humana que fortemente reflecte identidade, através de um contexto temporal, geográfico, cultural e social, específicos (Bringhurst, 1997)

Os lugares vão sendo construídos ao longo do tempo pela continuidade do habitar, com incorporações de novas intervenções, as quais, em cada época histórica. Nos lugares urbanos, ruas e praças continuam a ser os seus elementos de base, espaços públicos estruturantes da cidade, cuja limitação física cabe aos edifícios, segundo uma hierarquia de valores e de poderes. Também no mundo contemporâneo, é na rua e na praça que se promove visualmente muito do investimento comunicacional, tanto pelo prestígio formal e aparato técnico dos edifícios, a sua iluminação espectacular, etc, como pela publicidade, onde imagem e palavra desenham também a cidade (Lessa; Silva; Dias; Santos; Ferreira, 2012, p.4)

Desde o início deste projeto que foram encontrados outros trabalhos já realizados relativamente à recolha e análise de tipografia e *lettering* nas cidades, sendo os mesmos responsáveis pelo meu interesse sobre esta área de estudo.

Não podendo deixar de destacar alguns desses levantamentos, Nicolette Gray, nos final dos anos 1950, fotografou um conjunto de *letterings* (termo usado pela autora) presentes nos edifícios da cidade de Lisboa. Actualmente estas imagens fazem parte de uma coleção denominada “Central Lettering Record”, sediada no “Central Saint Martins College of Art and Design”, em Londres. É constituída, até à data de 2001, por 10.000 fotografias e 3.000 *slides* variados, “desde espécimens de tipos até material promocional dos anos 1950 em diante.” (Baines, 2001). Phil Baines e Catherine Dixon, docentes de tipografia no “Central Saint Martins College of Art and Design” e, atuais responsáveis pelo “Central Lettering Record”, criaram o projeto “Public Lettering: A walk in a central London”, onde é realizado um levantamento e mapeamento de fotografias de “letterings” presentes nos edifícios públicos da capital londrina. Este estudo está disponível para consulta *on-line*, através de uma plataforma que funciona como repositório (Baines, 2002).

Em Las Vegas, o anúncio chega a ser, grande parte das vezes, maior que o edifício.

Venturi, Izenour, Brown

Estamos perante um novo conceito, onde a mensagem da cidade é meramente comercial.

Venturi, Izenour, Brown

A RELAÇÃO ENTRE A COMUNICAÇÃO E A ARQUITETURA DA CIDADE

O livro “Learning From Las Vegas” analisa exclusivamente o fenómeno de comunicação relacionando-o com a arquitetura da cidade.

Robert Venturi, Steven Izenour e Denise Scott Brown estabelecem uma ligação entre o arquiteto e as diferentes componentes dos anúncios publicitários, nomeadamente o espaço, o símbolo e a forma de comunicação. A cidade de Las Vegas foi escolhida para esta análise pelas suas características diferenciadoras face a outras cidades do mundo. São enumerados muitos elementos importantes que caracterizam esta cidade, como a iluminação, a arquitetura, o plano das ruas e até a relação entre a velocidade a que os condutores passam com capacidade visualização dos anúncios dos estabelecimentos.

Neste livro é criada uma relação Espaço – Escala – Velocidade – Símbolo, onde se reflete a grande discrepância entre Las Vegas e outras cidades sobre estes conceitos

Ao contrário de Las Vegas, noutras cidades do mundo os anúncios publicitários fazem parte dos edifícios. Aqui, o anúncio chega a ser, grande parte das vezes, maior que o edifício de forma a ser o mais imponente possível e ressaltar à vista dos condutores. Em Las Vegas, os anúncios estão colocados junto à avenida principal “The Strip” e não junto aos edifícios, tendo na maior parte das vezes símbolos e setas indicadores da direção onde se encontra o estabelecimento (Venturi, Izenour, Brown, 1977)

Um exemplo deste conceito é o anúncio do “Motel Monticello”, onde um enorme letreiro é visível antes do próprio hotel. Apesar de não mostrarem uma fotografia do anúncio, os autores de “Learning From Las Vegas” referem que estamos perante uma arquitetura anti-espacial, sendo esta arquitetura de comunicação e não uma arquitetura de espaço, onde a comunicação predomina sobre o espaço.

Chegamos assim a uma nova dimensão da paisagem, onde a persuasão comercial provoca um grande impacto na arquitetura da cidade, e numerosos elementos comerciais que se encontram perto e longe “invadem” a visão de quem passeia pelas ruas da cidade.

Conclui-se que estamos perante um novo conceito, onde a mensagem da cidade é meramente comercial (Venturi, Izenour, Brown, 1977)

Fig. 6 – Learning From Las Vegas

Imagem retirada do livro a diferença entre várias cidades, sobre a relação entre o letreiro e o edifício.
Learning From Las Vegas. Robert Venturi, Steven Izenour, Denise Scott Brown

VAST SPACE



SPACE · SCALE

VERSAILLES



ENGLISH GARDEN



BROADACRE CITY
LEVITTOWN



VILLE RADIEUSE



HIGHWAY
INTERCHANGE



THE STRIP



SPACE · SCALE · SPEED · SYMBOL

12. A comparative analysis of vast spaces

1.4 – A DESIGNAÇÃO CORRECTA



Fig. 7 – Logótipo ILA
Logótipo criado para ilustrar o "International Lettering Archive"

Desde o início do projeto que foi procurada a melhor designação para este arquivo. Visto ser um projeto com ambições internacionais, o nome teria de ser em Inglês.

Durante o processo de seleção do nome para este projeto surgiram vários percalços, devido às divergências de opiniões das diversas fontes utilizadas, que descrevem de forma oposta um mesmo termo.

INTERNATIONAL LETTERING ARCHIVE

"Lettering" e "Archive" foram o ponto de partida nesta iniciativa. Sugerido pelo Orientador, Andrew Howard, o primeiro nome que surgiu que combinava estas duas definições foi: "International Lettering Archive".

Este nome não era o mais correto para designar o arquivo, uma vez que nem todas as fotografias que se pretende que sejam arquivadas serão "Letterings". Para além disso o nome ficaria demasiado longo, complicado de escrever e pronunciar.

LOTS OF SIGNAGES

Não sendo *lettering* o termo mais indicado para designar este projeto, partiu-se ao encontro do vocábulo que pudesse representar a dimensão do arquivo. "*Signage*", que significa "Letreiro", refere-se a tudo o que sejam sinais de trânsito ou qualquer outro tipo de letras, números ou sinais que informem o espectador sobre algum assunto, como uma estrada, uma via de circulação, um restaurante ou até uma casa de banho.

Numa tentativa de criar um nome mais curto e dinâmico, surgiu o "Lots of Signages", que acabou por ser considerado algo demasiado informal para o projeto em causa.

THE SIGNAGE ARCHIVE

TYPE AND LETTERING AROUND THE WORLD

Resgatando a palavra “Archive” da primeira ideia, combinado com o termo mais correto para o que queremos representar, chegou-se ao nome que achamos que mais se adequa: “The Signage Archive” – “O Arquivo de Letreiros”. Um nome direto e curto que vai ao encontro do mais simples, onde a palavra “arquivo” explica diretamente o projeto.

De forma a completar a designação, uma vez que existem mais dois termos que têm uma forte relevância para o meu projeto, acrescentou-se um slogan, com a inclusão desses dois termos. “Type and Lettering around the world.” – Foi o slogan criado, dado que numa cidade estão presentes letras, as quais podemos classificar de duas formas: Tipografia e *Lettering*. Podemos dizer que é através da tipografia e do lettering que são construídos os Letreiros que encontramos no nosso dia a dia, daí terem sido os termos chave. Uma vez que *Typography* era um termo extenso, optamos por utilizar *Type*, uma vez que a Tipografia é constituída por *Types* (tipos). Para reforçar a ideia de internacionalização, e como a ambição deste projeto é conseguir reunir a maior quantidade possível de fotografias de letreiros de todo o mundo, acrescentamos as palavras “around de world”, que em português significam: “À volta do mundo”.



Fig. 8 – Logótipo
Logótipo criado para o projeto The Signage Archive

1.5 - DEFINIÇÃO DE ARQUIVO

Arquivo:
Local onde são
armazenados
documentos.

Denomina-se como arquivo o local onde são armazenados documentos. Neste caso, o arquivo será virtual, e serão guardadas fotografias de letreiros sobre a forma de ficheiros informáticos. Um arquivo pode conter informação estruturada ou não estruturada, sendo a primeira opção escolhida para este projeto, com o objetivo de facilitar a pesquisa de informação presente no arquivo.



Fig. 9 – Arquivo
Fotografia de um de
um arquivo.

1.6 - OBJETIVOS

A necessidade que este projeto pretende colmatar é evidenciada pela criação, por parte dos vários fotógrafos, de projetos nas diversas redes sociais com base em *letterings*. Como por exemplo, álbuns no *Flickr* ou boards no *Pinterest*, *Instagram*, *Tumblr*, entre outros. No entanto, neste tipo de projetos não foi encontrado nenhum tipo de catalogação, sendo, por vezes, difícil encontrar pela segunda vez a mesma imagem. Assim, *The Signage Archive* propõe-se a desenvolver um sistema de catalogação que facilite o processo de arquivamento.

Com base em tudo o anteriormente enumerado, o objetivo deste projeto é desenvolver uma base de dados global capaz de recolher e catalogar todo o tipo de fotografias de letreiros. Com isto, pretende-se que, de futuro, este projeto seja um arquivo de referência mundial e que permita a qualquer investigador a análise da informação disponível, podendo com ela elaborar um estudo aprofundado nesta componente do design.



Fig. 10 – Esquema
Esboço das Categorias
do arquivo.

2 – REFERÊNCIAS



2.1 – CENTRAL LETTERING RECORDS

PHIL BAINES AND CATHERINE DIXON

O Central Lettering Record é a principal referência para este projecto. Este arquivo de fotografias de letreiros está localizado na Central Saint Martins College of Art and Design em Londres. A colecção foi construída por Nicolette Gray e Nicholas Biddulph e contém 10,000 fotografias e 3,000 *slides* de *letterings* de todos os tipos. Contém ainda vários exemplares físicos de material promocional de meado dos anos de 50. Atualmente, está sob a alçada de Phil Baines e Catherine Dixon, docentes e responsáveis pelo departamento de Tipografia da mesma instituição.



Fig. 11 – CRL Vitrine
Vitrine no Central Saint Martins onde podemos observar o material do Central Lettering Records. Imagem retirada do website oliverjamesmayes.com Central Saint Martins, Kings X Campus, London, UK.

No artigo da autoria de Phil Baines na Eye Magazine, edição de 1994, é salientada a riqueza da diversidade das imagens, que reflecte os maneirismo da época em comparação com os letreiros da década de 90, projetados para um custo reduzido e mais facil transporte tornado-o assim, o mais económico possível, o que os torna mais pobres e menos diversificados. Para Baines, o interesse e a importância desta coleção é claro, oferece pérolas de formas antigas de trabalho, traços nacionais e formas de utilizar técnicas arcaicas de impressão, assim como tipos de letras que já não existem e mostram a variedade de construções daquela época. Mas não nos podemos deixar seduzir pela riqueza visual sem vermos o fator mais importante. O verdadeiro teste de um tipo de letra não está na sua existência mas sim na utilidade.



Fig. 12 – Interior da Vitрина

Fotografias que fazem parte do arquivo do CLR.

Imagem retirada do website oliverjamesmayes.com
Central Saint Martins, Kings X Campus, London, UK.



Arquivo Central Lettering Records
Gavetas onde estão arquivadas principais imagens recolhidas por Nicholette Gray.
Imagem de Phil Baines & Catherine Dixon @ Flickr; Central Saint Martins, Kings X Campus, London, UK.

2.2 – PUBLIC LETTERING

PHIL BAINES AND CATHERINE DIXON

Este projeto é baseado numa caminhada por Phil Baines para os seus estudantes de design gráfico, que foi escrito para a conferência ATypI 1997. O texto foi atualizado e expandido para recolher outros exemplos, mas esta recolha baseia-se especificamente em letreiros institucionais. Não são englobados neste projeto quaisquer sinal de trânsito ou placas indicadoras, números de edifícios e letreiros comerciais, nomeadamente de lojas ou qualquer tipo de anúncio publicitário.



Fig. 13 – Mapa / Roteiro
Este mapa exemplifica o percurso de Phil Baines e destaca os edifícios que estão fotografados.
Imagem retirada do website PublicLettering.co.uk

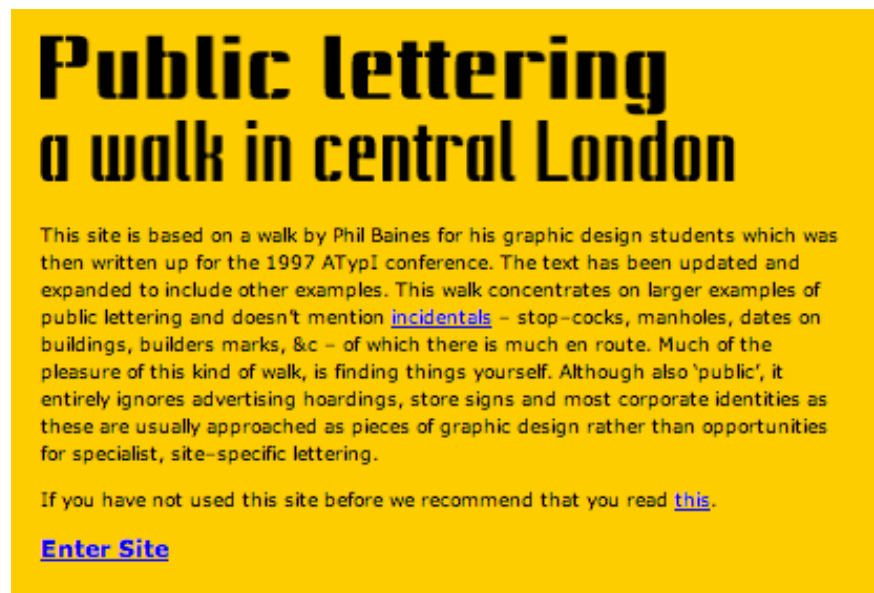


Fig. 14 – Landing Page
"Landing Page" do website PublicLettering.com.uk.
Imagem retirada do website PublicLettering.co.uk.

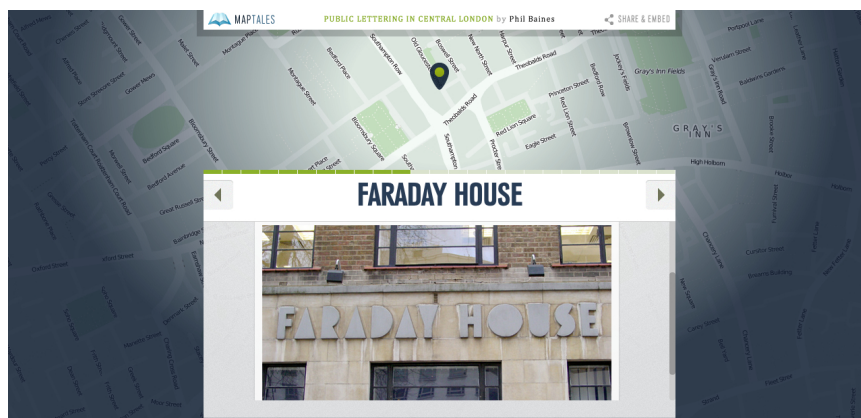


Fig. 15 – Maptal.es
Imagem retirada do website maptal.es exemplificando a geolocalização do projeto [PublicLettering](http://PublicLettering.com.uk) por Phil Baines utilizado a ferramenta maptal.es.
Esta plataforma já não se encontra disponível, devido ao projeto ter sido abandonado.

Para além do website PublicLettering.co.uk, Baines utilizou a plataforma Maptal.es para localizar, especificamente, 25 edifícios de Londres e respetiva fotografia do *lettering*. Junto com a imagem e localização no mapa existe também um pequeno texto descritivo do edifício e do seu interior.



Fig. 16 – 319–321
 Números de porta e letreiro comercial pintado na fachada de um edifício. *Gray's Inn Road, Camden Town, London, UK.* Imagem de Phil Baines, 1996 @ Publiclettering.co.uk



Fig. 17 – Faraday House
 Letras esculpidas a partir dos blocos que até 1995 não tinham sido pintados. Um letreiro que se distingue dos outros pela capacidade de conjugar formas geométricas mas que possam ser legíveis como letras. *48 Old Gloucester Street, London, UK.* Imagem de Phil Baines, 1996 @ Publiclettering.co.uk.

2.3 – LETTER RICH LISBON

PHIL BAINES AND CATHERINE DIXON



Fig. 18 – Letter Rich Lisbon
 Recorte do artigo na revista Eye Magazine.
 Imagem original digitalizada da revista Eye Magazine,
 Issue 54, Winter 2004.

Em setembro de 2001, Robin Fior, designer britânico residente em Lisboa durante 30 anos, visitou o Central Lettering Record (CLR), para ver as fotografias de Nicolette Gray que, na década de 60, fotografou letreiros das ruas de Lisboa durante as suas 5 visitas a esta capital. Robin encontrou umas 70 fotografias, e interessado em saber o estado atual de conservação dos letreiros, ou se ainda existiam, voltou para a capital Portuguesa, tendo encontrado mais letreiros sobreviventes do que estava à espera.

Robin contacta Phil Baines e Catherine Dixon para visitarem Lisboa e assim voltar a fotografar os mesmos letreiros que Gray retratou em 1960, com o intuito de recolher material para uma eventual exposição. Não havendo fundos para isso, Phil e Catherine decidem combinar este convite com uma visita de estudo planeada com alguns dos seus alunos.

A cidade foi explorada por sectores, os alunos dispostos em pares, tendo cada conjunto uma categoria designada a fotografar por forma a evitar duplicações. Algumas das categorias eram: metro, elevadores, comboios, placas das ruas, sinais de trânsito, *graffittis*, tampas de saneamento e outros elementos em ferro existentes nas ruas.

Das 77 fotografias do CLR, Robin identificou 58 locais, a maioria com o nome das ruas. O objectivo da visita era encontrar os letreiros, caso ainda existissem, ou retratar a mudança / danificação ou desaparecimento. Phil e Catherine não se identificam com simplicidade as fotografias de Gray, pelo que não procuraram apenas o mesmo enquadramento mas também outras perspectivas ou pormenores que fossem interessantes pois o produto final seriam slides.

Durante esta visita foi notório que o antigo e o novo coexiste e, por vezes, o antigo sobrevive por completo. Nestes quatro dias e meio de percurso, o que mais surpreendeu a Phil e Catherine foi o facto haver muita coisa interessante que Gray não tinha fotografado.

Num total de 1300 imagens recolhidas em 2003 e 360 adicionadas em 2004, são retratados todo o tipo de letreiros, com uma tendência para o antigo, feitos à mão e com estilos de letras únicos / exclusivos de Portugal. Esta coleção não pretende ser compreendida porque apenas é uma recolha de diversos *letterings* de toda a cidade de Lisboa. Para Phil e Catherine é importante que a história de uma cidade não se perca pelo que entregam uma cópia desta pequena coleção ao Museu da Cidade para que possa ser recordado e apreciado por gerações futuras.

Fig. 19 – Eye Magazine
Fig. 20 – Eye Magazine
Fig. 21 – Eye Magazine
 Revista Eye Magazine
 Imagem original
 digitalizada da revista
 Eye Magazine, Issue 54,
 Winter 2004.



1-11. There is a great deal of diversity in Lisbon's lettering which encompasses traditional and contemporary methods of manufacture. Glazed tilework, *azulejos* (1 and 3), and patterned cobblestones, *tesserae* (4), are typically Portuguese materials that can be seen in abundance. Carved letters (2), reverse gilded glass (6), steelwork of various kinds (7 and 10), and cast iron, alongside more modern illuminated signs (5 and 8) or painted lettering (11).



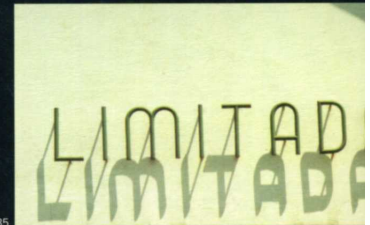
32



33



34



35



36

32-37. The creative possibilities of steel have been exploited by Lisbon sign-makers to great effect. In these examples, its use brings a distinct, three-dimensional quality to each location. 32. A simple layering of bronze gives low relief enough legibility on a monochromatic shop front (18 Rua Garrett). 34. Strip steel is here used to replicate the traditional layout of information on a Baixa street corner (41 Rua dos Correiros).

33, 35 and 36. In the early- to mid-twentieth century, Portuguese designers explored geometric letterforms in different ways to German or British designers. One variety used condensed letters with exaggerated cross-bars or counters. (33 is at 100-102 Rua Garrett; 35 is at Rua Dom Luís I; 36 is at Estação Fluvial de Belem). 37. The Futura-like lettering forming this screen on Rua da Misericórdia looks quite out of place in Lisbon.

38-40. Further examples of Lisbon street names. Note in 40 the small sign above the street name. There was a point at which the use of the silent 'H' was banned as an attempt to stem growing anglicisation of the language.



37



38



39



40

32 EYE 54/04



56-59. Several industrial buildings seen on our second visit feature condensed letterforms either cast or carved in relief.
56, 57 and 60: On several government buildings on Avenida de Brasilia the forms contribute to the bombastic architecture.
58 and 59. On some (Avenida Infante Dom Henrique) the scale is overwhelming.



2.4 – TSI: TYPOGRAPHY SPECIAL INTEREST GROUP PHIL BAINES AND CATHERINE DIXON



Fig. 22 – TSI 2013
Fotografias do interior. Cada pagina era explorada com total liberdade pelos participantes da viagem. Exemplar pertence a Pedro Almeida.



Fig. 23 – TSI 2013
Fotografias do interior. Cada pagina era explorada com total liberdade pelos participantes da viagem. Exemplar pertence a Pedro Almeida.

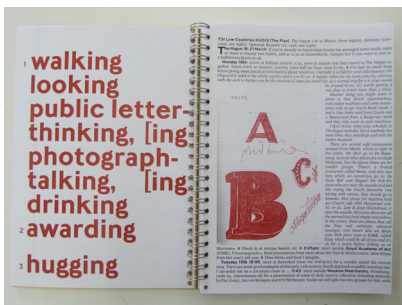


Fig. 24 – TSI 2013
Fotografias do interior. Cada pagina era explorada com total liberdade pelos participantes da viagem. Exemplar pertence a Pedro Almeida.

Também da curadoria de Phill Baines e Catherine Dixon, trata-se de uma viagem anual com estudantes com um objectivo diferente. Não apenas para conhecer a cidade como um mero turista mas, antes, como designer, o que inclui visitas a instituições de ensino e recolha de todo o tipo de Lettering existente na cidade. Ao longo da viagem, os participantes iam registando fotograficamente todos os elementos relacionados com a tipografia que lhes chamassem a atenção.



Fig. 25 – TSI 2013
Fotografia da capa e contracapa. Exemplar pertence a Pedro Almeida.

Em anos anteriores, o material recolhido nesta expedição não foi aproveitado mas, neste último ano, foi produzido um livro em formato A5, feito à mão e da forma mais simples possível, onde cada participante tem ao seu dispor uma página para com a total liberdade, para representar a viagem e/ou cidades visitadas.

2.5 – LONDON TYPOGRAPHICA

IPHONE APP

Pensamos ser um bom exemplo, a uma escala menor, daquilo que é pretendido com o meu projeto. Esta aplicação mobile, disponível, para já, apenas para iPhone, visa registar fotograficamente todos os *letterings* e tipografias presentes na cidade de Londres.

O conceito do projeto defende que a capital britânica está em constante mudança e que, com o decorrer do tempo, estão a perder-se muitos exemplares, eliminando assim, parte da história da cidade a nível tipográfico. London Typographica disponibiliza-se como solução para arquivar e documentar todas estas fotografias em apenas um único lugar.

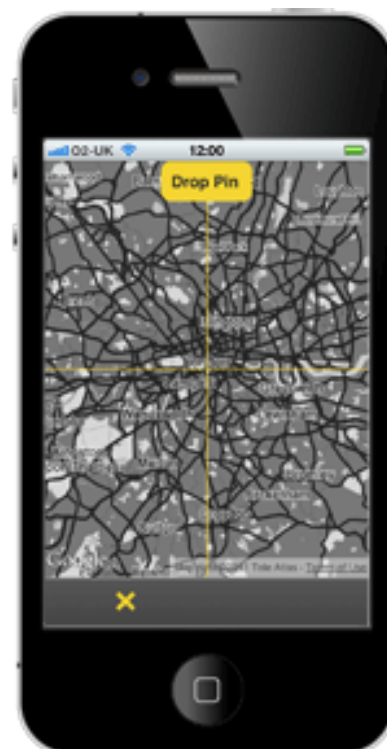


Fig. 26 – London Typographica iPhone App Mapa da localização das fotografias dos letreiros que se encontram registados a aplicação. Imagem retirada do website londontypographica.co.uk

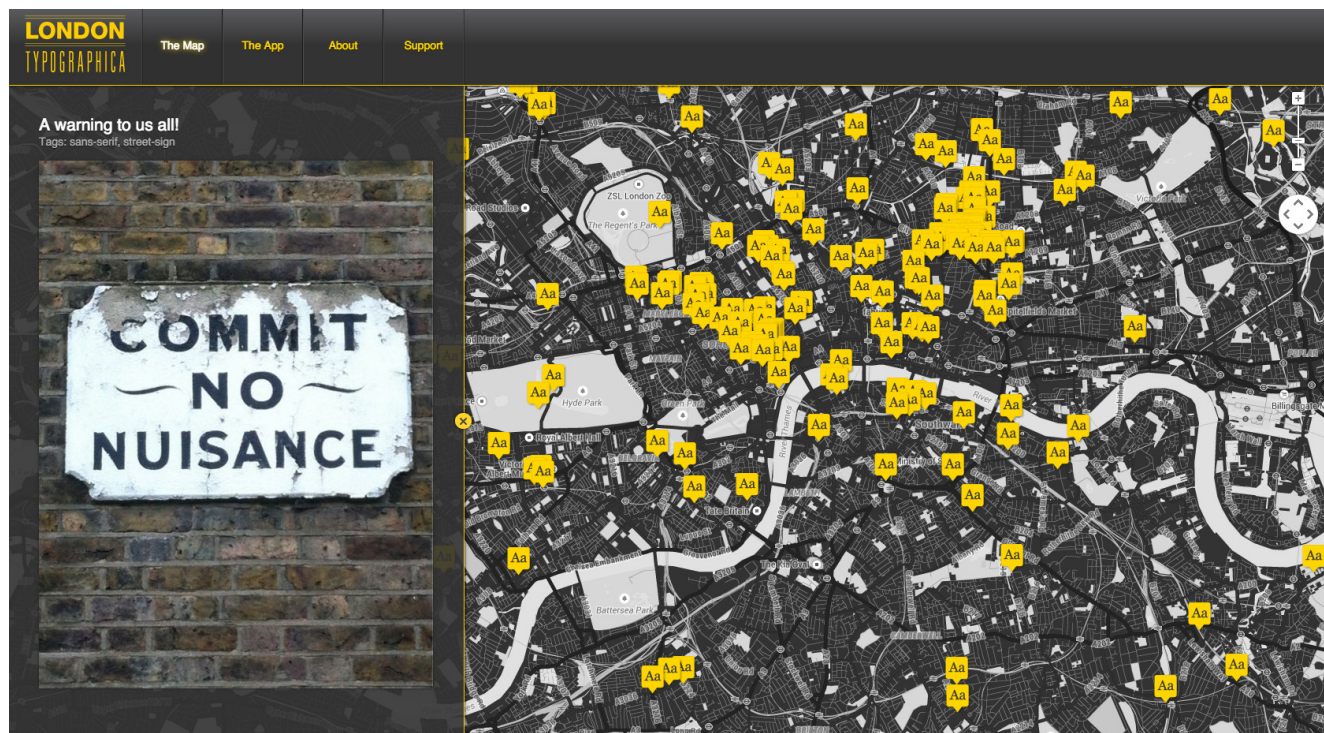


Fig. 27 – London Typographica Website Esta imagem mostra a disposição da fotografia do letreiro e o mapa com a respetiva localização. Imagem retirada do website londontypographica.co.uk

2.6 – THE NEON MUSEUM

THE NEON BONEYARD MUSEUM, LAS VEGAS

Fundado em 1996 e intitulado como o “Cemitério dos Letreiros em Neon”, este museu contém mais de 150 letreiros que foram doados e resgatados da cidade de Las Vegas. Este museu permite que a história continue “viva” porque estes letreiros, que iriam, certamente, para o lixo, são aqui recuperados. Partindo de uma visita guiada ao ar livre, os visitantes são confrontados com a dimensão, a composição e as cores vibrantes, porém já desgastadas, podendo tirar, livremente, fotografias dos letreiros que estão na maior parte das vezes incompletos e/ou partidos dispostos no chão.

Fig. 28 – The Neon Museum
Fotografia da entrada do museu. Imagem de Cullen Brown @ roadtrippers.com



Fig. 29 – Boneyard Park
Fotografia do percurso onde se encontram os letreiros abandonados. A disposição dos mesmos, por vezes, assemelha-se a uma sucata. Imagem retirada de vintagelasevegas.tumblr.com





Fig. 30 – “Rua” dentro do Boneyard Park

Fotografia do percurso onde se pode observar que os próprios letreiros formam o caminho.
 Imagem retirada de vintagelassvegas.tumblr.com



Fig. 31 – Boneyard

A palavra “Boneyard” é formada letras de diferentes letreiros já abandonados, significa cemitério em Inglês. “Neon Boneyard”, cemitério dos letreiros em néon, é outro nome pelo qual chamam este museu.
 Imagem retirada de vintagelassvegas.tumblr.com

2.7 – AMERICAN SIGN MUSEUM

TOD SWORMSTEDT

Tod Swormstedt, editor da revista Signs of the Times, pretendeu capturar as histórias que os letreiros nos contam antes que se percam, por isso decidiu criar o “National Signs of the Times Museum” em 1999. Com a ajuda de mais alguns colaboradores, abre ao público em 2005 com o nome de American Sign Museum.



Fig. 32 – American Sign Museum
Imagem do interior do museu.
Imagem retirada do website oficial: signmuseum.org



Fig. 33 – Welcome Sign Loves
"Sejam bem vindos amantes dos sinais ao museu americano dos sinais."
Imagem de Faythe Levine @ Flickr

O Museu é composto por uma área de exibição com 19.000 metros quadrados e 9 metros de altura, capaz de suportar letreiros de grandes dimensões. Dentro do museu existe uma oficina de letreiros em Néon, onde pode ser observado o processo de construção do mesmo.

Esta instituição tem como objectivo relembrar a riqueza da história dos letreiros Americanos através da conservação e educação.

Este museu é mais uma prova de que é necessário preservar os letreiros antigos, porque fazem parte da história do design e da cultura das cidades, permitindo-nos observar antigas técnicas de produção e diferentes formas de comunicação.



Fig. 34 – American Sign Museum
 Imagem do interior do museu.
 Imagem de Faythe Levine @ Flickr



Fig. 35 – American Sign Museum
 Imagem do interior do museu.
 Imagem William Flood @ Flickr



Fig. 36 – Missoula Dug Co.
 Imagem do interior do museu.
 Imagem William Flood @ Flickr

2.8 – TYPEFACES USED ON EUROPEAN ROAD SIGNS

RALF HERRMANN



Fig. 37 – Wayfinding Sans Pro
Tipografia desenvolvida por Ralf Herrmann especialmente para sinalização.

Ralf Herrmann, autor deste projeto, estudou desenho gráfico na Universidade de Bauhaus em Weimar. É autor de vários livros e fundador da comunidade tipográfica alemã Typografie.info. É também editor da revista alemã TypoJournal e tem um estúdio de design chamado Seite7.

Durante vários anos colecionou fotografias de placas sinalizadoras de diversas cidades na Europa e estudou a sua legibilidade. Alemanha, Reino Unido, Suíça, Itália, Holanda, France, Polónia, Dinamarca, Suécia e Noruega constituem parte dos países que foram analisados.



Fig. 38 – “Visual guide to typefaces used on european rad signs”
Infografia sobre os tipos de letra utilizados nas estradas da europa.

Enquanto Herrmann preparava uma conferência, por forma a mostrar os dados recolhidos, desenvolveu uma infografia capaz de demonstrar a diversidade de tipografias presentes nas placas sinalizadoras das estradas de grande parte da Europa.

Apos seis anos de pesquisa, Herrmann cumpriu o seu objectivo: Ter criado, a seu ver, uma tipografia que melhor se aplica à sinalização.



Fig. 39 – Noruega
Com algumas semelhanças com a DIN, esta tipografia chamada Trafikkalfabetet, foi desenhada por Karl Petter Sandbæk em 1956.
Imagem de Marcel Moré @ Flickr
Rauma Kommune, Moré og Romsdal, Noruega



Fig. 40 – Holanda
A tipografia usada desde 1960s chama-se ANWB-Ee (RWS-Ee) e é baseada na FHWA seérie E (modificada) dos Estados Unidos.
Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr
Roosteren, Holanda



Fig. 41 – Polónia
Desenhada por Marek Sigmund em 1975 para o Ministério dos Transportes, é actualmente a tipografia utilizada nos sinais de transito na Polónia
Imagem retirada do website opentype.info
Bolesławiec, Polónia



Fig. 42 – Suíça
Desde 2003 é utilizada uma nova tipografia chamada Astra Frutiger. Baseia-se na Frutiger 57 Condensed.
Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr
Windnau, Suíça



Fig. 44 – Bélgica
SNV ("Schweizerische Normen-Vereinigung") é o nome da tipografia antigamente utilizada na Suíça mas ainda esta em vigor na Bélgica.
Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr
Widnau, Suíça.



Fig. 45 – Itália
A principal tipografia usada chama-se Alfabeto Normale e é uma versão mais espessa (Bolder) da Britanica Transport Alphabet.
Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr
Vipiteno, Italia.



Fig. 43 – Alemanha
A republica democratiza Alemã modificou os sinais de transito. A nova tipografia utilizada foi a Gill Sans Bold Condensed, veio substituir a antiga DIN 1451.
Imagem Martin Q @ Flickr
Este da Alemanha, 1984.



Fig. 46 – França
Na França quanto fontes são utilizadas nas placas rodoviárias. As mais frequentes são a L1 e L2.
Imagem retirada do website opentype.info
Strasbourg, França

2.9 – TYPEEVERYTHING.COM

BLOG DE CURADORIA DE VARIOS AUTORES



Fig. 47 – BB
 Instalação numa rua em Varsóvia.
 Imagem retirada do website thypeeverything.com
 Warsaw, Polónia

Este projeto tem a mesma estrutura que um blogue, mas apenas com imagens. É basicamente uma *website* de curadoria que serve como inspiração, que contem tudo o que estiver relacionado com tipografia e *lettering*. Apesar de, por vezes, encontrarmos letras urbanas. Este projeto não se foca apenas num assunto, englobando desde etiquetas de roupa, capas de livros, posters, tipografias, *letterings*, placas sinalizadores e até *graffittis*.

A grande vantagem é o facto de ser online, uma plataforma visível a todos, de fácil acesso, e interligada com outras as redes sociais, nomeadamente facebook, twitter, instagram e o mais relevante, o tumblr. Podemos referir que este projeto peca por dois motivos, o primeiro é o facto de não ser aberto a toda a comunidade, isto é, apenas os seus criadores publicam na página e o segundo, e muito mais importante, é não ter qualquer tipo de catalogação.

Typeverithinh é da autoria e curadoria de: Andrei Robu, Dan Cassaro, Darren Booth, Dominic Le-Hair, Ged Palmer, Jeff Rogers, Jeremy Pruitt, Maia Then, Neuarmy, Ryan Hamrick, Sawdust.



Fig. 48 – The Dutch
 Letreiro de um Restaurante Bar. Imagem selecionada no website typeeverything.com
 Imagem de Luke Connolly @ nyctype.co
 Local desconhecido.



Fig. 49 – Ampersand Watercolor
 Pormenor de um letreiro. Imagem selecionada no website typeeverything.com
 Imagem Anthony Billings @ tumblr
 Local desconhecido.

2.10 – NYC TYPE

LUKE CONNOLLY

Coleção de fotografias tiradas por Luke Connolly enquanto caminhava pelas ruas coloridas da cidade de Nova Iorque. As fotografias foram tiradas com uma Nikon D700 and 50mm Nikkor 1.4, passando pelos cinco distritos da cidade.

Junto das fotografias, o autor utiliza *tags*, (uma espécie de palavras-chave) para caracterizar o letreiro. Apesar de ser um pequeno arquivo é importante salientar que a qualidade, tanto das fotografias como do conteúdo.

O autor utiliza o instagram e o próprio *website* como suporte para o arquivo.



Fig. 50 – Grady's Cold Brew
Letreiro pintado na

perciana de uma loja. Etiquetas: sans, uppercase, stroke, identity, pairing, script, uppercase, stroke
Imagem Luke Connolly @ nyctype Banker St. and North 15th St. New York, USA

Fig. 51 –

Fine Food Parties

Letreiro pintado na parede de um edifício. Etiquetas: b+w, brick, paint, uppercase, sans, retro Imagem Luke Connolly @ nyctype 7th and Avenue B, New York, USA



Fig. 52 – Rubbish Removal Container

Letreiro pintado num camião. Imagem NYCTYPE @ instagram St. Paul's Chapel, New York, USA



Fig. 53 – Lance

Letreiro pintado numa parede. Imagem NYCTYPE @ instagram New York, USA



Fig. 54 – Miniskirts are Back

Letreiro pintado nas percianas de uma loja. Imagem NYCTYPE @ instagram Artspace Gallery, New York, USA

2.11 - ARQUIVO DE ROBERT VENTURI E DENISE BROWN

Em 1972, os arquitetos Robert Venturi, Denise Scott Brown, e Steven Izenour descobriram o paradigma comercial da cidade. As suas descobertas foram publicadas no livro *Learning From Las Vegas*, fazendo referência ao comum, ao feio e ao social na arquitectura, esta directamente relacionada com os letreiros presentes na cidade.

Este arquivo contém 80 fotografias (e uns poucos filmes), principalmente dos letreiros da cidade de Las Vegas.



Fig. 55 – Stardust
Las Vegas, USA
Imagem de Estúdio Las Vegas. 1972. © Venturi, Scott Brown & Associates Inc., Philadelphia



Fig. 56 – 4 Queens
Las Vegas, USA
Imagem de Estúdio Las Vegas. 1972. © Venturi, Scott Brown & Associates Inc., Philadelphia



Fig. 57 – Big Do-Nut Drive-In
Las Vegas, USA
Imagem de Estúdio Las Vegas. 1972. © Venturi, Scott Brown & Associates Inc., Philadelphia

2.12 – TIPOS PAULISTANOS

Com o intuito de captar os elementos gráficos e arquitetônicos da cidade Brasileira, São Paulo, e assim revelar parte da história da cidade, José Roberto D’Elboux criou o projeto “Tipos Paulistanos”.

Segundo D’Elboux, a ideia é que seja um repositório de imagens de elementos gráficos e arquitetônicos interessantes e relevantes do ponto de vista da identidade da metrópole. Para além de ser uma referência visual, o autor tem como objetivo, despertar o interesse das pessoas, nos detalhes e riquezas da própria cidade que, na maior parte do tempo, passam despercebidos.

O Autor, diretor criativo da empresa Y&R no Brasil, e formado em arquitetura, conclui no ano de 2013 uma dissertação intitulada: “Tipografia como elemento arquitetônico no Art Déco paulistano: uma investigação acerca do papel da tipografia como elemento ornamental e comunicativo na arquitetura da cidade de São Paulo entre os anos de 1928 a 1954”.

“A partir da seleção de uma amostra significativa de exemplares de tipografias arquitetônicas nominativas, foi desenvolvida uma série de análises, através de um embasamento teórico, fornecido por uma ampla revisão bibliográfica. Como resultado, foi possível verificar que o estilo Art Déco, de grande penetração na arquitetura da cidade de São Paulo no período estudado, se valeu da tipografia de uma maneira particular, conseguindo com isso promover em várias ocasiões uma relação integral dela com a arquitetura” (D’Elboux, 2013)



Fig. 59 – Cinderela
Imagem do repositório tipos paulistanos.
@ tipos paulistanos

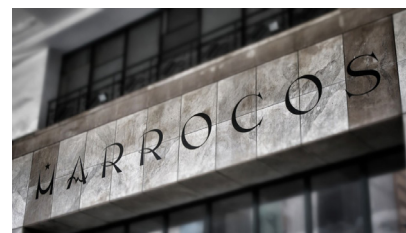


Fig. 58 – Marroco
Imagem do repositório tipos paulistanos.
@ tipos paulistanos



Fig. 60 – Estádio Municipal
Imagem do repositório tipos paulistanos.
@ tipos paulistanos

3 – CONSTRUINDO UM ARQUIVO



3.1 – UM ARQUIVO DIGITAL

Atualmente vivemos num mundo de partilha, onde as pessoas têm a necessidade de partilhar aquilo que sentem, fazem e que vêem. Partilham-se experiências, comida, paisagens, viagens, etc., com o auxílio das novas tecnologias. Já existem aplicações para partilha de fotografias mas, até ao momento, não foi encontrada nenhuma aplicação que se especialize a recolher letreiros de todas as cidades do mundo que permita categorizá-los.

Aproveitando esta febre de redes sociais e partilha de informação, este arquivo funcionará inicialmente sobre uma aplicação *mobile*. O conceito deste projeto é que seja um arquivo de todos para todos. Sendo assim, a melhor solução para este projeto é um arquivo virtual. Podendo ser visitado por qualquer pessoa em qualquer parte do mundo a qualquer hora em qualquer lugar, indo ao encontro da globalização da informação que é um dos objetivos principais deste projeto.

3.1.1 – SHUTTERSTOCK

Apesar de a plataforma Shutterstock atualmente comercializar música, vídeo e imagens, apenas foi analisada a estrutura e possibilidade de pesquisa de imagens.

O principal meio de pesquisa neste *website*, é uma caixa de introdução de texto, que nos permite escrever livremente aquilo que desejamos. Para além disso, podemos encontrar também uma categorização de imagens que estão organizadas pelo tema principal da fotografia arquivada.

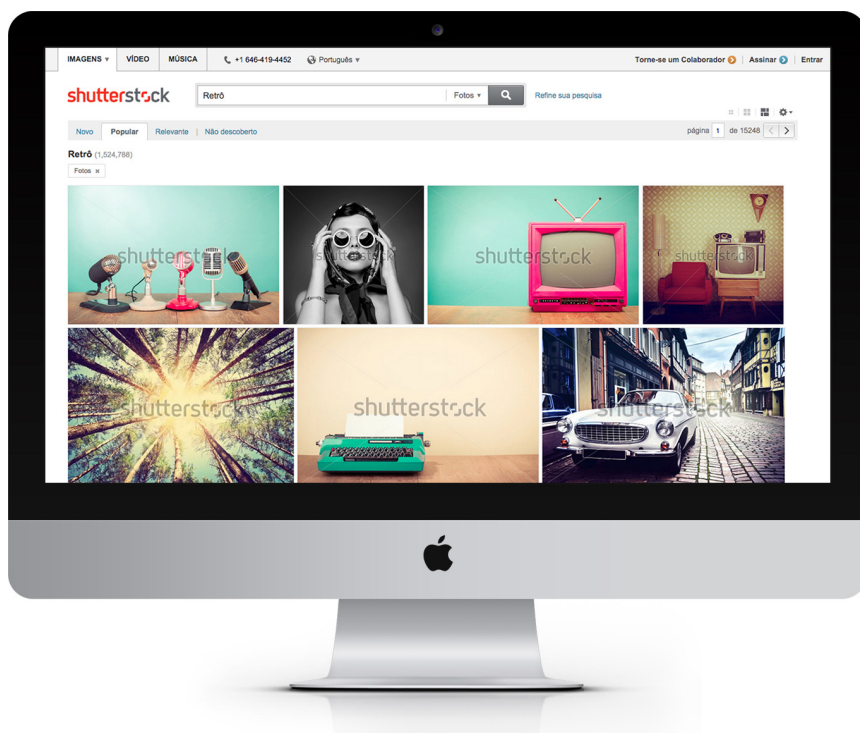


Fig. 61 – Shutterstock
Banco Digital de Imagens
www.shutterstock.com

3.1.2 - FLICKR

Flickr, considerada uma rede social, atrai sobretudo fotógrafos ou entusiastas de fotografia. Existe desde 2004 e recentemente expandiu-se para os dispositivos móveis criando aplicações para telemóveis e tablets.

A sua principal função é ser um álbum de fotografias, onde podemos adicionar a uma descrição, as características técnicas da fotografia e também a localização. Podemos ainda organizar em álbuns e partilhar fotografias com outros utilizadores.

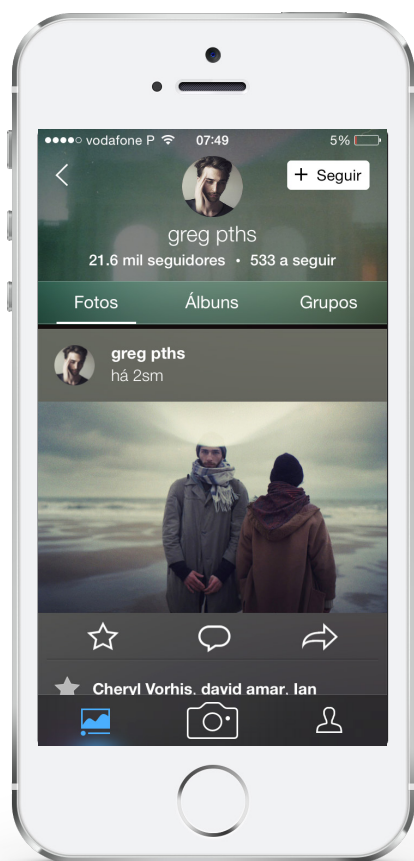


Fig. 62 – FlickrApp
(à esquerda)
Aplicação para telemóvel da rede social de fotografia.
www.flickr.com



Fig. 63 – Flickr
(à direita)
Website da rede social de fotografia.
www.flickr.com

Uma função do Flickr a destacar é, a possibilidade de criar grupos. Estes grupos funcionam como um álbum colectivo, onde todos os utilizadores dum grupo podem adicionar fotografias e também discutir sobre as mesmas. Outro facto de especial interesse é a utilização dos grupos como forma de categorizar imagens de letreiros de ruas. Exemplos de nomes de grupos: “Bulb Signs”, “Signs With Balls”, “Animal Traffic Signs”, “Broken Signs”, “Old British signs”, “Arrow Signs”, “Sign of the Pig”, “Neon Signs”, “Motel & Hotel Signs”, “Liquor Signs - Neon, Painted, Plastic Liquor Store & Bar Signs”, “Liquor Stores”, “Neon Over the Sidewalk” e “American Signs”.

3.1.3 – 500px

Similar ao Flickr, o 500px baseia-se na arquivagem de fotografias, onde fotógrafos podem expor e até vender o seu trabalho.

Podemos pesquisar através de categorias específicas tanto no computador como em qualquer dispositivo móvel, uma vez que este arquivo de imagens oferece diversas possibilidades de acesso.

O atributo de maior destaque da aplicação para telemóveis é, a possibilidade de inserção de efeitos interessantes, com os quais podemos editar a nossa fotografia. Dentro da edição da imagem que a aplicação nos permite, destaca-se ainda o facto de podermos corrigir a perspectiva da imagem rapidamente e com grande facilidade.

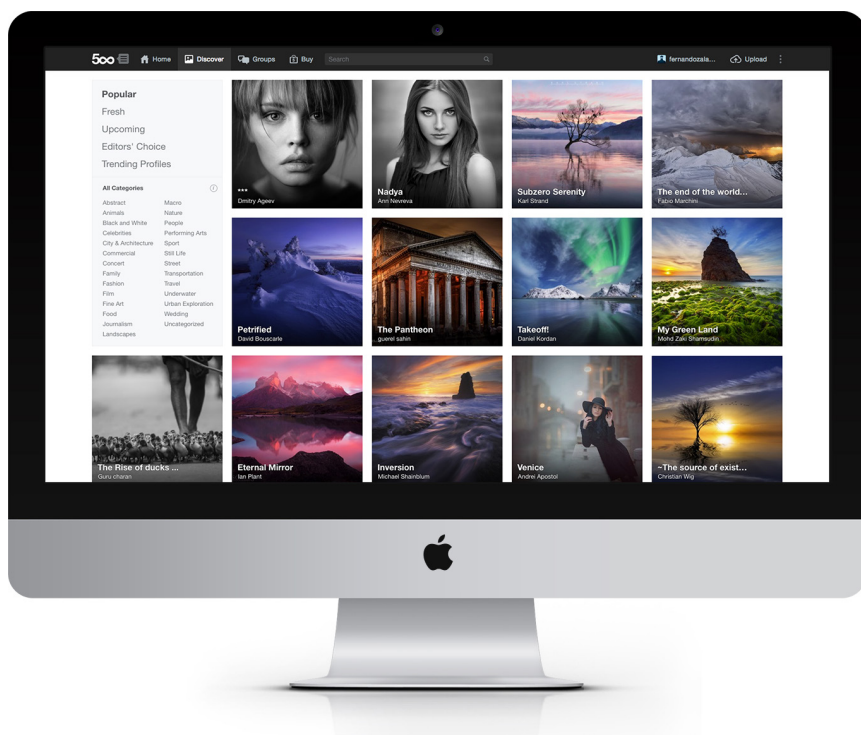


Fig. 64 – 500px
Website da rede social de fotografia.
www.500px.com

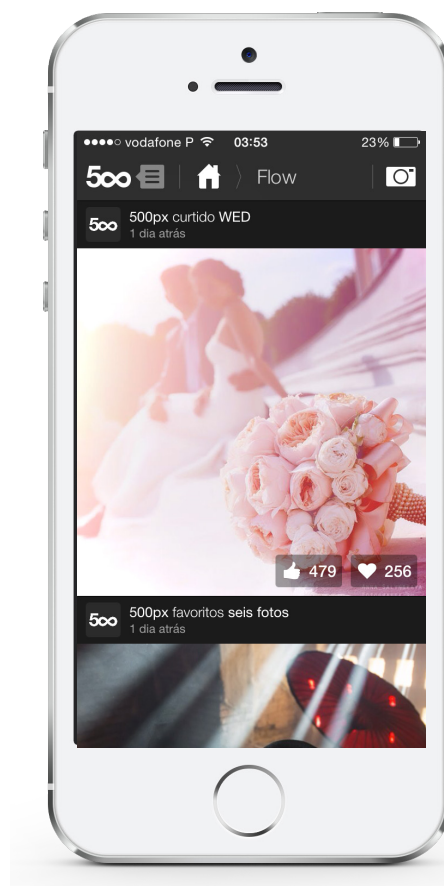


Fig. 65 – 500px App
Aplicação para telemóvel da rede social de fotografia.
www.500px.com

3.1.4 – VSCO CAM

Autointitula-se como uma aplicação de câmara elegante e minimalista. Oferece aos utilizadores uma interface simples que possibilita a criação de fotografias que podem ser partilhadas noutras redes sociais.

Possui um conjunto de efeitos que permitem enfatizar as fotografias, estas podem estar na galeria privada do utilizador e também podem ser partilhadas com outros utilizadores desta aplicação.

Para além da aplicação para telemóveis também podemos aceder às fotografias desde qualquer navegador de internet sobre a versão para computador desta aplicação.

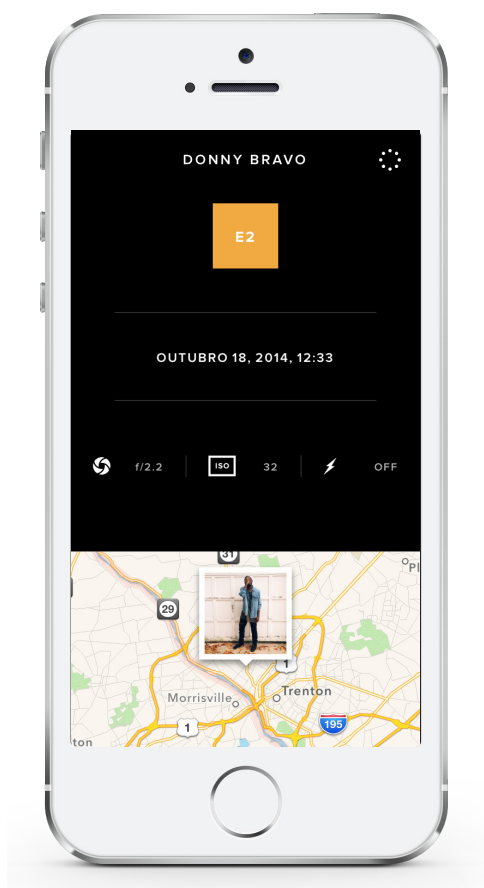


Fig. 66 – VSCO Cam
Aplicação para telemóvel da rede social de fotografia.
vSCO.co/vscocam

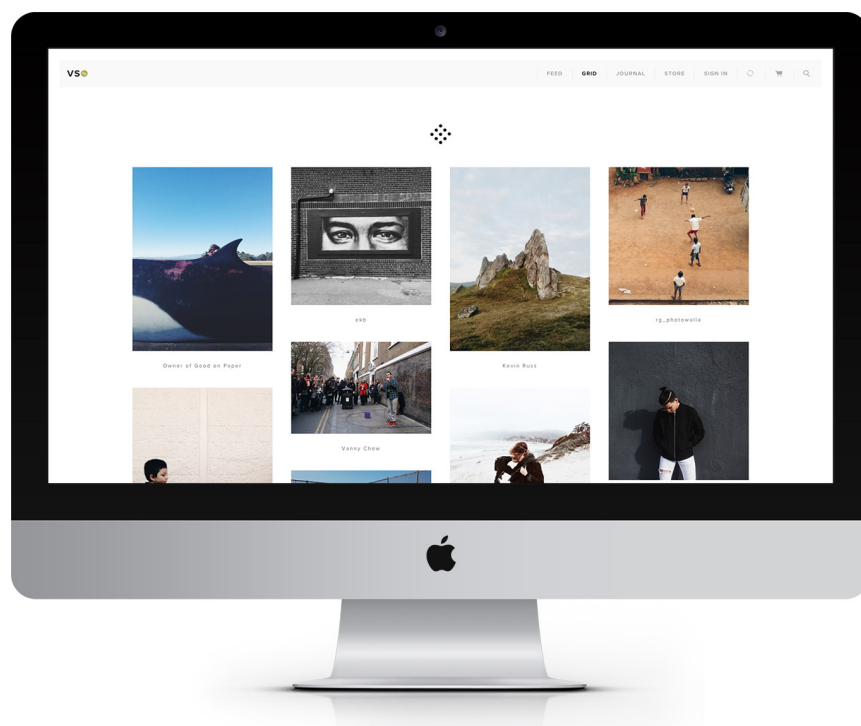


Fig. 67 – VSCO Cam
Website da rede social de fotografia com aspecto minimalista.
vSCO.co/vscocam

3.2 – PROCURANDO UM PONTO DE PARTIDA

Após elaborada uma pesquisa sobre a existência de aplicações em formatos semelhantes que cumpre o mesmo objectivo, concluiu-se que não existe nenhum meio ou recurso que preencha a necessidade, os objetivos ou a dimensão mundial a que se propõe este projeto. Com o auxílio dos Professores Andrew Howard e Ana Raposo chegou-se à conclusão que a melhor opção seria a criação de um arquivo, desde a face inicial, tendo alguns modelos já existentes como referência. Para isso, as técnicas utilizadas para a estruturação das categorias do arquivo foram a análise e experimentação.

O PRIMEIRO MODELO DE ARQUIVO

No primeiro modelo, uma dezena de fotografias foram analisadas individualmente para recolher as características de cada *lettering* lá presente. Desde este modelo até ao atual foram adicionadas e analisadas mais fotografias, com vista a encontrar fraquezas e imperfeições nas categorias existentes do arquivo. Ao longo deste processo foram adicionadas e retiradas categorias ao arquivo, por forma a encontrar um equilíbrio mais ajustado às suas necessidades.

Durante todo este processo foram sempre consultados docentes da ESAD assim como professores convidados. Em seguida serão explicados todos os passos da construção de cada versão de categorias do arquivo a desenvolver, assim como os factores que influenciaram a tomada de decisão de inserção ou exclusão de cada uma das categorias.

3.2.1 – VERSÃO 1.0



Fig. 68 – 1887
Número de uma casa particular. Tamanho inferior a 1 metro.
Flores, Buenos Aires, Argentina.
Imagem de Curly Traveller @ Flickr

Após a primeira recolha e análise de uma dezena de fotografias foi criada a primeira versão que segue abaixo:

HORIZONTAL E VERTICAL

A necessidade do “horizontal” e “vertical” surge no momento em que foram encontrados *letterings* em que a forma final dos mesmos existe nos dois sentidos.



Fig. 69 – Hospedaria 31 de Janeiro
Letreiro composto por letras e números, de dimensões entre 4 a 6 metros com o texto disposto na horizontal.
Rua 31 de Janeiro, Porto, Portugal
Imagem de Jorge Lens @ Flickr



Fig. 70 – Bowling
Letreiro de grandes dimensões com as letras dispostas na vertical.
Salt Lake City, Utah, Estados Unidos
Imagem de bekinaz @ flickr

TAMANHO

Continuando com a análise do *lettering* no seu todo, tornou-se evidente a diversidade de tamanhos entre eles. Inicialmente, sem muitos detalhes foi aplicada uma simples escala de tamanhos.

LETRAS E NÚMEROS

Relativamente ao conteúdo, destacou-se a aparição de números nos letreiros, o que torna necessário que se distingam números de letras.

TIPOGRAFIA ESTILO E PESO

Aprofundando o nível técnico, recorrendo a categorias mais próprias dos fundamentos do design de comunicação, mais precisamente do campo da tipografia, considerou-se pertinente a possibilidade de caracterização da tipografia quanto ao estilo e quanto ao peso.

Relativamente ao estilo da tipografia, as subcategorias incluídas no arquivo, foram recolhidas através de uma breve análise de um *website* de venda de fontes (fonteshop.com).

Mas é importante referir que, assim como todas as outras categorias, estas também não são definitivas, estando em constante evolução até que seja encontrado o sistema que melhor responda às necessidades.

ORIENTAÇÃO

Horizontal / Vertical

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

TIPOLOGIA

Letras/ Numeros

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

PESO DA TIPOGRAFIA

Light / Light Oblique / Oblique / Medium / Bold / Bold Oblique

3.2.2 – VERSÃO 2.0



Fig. 71 – Gabriel's Wharf
 Lettering pintado sobre a fachada do restaurante.
 South Bank, Londres, Inglaterra
 Imagem de Davide Simonetti @ Flickr

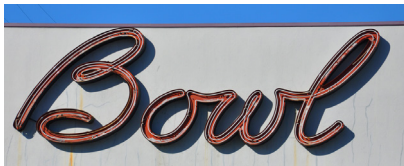


Fig. 72 – Brentwood Bowl
 Letreiro comercial em Neon aplicado no edifício de um bowling.
 San Francisco, California, USA
 Imagem de Debra Jane Seltzer @ Flickr



Fig. 73 – Church House
 Inscrição em pedra na fachada de uma igreja publica.
 Hadley, Londres, Inglaterra
 Imagem de Antony Harrington @ Flickr



Depois de apresentar a primeira versão do arquivo a Andrew Howard e Ana Raposo, foram encontrados alguns elementos em falta, enquanto que outros foram postos em causa.

PESO DA TIPOGRAFIA

Com a participação da docente Ana Raposo foi questionado o facto de as características da tipografia serem campos demasiado específicos, que nem todos os utilizadores poderão ser capazes de identificar. Chegou-se então à conclusão que o peso da tipografia é uma característica desnecessária e, apesar de permanecer nas categorias, o mais provável é que venha a ser retirada nas próximas versões do arquivo.

MATERIAIS

Andrew Howard sugeriu que fosse importante referir em que materiais estão compostos os *letterings*. Para isso foram analisadas novamente todas as fotografias anteriores e ainda mais 10 imagens, de forma a criar uma lista de materiais utilizados na construção do Letreiro.

APLICAÇÃO

A falta de informação sobre o suporte onde o Letreiro está aplicado e a quem pertence a imagem foram dois temas destacados, que estavam omissos no arquivo até então. O letreiro pode pertencer a uma instituição ou organização governamental, a uma instituição comercial ou a uma habitação particular.

TIPOLOGIA - ICONES E ORNAMENTOS

Continuando com os principais métodos de pesquisa para a construção da estrutura deste arquivo: Recolha, Análise e Experimentação - foram encontrados letreiros que não se inseriam no sistema até ao momento desenvolvido. “Ícones” e “Ornamentos” foram adicionados como subcategorias da “Tipologia”.

Fig. 74 – Williams Liquor
 Seta dentro de um coração. Elementos contruídos em metal, com lampadas aplicadas. Oakland, California, USA
 Imagem de Debra Jane Seltzer @ Flickr

Fig. 75 – 89 Southwark St
 Numero de uma casa particular Bankside, Londres, Inglaterra
 Imagem de David Bennett @ Flickr



ORIENTAÇÃO

Horizontal / Vertical

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão /

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

PESO DA TIPOGRAFIA

Light / Light Oblique / Oblique / Medium / Bold / Bold Oblique

3.2.3 - VERSÃO 3.0



Fig. 76 – Escadas Rolantes
Estes Numeros e Setas instalados nestas escadas rolantes foram projectados por Hiromura Masaaki um designer gráfico japonês.
Imagem de de whatevernow2013 @ Flickr

Durante o *workshop* com Russel Bestley, foi elaborado um inquérito para assim ser possível testar a vulnerabilidade das categorias com mais pessoas. Através da utilização da plataforma web SurveyMonkey, foram criados 22 inquéritos. Cada um continha uma fotografia de um *lettering* e 9 perguntas, representando estas as 9 categorias até ao momento desenvolvidas.

Nodecorrerdaescolhadasfotografiasparaoinquéritosurgiramalgunsconflitos,devido a algumas fotografias não se encaixarem no modelo de arquivo existente.

INTERIOR E EXTERIOR

O primeiro obstáculo foi uma fotografia de umas escadas rolantes, que continham números impressos nas próprias escadas, sendo que até ao momento todas as fotografias encontradas e analisadas eram de ambientes em exterior. Por isso, surge a necessidade da categoria “Ambiente”, que contém como opções, Interior e Exterior. Para além da categoria “Ambiente”, surge um ainda um novo suporte de onde se poderão encontrar os letterings.

VEICULOS

Ainda no que diz respeito ao suporte do *lettering*, foi acrescentada a opção de “veículos”, uma vez que, através duma pesquisa, surgiram diversas imagens com carros decorados com letterings.

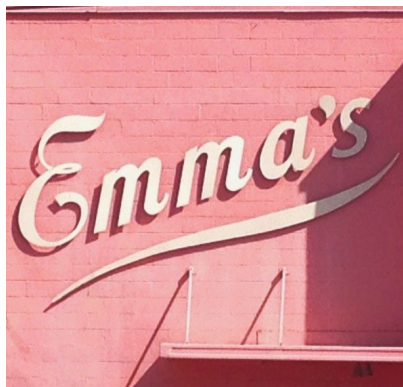


Fig. 77 – Emma's Flowers & Gifts
Lettering onde as letras estão dispostas na diagonal.
West End Avenue, Nashville, USA
Imagem de amicahsmith @ Instagram



Fig. 78 – Ubaldo F. Farace
Possivelmente fileteado por León Untroib. Estilo Artístico de pintura típico de Bs. Recoleta, Buenos Aires, Argentina. Imagem de Robert Wright @ Flickr

ORIENTAÇÃO - DIAGONAL

Por último, para além da possibilidade do *lettering* se encontrar na posição “horizontal” ou “vertical”, foi adicionada a opção “diagonal” com base nas imagens encontradas

ORIENTAÇÃO

Horizontal / Vertical / Diagonal

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão / Escadas / Veículos

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

PESO DA TIPOGRAFIA

Light / Light Oblique / Oblique / Medium / Bold / Bold Oblique

AMBIENTE

Interior / Exterior

QUESTIONARIO Nº1

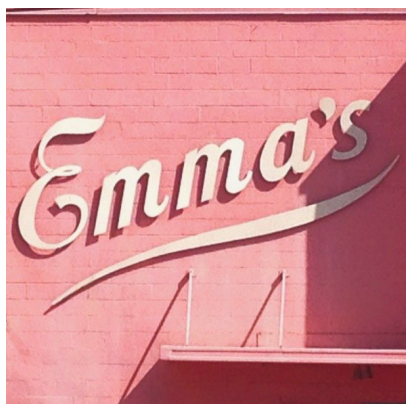
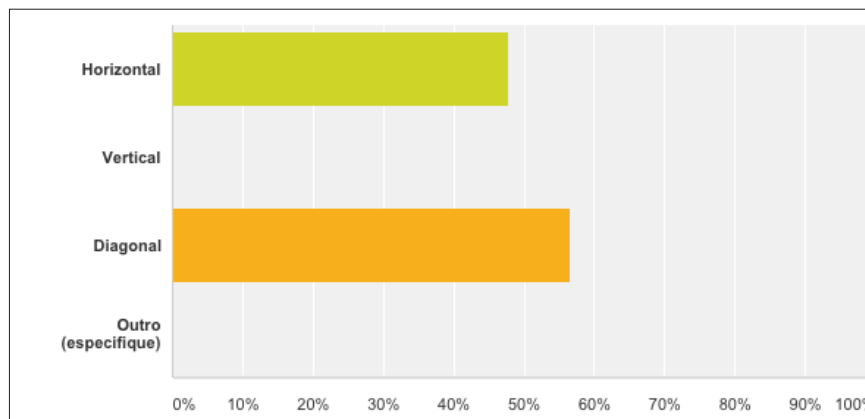


Fig. 79 – Emma's Flowers & Gifts
Emma's Shop. West End Avenue, Nashville, USA
Imagem de amicaSmith @ Instagram

Durante um workshop com Russel Bestley foi criado um questionário de forma a testar a vulnerabilidade das categorias. Através da plataforma SurveyMonkey foram criados 22 questionários on-line, onde cada um continha uma fotografia de um letreiro e 9 perguntas, que correspondiam a uma das categorias do arquivo. A hiperligação com os questionários foi enviada para 40 alunos da ESAD. No entanto, como a totalidade dos questionários não foi respondida pela totalidade da amostra, para poder obter conclusões sobre o questionário, a análise recaiu sobre os 2 primeiros questionários, nos quais obtivemos 40 e 23 respostas respetivamente. Os outros questionários também foram analisados mas não são apresentadas as suas conclusões devido à escassez de respostas.

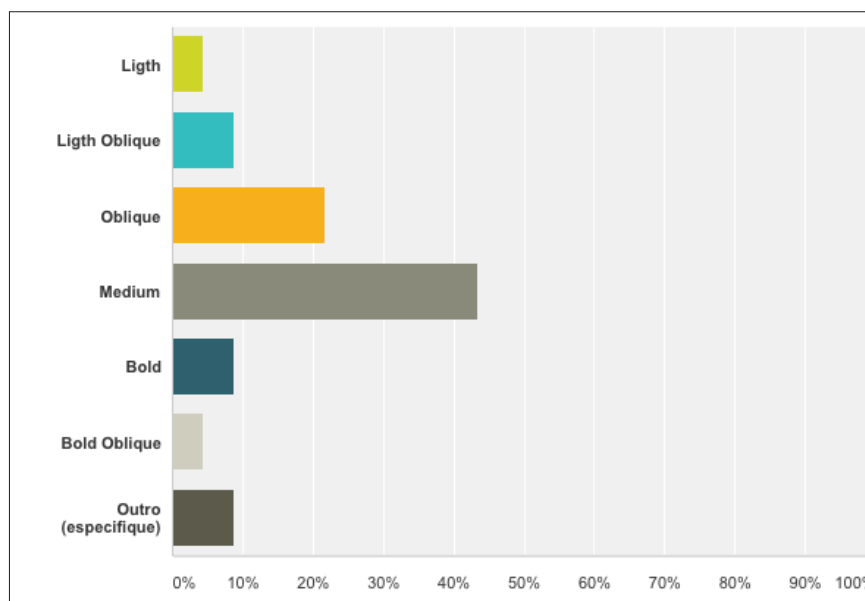
Em seguida explicamos as categorias que se revelaram mais problemáticas.



ORIENTAÇÃO

A opção correta seria a “Diagonal” mas muitas pessoas optaram por colocar “horizontal” na resposta.

Fig. 80 – Orientação
Respostas do utilizador à categoria Orientação.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com



PESO DA TIPOGRAFIA

Esta categoria é demasiado complexa e torna-se difícil para o utilizador, mesmo que conhecedor do assunto, conseguir identificar o peso da tipografia.

Fig. 81 – Peso da Tipografia
Respostas do utilizador à categoria Peso da Tipografia.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com



Fig. 82 – Wash
Local e autor desconhecido

ORIENTAÇÃO

Esta categoria refere-se apenas ao texto do *lettering*.

Como comprovado pelo gráfico, a falta de esclarecimento na pergunta deixa em aberto se a mesma se refere ao *lettering* ou à forma externa da imagem.

APLICAÇÃO

Apesar de mais de metade dos inqueridos terem respondido corretamente, é necessário referir que, mais uma vez, devido à falta de esclarecimento no questionário, algumas pessoas optaram por escolher a opção “no chão”.

Esta escolha, por parte dos inqueridos, deve-se a toda a estrutura estar assente no chão, mas para ser válida esta opção, as letras teriam de estar pintadas ou aplicadas diretamente no chão.

TAMANHO

O tamanho é um dos grandes problemas neste questionário. Visto não haver nenhuma escala definida, qualquer pessoa optava por escolher o que lhe parecia mais correto.

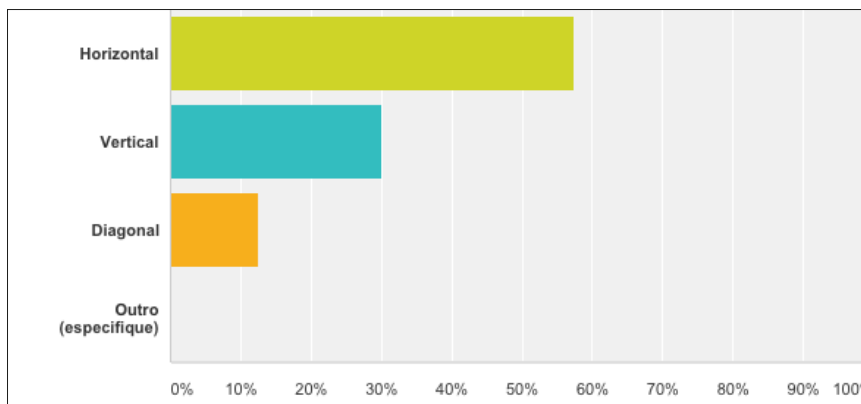


Fig. 83 – Orientação
Respostas do utilizador à categoria Orientação.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

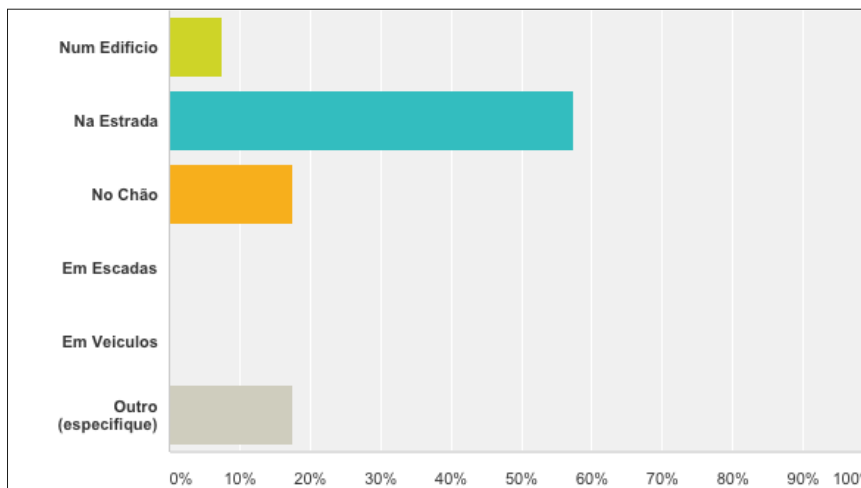


Fig. 84 – Aplicação
Respostas do utilizador à categoria Aplicação.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

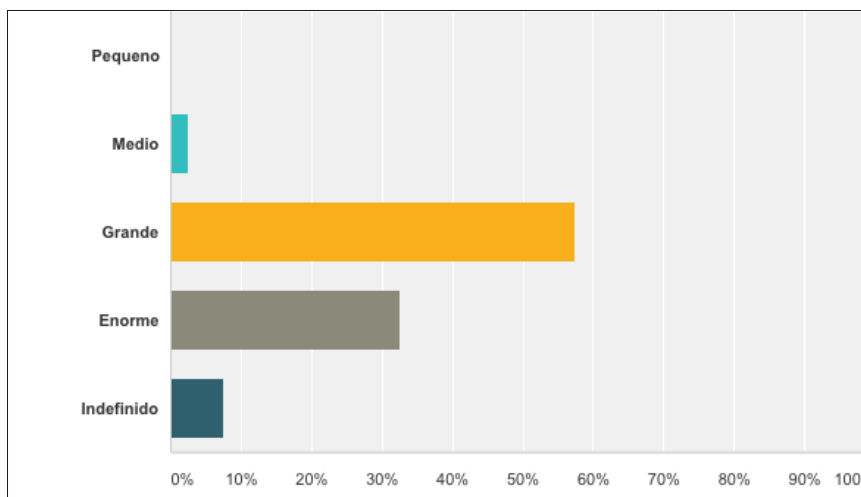


Fig. 85 – Tamanho
Respostas do utilizador à categoria Tamanho.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

3.2.4 - VERSÃO 4.0



Fig. 86 – Tomare! Stop!

A palavra "Tomare" pintada sobre o chão de forma imperativa.

Totsuka, Yokohama, Kanagawa, Japan. Imagem de Rick Cogley @ Flickr



Fig. 87 – Route 66 - Needles

Esta placa sinalizadora apesar de se encontrar apoiada no solo, não está inserida na sub-categoria "chão", pois as letras encontra-se pintadas numa placa de metal e não diretamente sobre o solo.

Needles, California, USA
Imagem de Tsinoul @ Flickr

Analisados os resultados dos inquéritos, foram encontradas algumas falhas no sistema de categorização. O principal factor referido pelos inqueridos, foi não compreenderem na totalidade a que se referiam as categorias, e não conseguirem por vezes diferenciar as opções existentes. Isto deve-se às instruções não terem sido mais específicas e concretas. O *feedback* acerca dos inquéritos foi obtido pessoalmente, após a realização do inquérito. Todos estes inconvenientes refletem-se nos resultados dos inquéritos.

ORIENTAÇÃO

Esta opção resultou em alguma confusão para os inquiridos. Alguns responderam pensando que a orientação se referia à fotografia em si, mas a verdade é que apenas se refere ao conteúdo da imagem.

TAMANHOS

A escala definida, até esta etapa, é demasiado vaga e não tem nenhum elemento como referência. Desta forma, torna-se bastante complicado obter um pensamento uniforme, por parte de todos os participantes relativamente à escala, sem ter nenhuma referência. É necessário continuar a aprofundar este assunto, de forma a definir uma escala que seja facilmente compreendida por todos da mesma forma.

APLICAÇÃO

É necessário reforçar a ideia de que um *lettering* que esteja apoiado no chão não se encontra nesta categoria. Para entrar nesta subcategoria as letras têm de estar no próprio chão, por exemplo estando pintadas no mesmo.

PESO DA TIPOGRAFIA

Por último é eliminada a categoria do "Peso" da tipografia, pois é demasiado complexa a distinção e também pela escassa diferença de diferentes pesos, por enquanto, não existe necessidade de manter esta categoria presente.

ORIENTAÇÃO

Horizontal / Vertical / Diagonal

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão / Escadas / Veículos

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

AMBIENTE

Interior / Exterior

3.2.5 – VERSÃO 5.0

ESTADO

Pedro Almeida, docente convidado pela ESAD para uma formação aos alunos do Mestrado, sugeriu que, seria importante distinguir os *letterings* que estiverem danificados daqueles que se encontrem inteiros. Era algo que até ao momento não tinha sido destacado e, realmente, é possível encontrar *letterings*, danificados por diversos motivos. Uns desgastados pelo tempo, outros partidos, e ainda alguns incompletos.

VEÍCULOS

Foi também retirada a subcategoria “Veículos” das “Aplicações”, devido a não ter sido encontrada informação suficiente que sustente a permanência desta categoria.



Fig. 89 – Tow-Away Zone
 Lettering muito antigo que fazia parte de umas obras numa pequena vila de pescadores.
 Menemsha, Martha's Vineyard, MA, USA.
 Imagem de Steve Newfield @ Flickr



Fig. 88 – Bireley's
 Antigo Lettering de uma marca de refrigerante produzido na Califórnia em 1930.
 West Side of Detroit, USA.
 Imagem de pinehurst19475 @ Flickr

ORIENTAÇÃO (DISPOSIÇÃO DAS LETRAS)

Horizontal / Vertical / Diagonal

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão / Escadas

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

AMBIENTE

Interior / Exterior

ESTADO DE CONSERVAÇÃO

Inteiro / Danificado

3.2.6 - VERSÃO 6.0

VEÍCULOS

Após mais uma pesquisa realizada no Flickr, uma plataforma essencial para o desenvolvimento deste projeto, foi encontrada uma galeria da autoria de Kevin Freaney, onde existe um grande número de fotografias de letreiros desenhados em veículos.

Por outro lado, num vídeo-documentário intitulado “Gentlemen of Letters - A Dublin Sign Painting Film“, da autoria Colin Brady, podemos reparar que, no passado, existia um grande número de veículos decorados com letras, que, pela sua diversidade contribuíram para a caracterização da cidade.

Esta informação leva-nos a acreditar que é necessário voltar a incluir esta subcategoria porque acrescenta valor ao arquivo. As imagens recolhidas neste documentário são da autoria de Kevin Freaney,



Fig. 90 –
J.P. Cummis
Wolfe Tone,
Dublin, Irlanda
Desenhado por Kevin
Freaney
@ Flickr



Fig. 91 –
The Comet Pub - Van
Swords Road,
Whitehall, Dublin,
Irlanda
Desenhado por Kevin
Freaney
@ Flickr



Fig. 93 –
The Comet Pub
Swords Road,
Whitehall,
Dublin, Irlanda
Desenhado por Kevin
Freaney
@ Flickr



Fig. 92 –
Nolans Bakery
Dublin, Irlanda
Desenhado por Kevin
Freaney
@ Flickr

ORIENTAÇÃO (DISPOSIÇÃO DAS LETRAS)

Horizontal / Vertical / Diagonal

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão / Escadas / Veículos

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

AMBIENTE

Interior / Exterior

ESTADO DE CONSERVAÇÃO

Inteiro / Danificado

3.2.7 – VERSÃO 7.0

Após uma reunião com Andrew Howard chegou-se à conclusão de que algumas das categorias desenvolvidas não são determinantes na categorização do letreiro e que apenas complicam o processo.

ORIENTAÇÃO

Pensamos que a orientação das letras não é algo tão relevante no processo de arquivagem da fotografia, por isso, decidimos retirar esta categoria de forma a simplificar o modelo de arquivo.

AMBIENTE

Existindo já uma categoria sobre onde o letreiro está inserido (aplicação), decidimos eliminar esta categoria, porque não achamos que seja necessário ter duas categorias referentes à introdução do letreiro.

ESTADO DE CONSERVAÇÃO

Apesar de ser uma categoria interessante pensamos que não acrescenta tanto valor quanto as outras, por isso, acabaria por tornar o arquivo mais complexo. De forma simplificar o arquivo decidimos eliminar esta categoria.

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão / Escadas / Veículos

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic

QUESTIONARIO Nº2 - “CAFÉ PROGRESSO”



Fig. 94 – Café Progresso
Fotografia utilizada no questionário.
Porto, Portugal @ Fernando Zalazar

Na construção deste segundo questionário foram tidos em atenção todos os inconvenientes que surgiram no questionário anterior. Principalmente, sobre a questão da falta de informação necessária para as respostas ao inquérito, que provocou um grande número de respostas erradas.

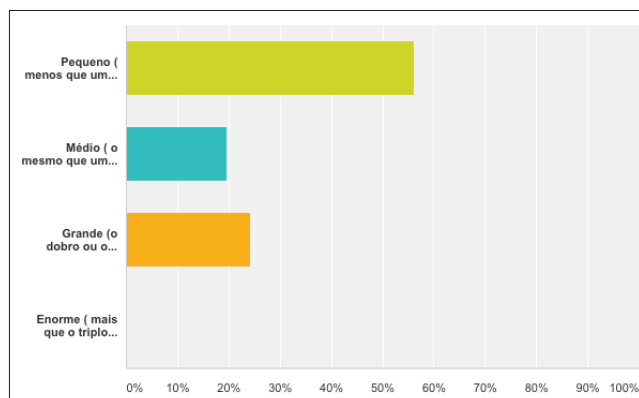


Fig. 96 – Tamanho
Respostas do utilizador à categoria Tamanho.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

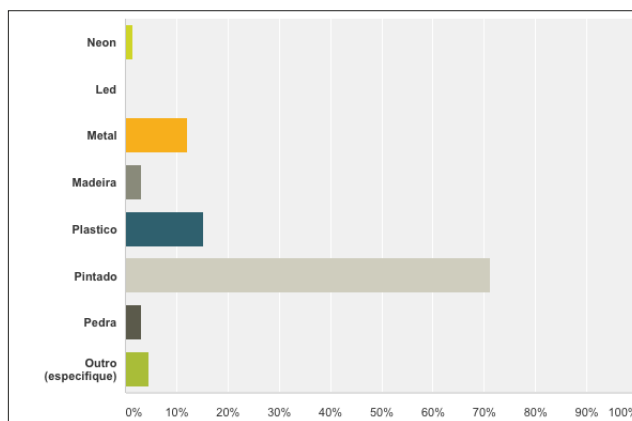


Fig. 95 – Materiais
Respostas do utilizador à categoria Materiais.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

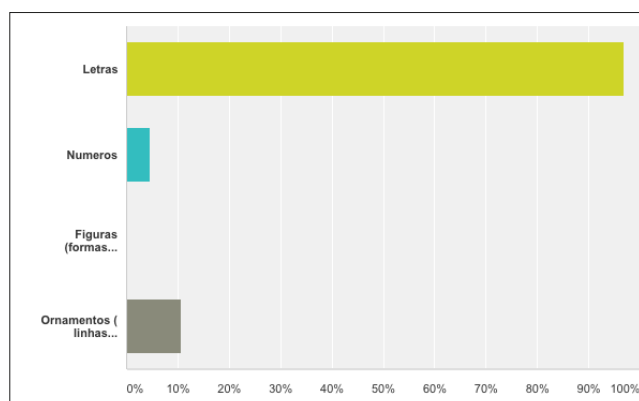


Fig. 98 – Tipologia
Respostas do utilizador à categoria Tipologia.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

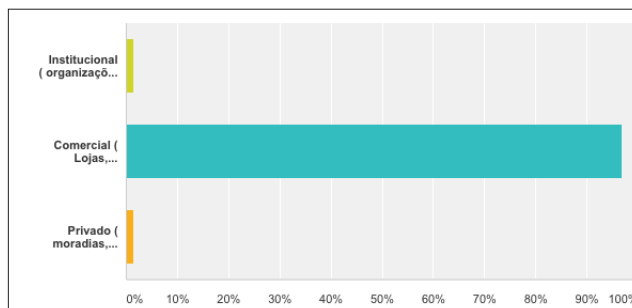


Fig. 97 – Propriedade
Respostas do utilizador à categoria Propriedade.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

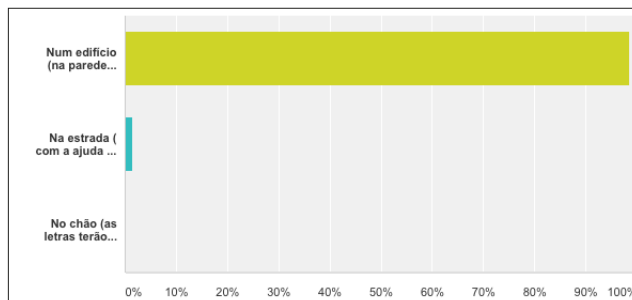


Fig. 99 – Aplicação
Respostas do utilizador à categoria Aplicação.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

QUESTIONARIO Nº2 - "METRO"

Podemos constatar que este questionário foi bem-sucedido. Uma vez que, as respostas dos inquiridos foram praticamente todas corretas. No entanto, podemos concluir que existem letreiros que são mais fáceis de identificar que outros.



Fig. 100 – Metro
Fotografia utilizada no questionário.
Porto, Portugal @ Fernando Zalazar

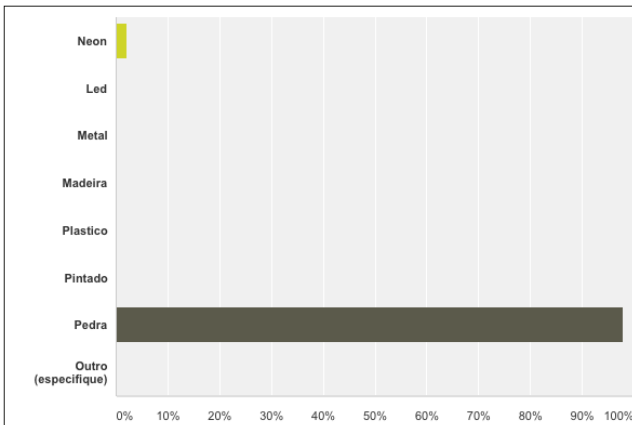


Fig. 101 – Materiais
Respostas do utilizador à categoria Materiais.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

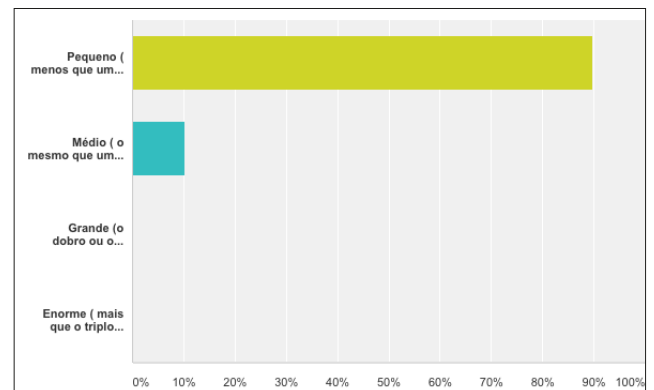


Fig. 102 – Tamanho
Respostas do utilizador à categoria Tamanho.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

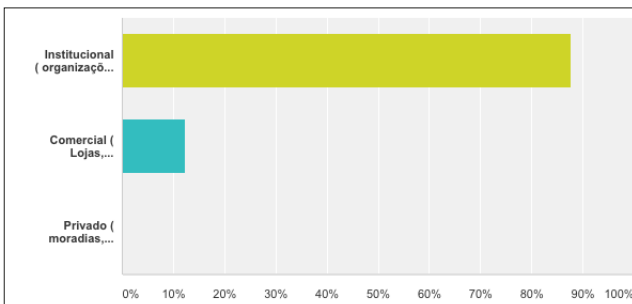


Fig. 103 – Propriedade
Respostas do utilizador à categoria Propriedade.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

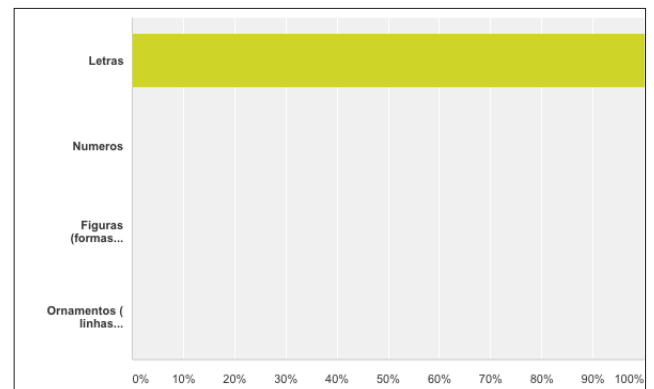


Fig. 104 – Tipologia
Respostas do utilizador à categoria Tipologia.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

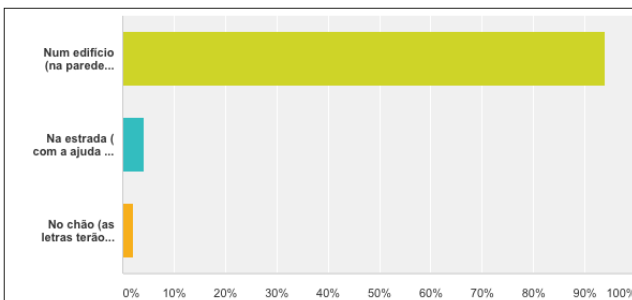


Fig. 105 – Aplicação
Respostas do utilizador à categoria Aplicação.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

QUESTIONARIO Nº2 - "KIEHL'S"



Neste inquérito podemos observar que a escala aplicada para a definição do tamanho do *lettering* não resolve totalmente o problema existente. Nesta etapa, acredita-se que a distância entre o letreiro e a câmara dificulta a escolha certa do tamanho.

Fig. 106 – Kiehl's
Fotografia utilizada no questionário.
Barcelona, Spain @ Fernando Zalazar



Fig. 107 – Kiehl's
Detalhe do Lettering

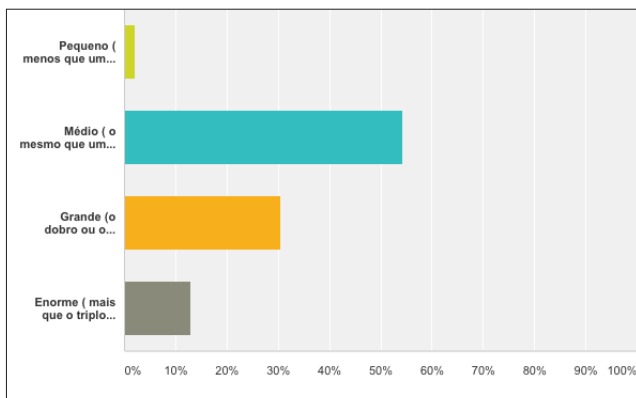


Fig. 109 – Tamanho
Respostas do utilizador à categoria Tamanho.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

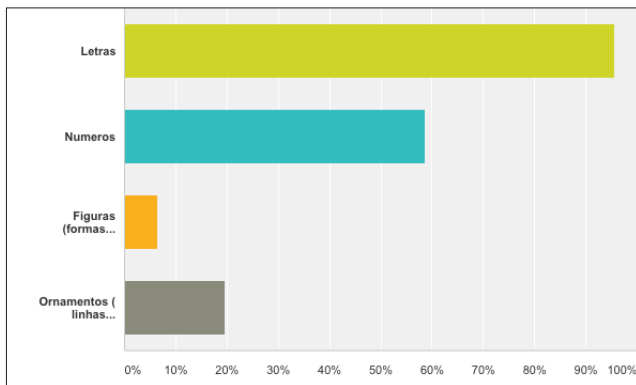


Fig. 111 – Tipologia
Respostas do utilizador à categoria Tipologia.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

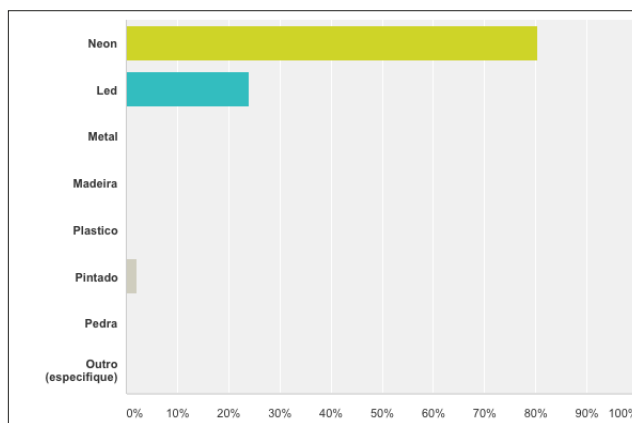


Fig. 108 – Materiais
Respostas do utilizador à categoria Materiais.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

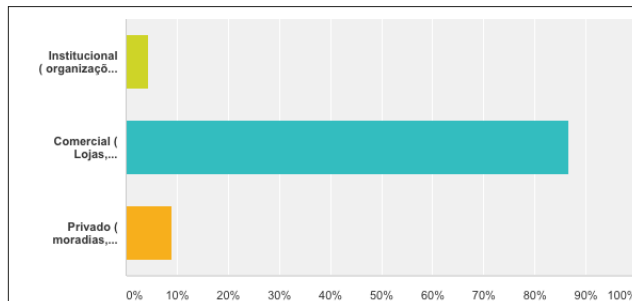


Fig. 110 – Propriedade
Respostas do utilizador à categoria Propriedade.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

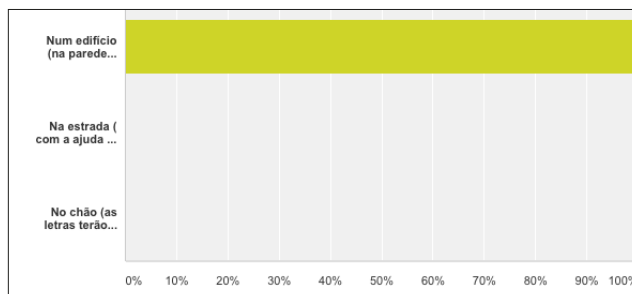


Fig. 112 – Aplicação
Respostas do utilizador à categoria Aplicação.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

QUESTIONARIO Nº2 - “DIEZ”

Por vezes o conteúdo do *lettering* passa despercebido. Um pequeno ornamento, neste caso um *underline*, (sublinhado) nem sempre foi selecionado na resposta ao inquérito. Apenas 20% dos inquiridos fizeram referência a este ornamento na sua resposta.



Fig. 113 – Diez
Fotografia utilizada no questionário.
Burgos, Espanha @ Fernando Zalazar

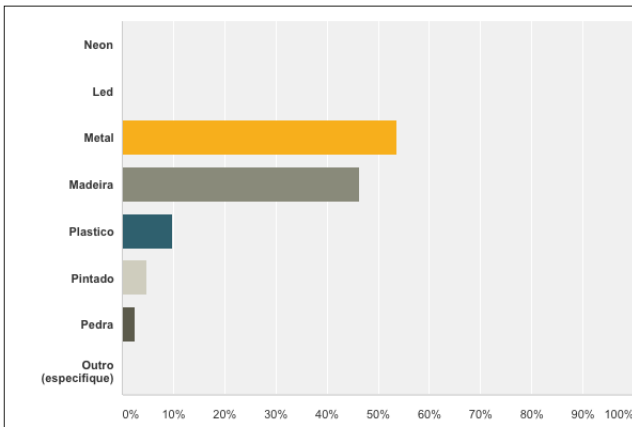


Fig. 114 – Materiais
Respostas do utilizador à categoria Materiais.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

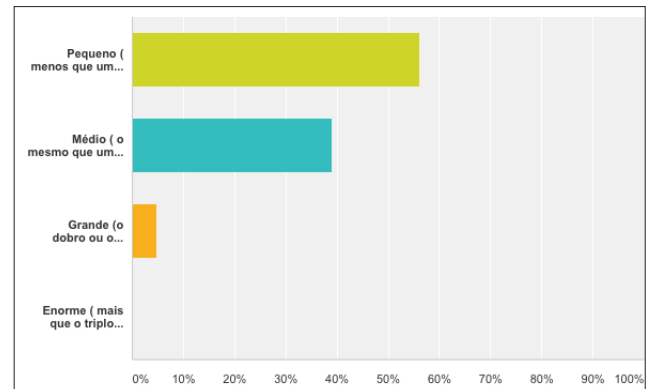


Fig. 115 – Tamanho
Respostas do utilizador à categoria Tamanho.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

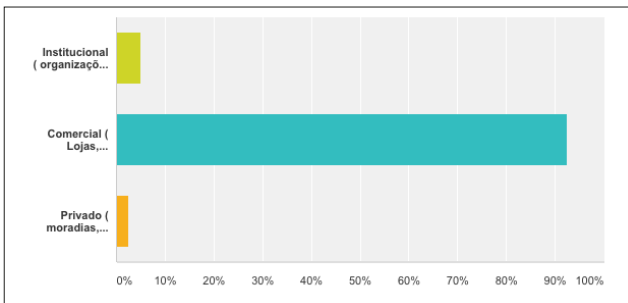


Fig. 116 – Propriedade
Respostas do utilizador à categoria Propriedade.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

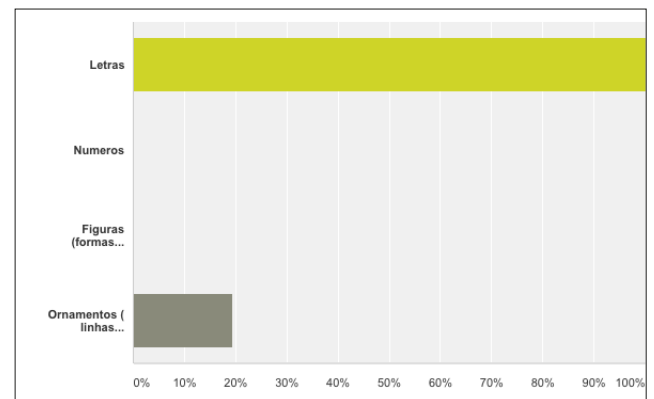


Fig. 117 – Tipologia
Respostas do utilizador à categoria Tipologia.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

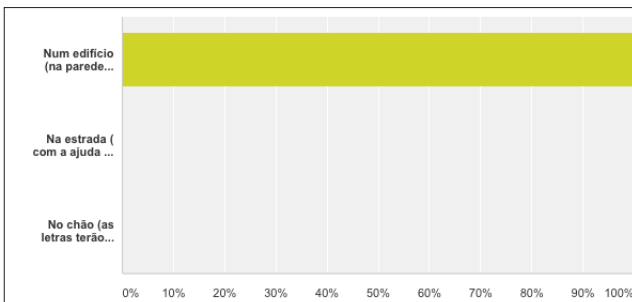


Fig. 118 – Aplicação
Respostas do utilizador à categoria Aplicação.
Gráfico gerado automaticamente pela *surveymoney.com*

QUESTIONARIO Nº2 - "ART ESPAÑOL"



Como na imagem anterior, voltamos a encontrar alguns inconvenientes sobre o conteúdo do *lettering*. Grande parte dos inquiridos volta a não fazer referência aos elementos que o compõem. Nem todos inquiridos conseguiram identificar a quê ou onde pertence. Ainda assim, este factor não se revelou como um problema, pois, neste caso, os inquiridos não foram os autores da fotografia, o que não lhes permite ver a totalidade do edifício.

Fig. 119 – Art Español
Fotografia utilizada no questionário.
Burgos, España @ Fernando Zalazar



Fig. 120 – Art Español
Detalhe do Lettering

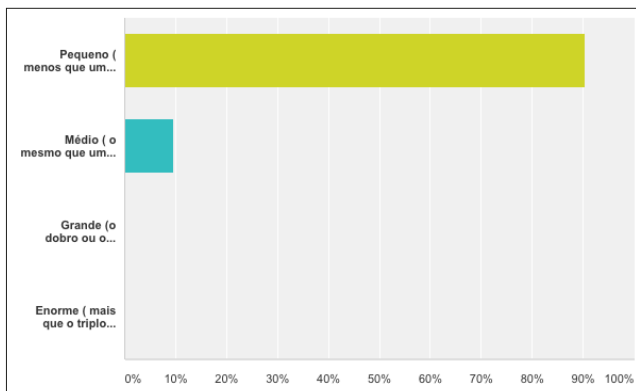


Fig. 122 – Tamanho
Respostas do utilizador à categoria Tamanho.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

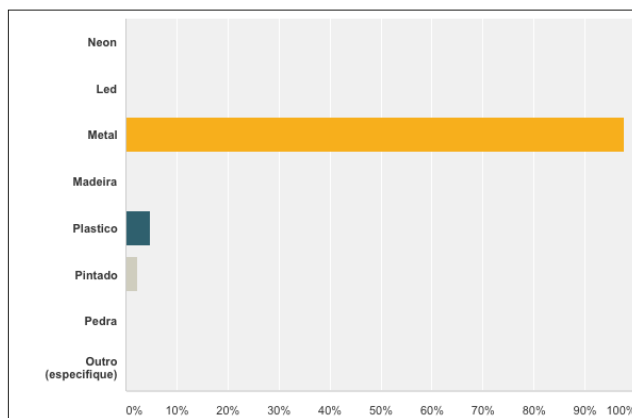


Fig. 121 – Materiais
Respostas do utilizador à categoria Materiais.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

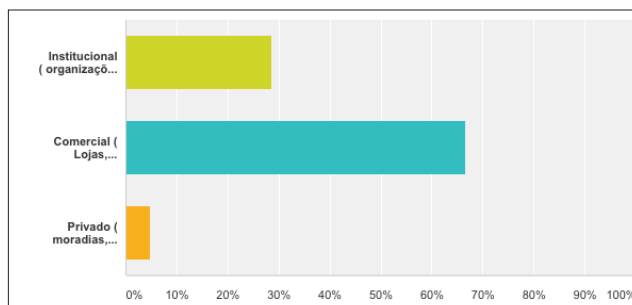


Fig. 123 – Propriedade
Respostas do utilizador à categoria Propriedade.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

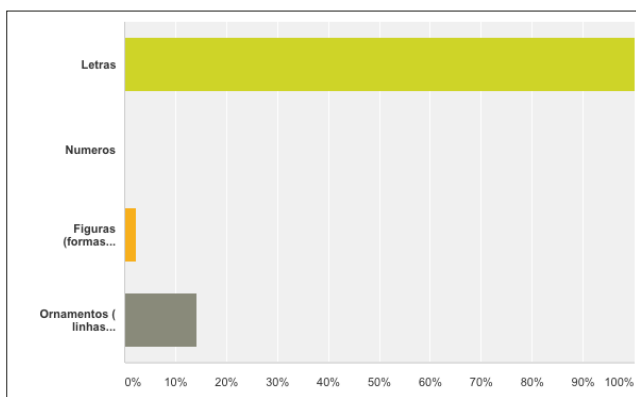


Fig. 124 – Tipologia
Respostas do utilizador à categoria Tipologia.
Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

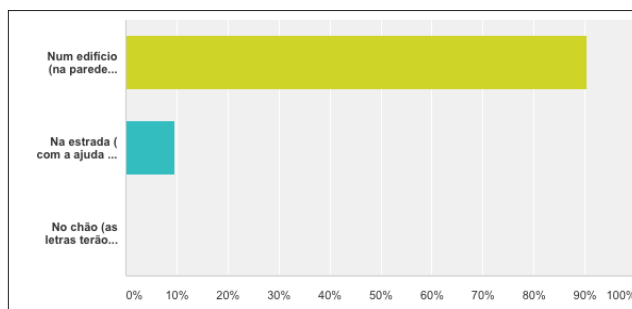


Fig. 125 – Aplicação
Respostas do utilizador à categoria Aplicação. Gráfico gerado automaticamente pela surveymoney.com

3.2.8 - VERSÃO 8.0

LÂMPADAS

Durante uma pesquisa nas galerias do Flickr foram encontrados grupos que são criados na tentativa de organizar ou categorizar *signages*. Os grupos relacionados com o meu projeto são chamados de: “Néon Signs”, “Wood Signage” e também “Bulb Signs”. Este último desperta o meu interesse pelo facto de, nas categorias que estão a ser desenvolvidos neste projecto, as lâmpadas não estarem ainda incluídas nos materiais. Penso que esta inclusão é fundamental visto ter encontrado não apenas grupos com fotografias que contêm letreiros com este material, mas também por existirem muitos outros, principalmente “Vintages” ou “Rêtro”, que contêm lâmpadas na sua composição.



Fig. 126 – Star Donuts
Quase uma cenena de lampadas presentes neste *signage*.
Northeast Texas, USA
Imagem de Debra Jane Seltzer @ Flickr

TAMANHO

Pequeno / Médio / Grande / Enorme

APLICAÇÃO

Edifício / Estrada / Chão / Escadas / Veículos

PROPRIEDADE

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira / Lâmpadas

TIPOLOGIA

Letras / Números / Ícones / Ornamentos

TIPOGRAFIA

Serif / Sans / Script / Slab / BlackLetter / Arabic / Oriental / Cyrillic



Fig. 127 – I amsterdam
 Uma marca que representa uma cidade.
 Amsterdão, Holanda do Norte, Países Baixos
 Imagem de David Criespo Nieto @ Flickr

Ícone

Figura simbólica ou representativa de algo (“ícone”, in *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, http://www.priberam.pt/DLPO/%C3%ADcone [consultado em 23-02-2015]*)

Símbolo

Figura pela qual se substitui o nome de uma coisa pelo de um sinal que o uso adoptou para a designar. (“símbolo”, in *Dicionário Priberam da Língua Portuguesa [em linha], 2008-2013, http://www.priberam.pt/DLPO/s%C3%ADmbolo [consultado em 23-02-2015]*)

3.2.9 – VERSÃO 9.0

Alguns termos utilizados foram alterados, dado que, foram encontradas designações mais correctas. Em seguida, segue-se a lista dos termos atualizados.

TIPOLOGIA > CONTEÚDO

Optou-se pela mudança do termo “tipologia” para “conteúdo”, visto que, esta nova categoria permite escolher que elementos compõem o lettering e tipografia, isto é o seu conteúdo.

TIPOGRAFIA > ESTILO DAS LETRAS

Uma vez que lettering não é tipografia, e vice-versa, esta categoria não poderia chamar-se tipografia, uma vez que o termo não é o mais correcto. De forma a incluirmos lettering e tipografia na mesma categoria, decidimos utilizar a expressão “estilo das letras”.

ICONES > SÍMBOLOS

Uma vez que foi encontrado um termo que melhor representa o que estamos a procurar, foi alterado para símbolos, a subcategoria que antes se denominava de “ícones”

ESTILO DAS LETRAS

Visto existirem demasiadas formas de categorizar estilos das letras, o que inclui lettering e tipografia, foi decidido, de forma a facilitar o momento da escolha, simplificar para apenas três subcategorias. Dentro destas 3 subcategorias é possível existirem mais especificações, mas pensamos que isso tornaria o arquivo demasiado complexo para ser categorizado.

ORIENTAÇÃO DAS LETRAS

Esta categoria já esteve presente no arquivo em versões anteriores, após ser eliminada, achamos necessário que seja reintegrada. Esta decisão foi feita com base na análise de imagens onde podemos concluir que a colocação de um letreiro na posição vertical, obriga o designer a trabalhar na disposição das letras de uma forma diferente do que num letreiro na horizontal.

INDEPENDENTE

Nem sempre as letras estão fixas a um suporte. Visto isto, consideramos serem independentes todas as letterings e tipografias que se encontrem simplesmente apoiados no solo ou em outro local, sem estarem a utilizar uma estrutura que os suporte.

TAMANHO

<1 Metro / 1-3 Metros / 3-5 Metros / 5-8 Metros / >8 Metros

SUPORTE

Edifício / Estrada / Chão / Veichles / Independente

CONTEXTO

Institucional / Comercial / Privado

MATERIAIS

Néon / Led / Plástico / Metal / Pintura / Pedra / Madeira / Lâmpadas

CONTEUDO

Letras / Números / Simbolos / Ornamentos

ESTILO DAS LETRAS

Sans Serif / Serif / Script

ORIENTAÇÃO DAS LETRAS

Horizontal / Verticall / Diagonal

3.2.10 – VERSÃO FINAL EM INGLÊS

Visto o arquivo estar pensado para ser utilizado globalmente, os termos não poderiam ser em português. Por isso, em conjunto com o coordenador do projeto, todos os termos foram traduzidos para Inglês.

Além disso, foram re-ordenadas todas as categorias numa tentativa de agrupar aquelas que estivessem mais próximas. Começamos pelos Materiais e tamanho, seguido da localização física do letreiro e do seu contexto, e finalizado nas questões mais técnicas sobre as letras, o conteúdo, o estilo e a orientação das mesmas.

MATERIALS

Néon / Led / PVC / Metal / Painted / Stone / Wood / Bulb

SIZE

<1 Metro / 1-3 Metros / 3-5 Metros / 5-8 Metros / >8 Metros

SUPPORT

Building / Floor / Veichles / Isolated

CONTEXT

Institucional / Commercial / Privat

CONTENT

Letras / Números / Simbolos / Ornamentos

LETTER STYLE

Letters / Numbers / Symbols / Ornaments

TEXT ORIENTATION

Horizontal / Vertical / Dlagona

4 – DESIGN DE UMA APLICAÇÃO PARA IOS

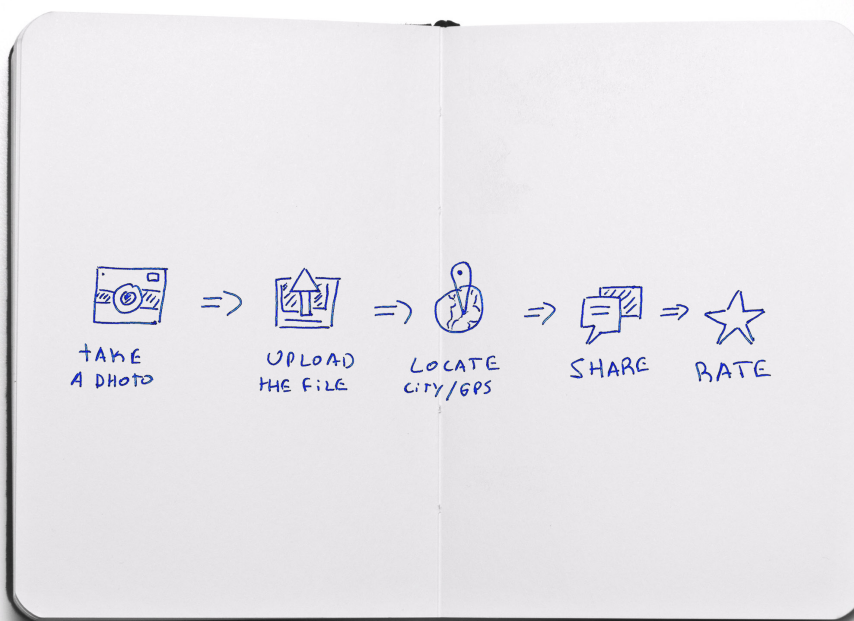


4.1 – RECOLHA DO MATERIAL

A fase inicial do projeto é a mais importante na medida em que se irá determinar a qualidade do material. Num momento inicial, apenas um grupo selecionado de pessoas será convidada a participar, de modo a criar certo nível de qualidade. Assim, as pessoas que visitarem o website conseguirão ver apenas fotografias com a qualidade pretendida para, querendo proceder a um *upload* saberem que qualidade se solicita.

As pessoas que forem convidadas a participar possuirão um número limitado de convites, destinados a incluir mais pessoas e, através das suas contribuições/menções com as fotografias adicionadas, poderão ganhar mais convites.

Esta é uma estratégia de expansão da plataforma que pretende conduzir o arquivo para novos horizontes e permitir também um controlo mais eficaz na qualidade das imagens aí existente.



Existirá ainda uma outra forma de as pessoas se poderem unir à comunidade: quem não possuir convite e pretender participar e contribuir para o arquivo poderá auto candidatar-se devendo, para isso, enviar, com a requisição, entre 5 a 10 fotografias da sua autoria para que estas sejam analisadas e, depois, ser validada a sua inscrição como membro do arquivo.

Fig. 128 – Processos de Arquivação
Esboço dos processos na aplicação. Desde o registo da fotografia até à interação com outros utilizadores

Procedimentos

Antes de colocar qualquer fotografia os utilizadores terão de criar uma conta na aplicação. Este procedimento poderá ser facilitado com ligação direta ao Facebook, Twitter, ou Google.

Uma vez realizado o *login* (autenticação), o utilizador poderá fazer *upload* das fotografias que pretender. Ao selecionar a fotografia antes de ser introduzida no arquivo será necessário preencher todas as categorias obrigatórias relativas à categorização da imagem. Após o preenchimento das mesmas, será possível partilhar a fotografia nas redes sociais ao mesmo tempo que a foto é inserida no arquivo. Esta interação com outras redes sociais é uma estratégia para ganhar visibilidade, contribuindo, assim, para o crescimento do arquivo.

4.1.1 – COMO DETERMINAR A QUALIDADE DAS IMAGENS

A qualidade das fotografias do arquivo é factor fundamental para destacar e colocar este projeto como uma referência a nível mundial. Para isso, é necessário que não estarem aí presentes fotografias que não cumpram os parâmetros mínimos pretendidos. A fotografia tem de estar focada, bem enquadrada e captada de uma perspectiva o mais frontal possível para ser possível visualizar o letreiro em boas condições. Estes parâmetros serão comunicados aos utilizadores no momento do *upload* da imagem mas também aquando do seu registo na aplicação.

Monitorização da Informação

Existirá um *backoffice* do *website* que consiste em analisar toda a informação obtida, os seus utilizadores e as características específicas das fotografias introduzidas por cada utilizador.

Neste processo de monitorização poderão ser corrigidas as categorias que forem necessárias assim como a qualidade da imagem poderá ser questionada. Se uma imagem não tiver qualidade suficiente para permanecer no arquivo, será a mesma removida, não sem antes ser informado o utilizador e a razão dessa remoção. Este poderá substituir a fotografia removida por uma que possuam as características requeridas, o que visa, não só manter a qualidade do arquivo mas, também, alcançar uma melhoria sem perda de informação.

Nesta página podemos observar 5 erros que não devem acontecer. Caso seja adicionada ao arquivo alguma fotografia com alguns destes problemas, o utilizador será contactado de forma a possibilitar o *upload* de uma nova fotografia, caso não aconteça a fotografia será removida do arquivo.



Fig. 129 – Perspectiva
Esta imagem mostra um exemplo de uma perspectiva que dificulta a visualização do letreiro.
Imagem de Classic Film © Flickr,
Mesa, Arizona, USA



Fig. 130 – Focagem
Ao contrário do que acontece nesta imagem, a fotografia deve estar sempre focada.
Imagem Editada. Original de Jacob Krejci © Flickr,
Maggie Valley, Carolina do Norte, USA



Fig. 131 – Campo de Visão
Todo o letreiro deve ser fotografado. Neste arquivo não é pretendido imagens apenas de pormenores.
Imagem de Bradley Austin. © Flickr,
Clark Learning Office Center, Salt Lake City, Utah, USA



Fig. 132 – Vista
Devemos ver o "lettering" do ponto de vista para que é desenhada.
Imagem de Jon Waz © Flickr,
Creta, Grécia



Fig. 133 – Enquadramento
A fotografia tem de ser o elemento principal, e não e deve estar colocada no centro da imagem.
Imagem de John Gilchrist © Flickr,
Aeroporto de Edinburgo, Escócia, Reino Unido

4.2 - ESBOÇOS

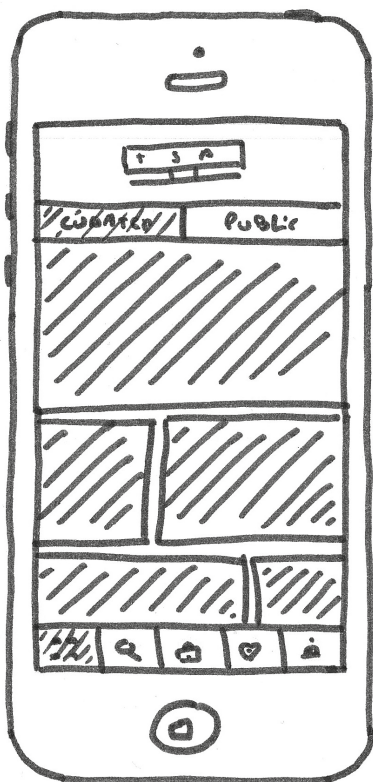


Fig. 134 – Esboço: Galeria de Curadoria
Esboço da galeria de curadoria da aplicação.

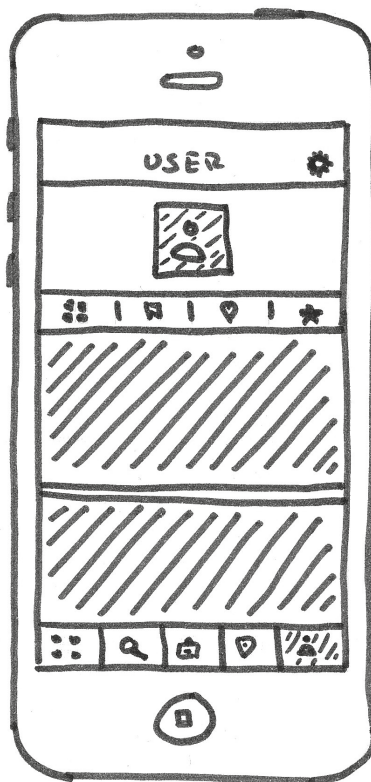


Fig. 135 – Esboço: Galeria do Utilizador
Esboço da galeria do utilizador da aplicação.

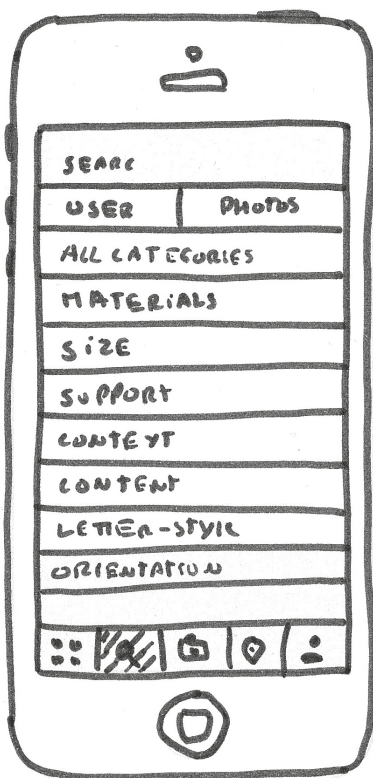


Fig. 136 – Esboço: Galeria do Utilizador
Esboço da pesquisa na aplicação.

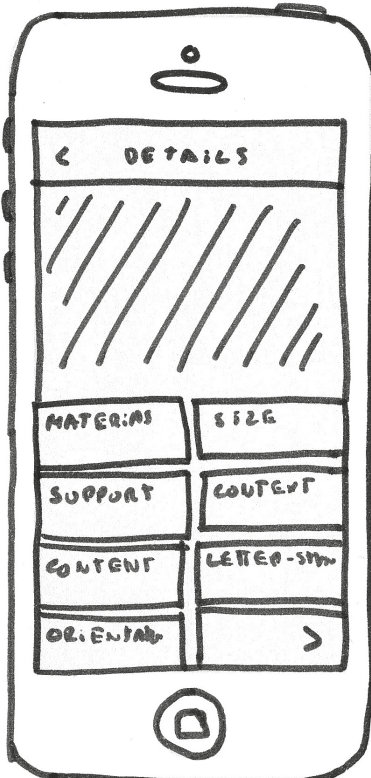


Fig. 137 – Esboço: Galeria do Utilizador
Esboço do menu de seleção de categorias no momento de upload da fotografia.

4.3 - TESTAR A INTERACTIVIDADE

InVision Software

Depois de converter os esboços em *layouts*, foi necessário testar a vulnerabilidade da aplicação, e saber se é capaz de responder às necessidades pretendidas de interação com o utilizador.

Para isto, foi utilizado uma plataforma *on-line* chamada InVision, que permite importar para a mesma os *layouts* previamente desenhados e simular uma aplicação para telemóveis.

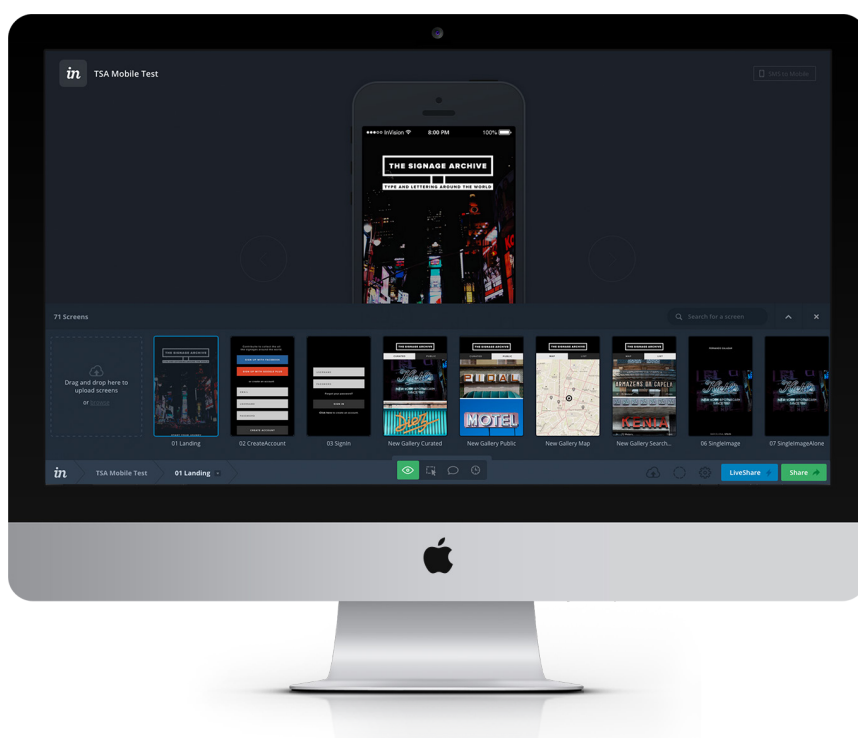


Fig. 138 – InVision
Plataforma utilizada
para a prototipagem
da aplicação.
www.invisionapp.com

Esta ferramenta permite criar a simulação da aplicação num computador e uma vez concluída, é possível ver o resultado num dispositivo móvel, neste caso, um iPhone 5.

Esta ferramenta foi uma mais valia para o a criação e desenvolvimento dos *layouts*, uma vez que permite criar um protótipo de uma forma facil e rápida. Sendo assim possível, testar desde o tamanho das letras até à disposição gráfica dos elementos no dispositivo móvel.

4.4 – ANATOMIA DA APLICAÇÃO

Segundo referido pela Apple no documento “iOS Human Interface Guidelines”, existem 3 elementos que devem caracterizar as aplicações para os seus dispositivos.

DIFERENÇA

A interface gráfica deve ajudar as pessoas a compreender e interagir com o conteúdo mas nunca o deve completar.

CLARIDADE

O texto tem de ser legível em todos os tamanhos, os ícones devem ser precisos e lúcidos, os ornamentos subtis e apropriados. Um enfoque mais acentuado na funcionalidade é o que motiva o design.

PROFUNDIDADE

Camadas visuais e movimentos realistas que transmitem vitalidade e aumentam a satisfação e compreensão das pessoas.

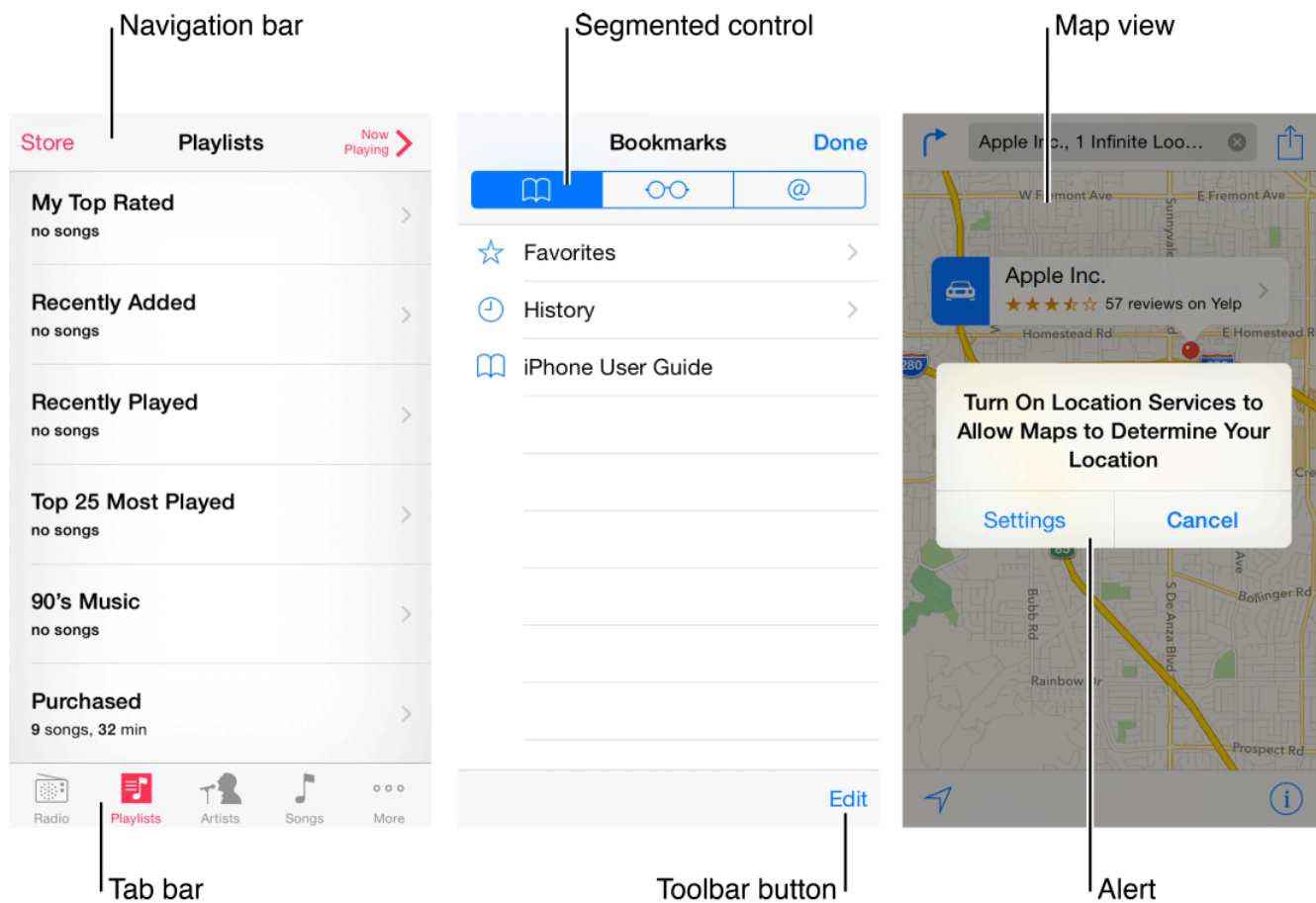
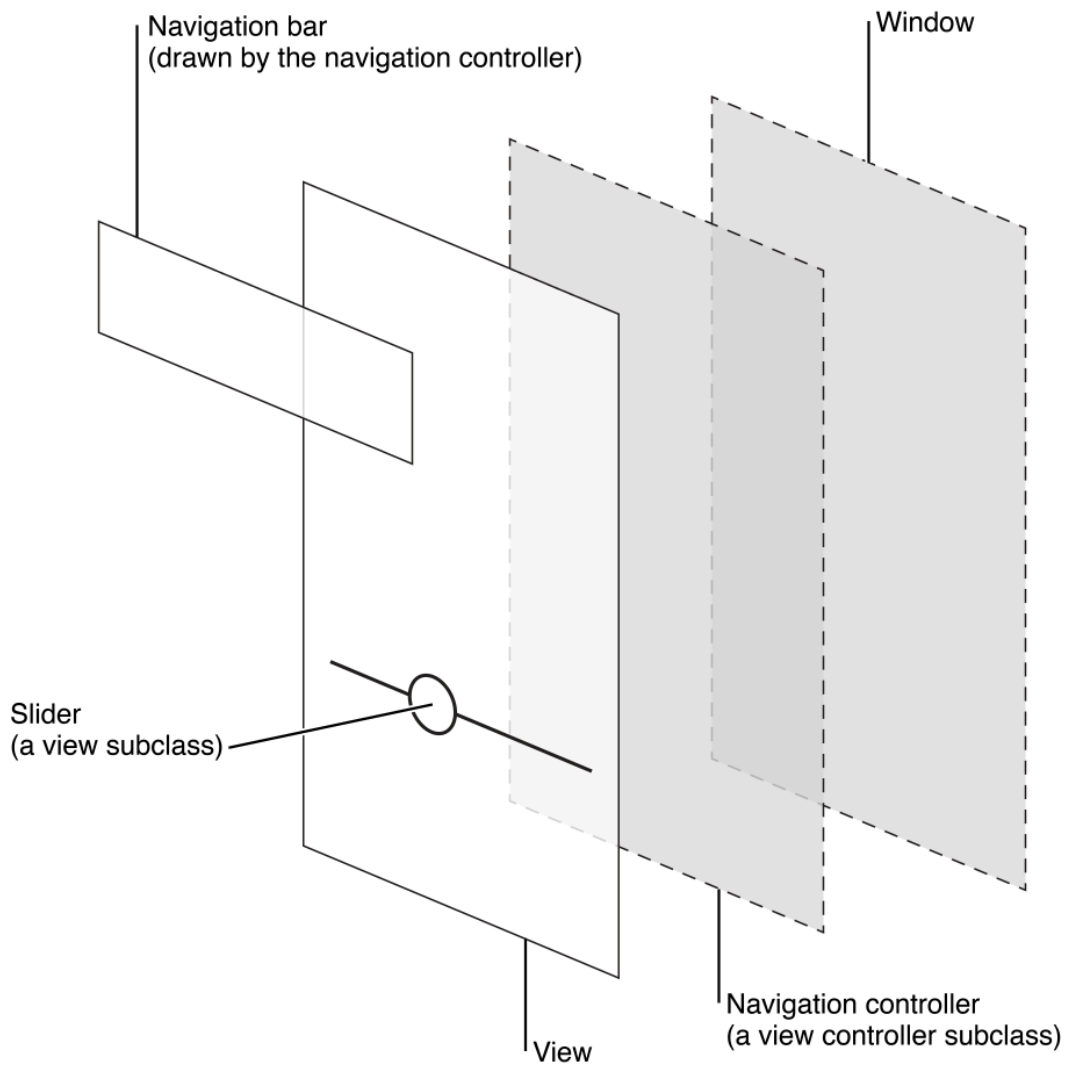


Fig. 139 – Elementos de uma aplicação mobile
 Alguns Elementos gráficos de uma aplicação iOS.
 Retirada do documento “iOS human interface guidelines”

4.4.1 - ELEMENTOS DA INTERFACE GRÁFICA



BARRAS

Contêm informação contextual que informa onde os utilizadores se encontram e mostra os controlos que os ajudam a navegar e a começar ações.

VISTA DE CONTEÚDO

Permite ao utilizador visualizar a informação principal da aplicação e manusear os dados com movimentos a que está habituado como, por exemplo, o *scroll*.

Fig. 140 – Camadas de informação
Camadas de informação e respectivos ecrãs numa aplicação iOS.
Retirada do documento "iOS human interface guidelines"

4.4.2 – ELEMENTOS DA INTERFACE GRÁFICA

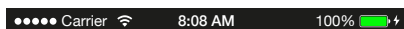


Fig. 141 – Status Bar
Status bar da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.

STATUS BAR

A Apple aconselha a não criar uma barra diferente, porque o utilizador está em conformidade com a que o sistema iOS propõe. Esta pode mudar de cor, ficar transparente ou até ficar oculta, mas nunca devemos alterar qualquer aspeto da mesma, para além dos mencionados.



Fig. 142 – Barra de Navegação
Barra de navegação da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.

BARRA DE NAVEGAÇÃO

A barra de navegação indica ao utilizador a posição atual, por vezes possibilita voltar para a página anterior com um simples botão.



Fig. 143 – Barra de Abas
Barra de Abas da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.

BARRA DE ABAS

Esta barra permite ao utilizador mudar entre diferentes categorias de visualização.



Fig. 144 – Controlo Segmentado
Controlo Segmentado da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.



Fig. 145 – Caixa de Texto
Caixa de Texto da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.



Fig. 146 – Botão
Botão da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.

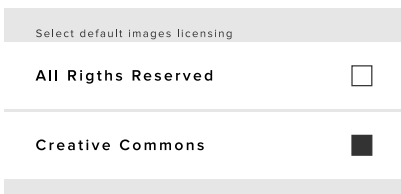


Fig. 147 – Interruptor
Interruptor da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.

COMANDO SEGMENTADO

Um controlo segmentado é o que permite ao utilizador alterar o modo de visualização da informação. Este recurso oferece duas ou mais escolhas que devem estar diretamente relacionadas.

CAIXA DE TEXTO

Uma caixa de texto permite uma simples linha de introdução de texto. A Apple aconselha a que o teclado seja mostrado quando um utilizador tocar a caixa de texto.

BOTÃO

Área delimitada que permite ao utilizador realizar uma ação.

INTERRUPTOR

Serve para activar e desactivar uma opção.

4.4.3 - MODOS DE VISUALIZAÇÃO

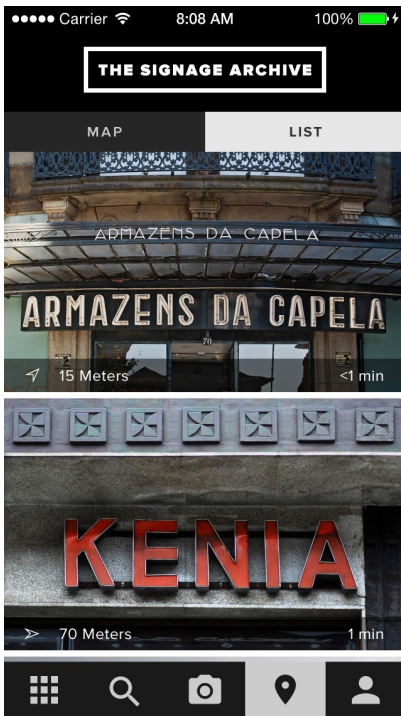


Fig. 148 – Listagem das fotografias
Exemplo do modo de visualização em lista.

LISTA

Uma lista, segundo o dicionário de Língua Portuguesa, significa, “Tira, estreita e comprida), e também “série escrita de nomes de pessoas ou coisas”, entre outros. Por isso, neste modo de visualização, as fotografias estão dispostas uma por baixo da outra, e assim sucessivamente. Quando o utilizador faz *scroll* são mostradas as fotografias que se encontram fora do ecrã.

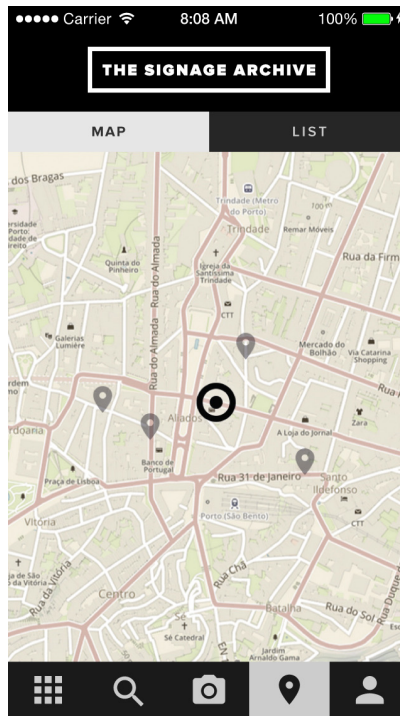


Fig. 149 – Mapa
O mapa mostra a localização do dispositivo e o local onde se encontram os letreiros próximos.

MAPA

Uma forma de visualizar as fotografias é através de um mapa. Como na maior parte dos mapas existentes noutras aplicações, podemos observar pontos que indicam, neste caso, a localização de fotografias. Podemos também observar a posição atual do dispositivo.

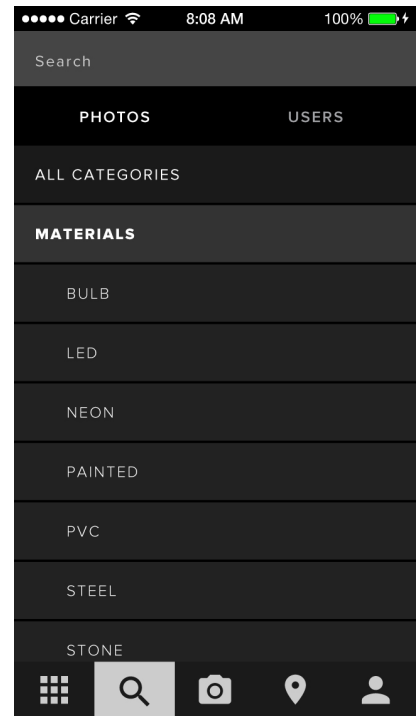


Fig. 150 – Pesquisa por texto
O teclado surge quando pretendemos pesquisar por palavras.

POPOVER

Um *popover* indica uma ação ou conjunto de ações que surgem por cima de toda a informação que esta presente no ecrã. Este recurso tem como objectivo oferecer ações que estão directamente relacionadas com a informação que estamos a visualizar. É aconselhado pela Apple que o *popover* se diferencie do resto do *layout*, para acentuar a ideia de sobreposição.

4.4.4 - HIERARQUIA

De forma a melhorar a navegação dos utilizadores na aplicação foi desenvolvida uma estrutura de navegação.

A Apple define três estilos diferentes de navegação: “Hierárquico”, “Plano” e, “Conduzido pela Experiência”, onde cada um deve ser selecionado conforme o tipo de aplicação.

Neste caso, foi utilizado o método Plano, onde o utilizador navega entre as diferentes categorias desde o ecrã principal.

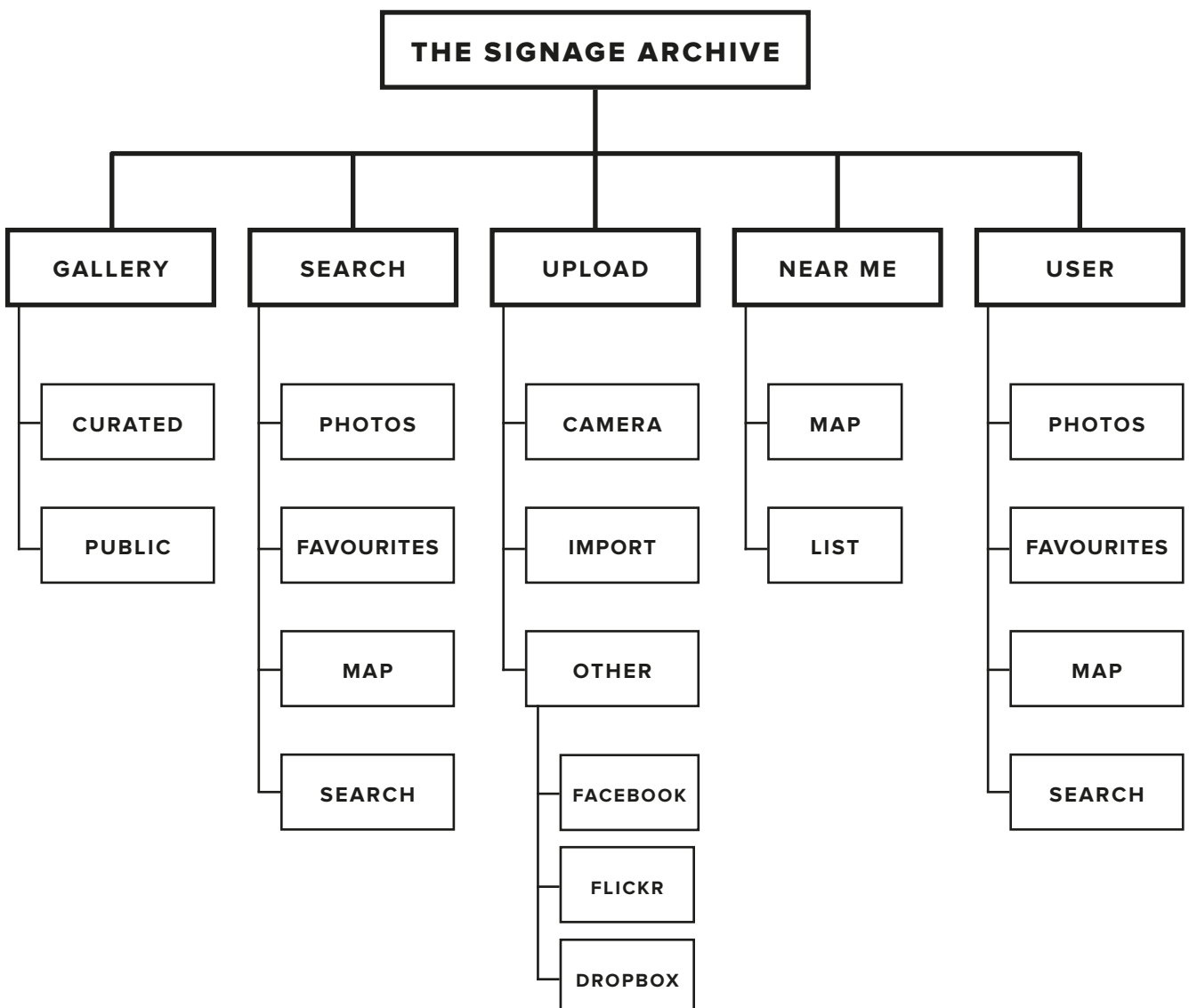


Fig. 151 – Esquema da Hierarquia da Aplicação
Podemos observar neste esquema o funcionamento e os caminhos que o utilizador pode percorrer na aplicação.

4.4.5 – MODALIDADE

A Apple define como Modalidade algo que já existe ou foi experimentado. Esta função tem a vantagem de facilitar a comunicação de certas informações ao utilizador como, por exemplo, alertas. Também é utilizado para interagir com outras aplicações. Se este recurso for utilizado em demasia pode distrair o utilizador, tornando este recurso uma desvantagem. De forma a não confundir o utilizador devemos oferecer a possibilidade fácil e rápida de sair do mesmo e voltar à aplicação.

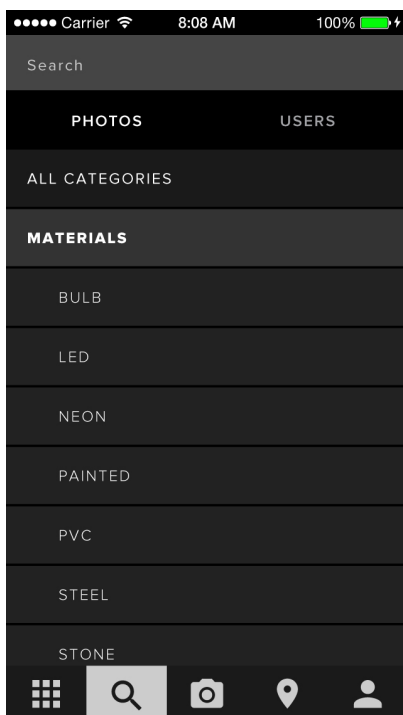


Fig. 152 – Teclado
O teclado utilizado é o mesmo que em todo o sistema operativo iOS.

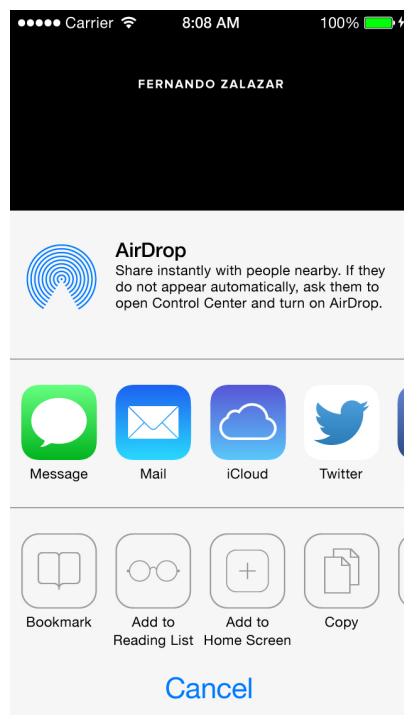


Fig. 153 – Partilha da imagem
Foi utilizado o menu pré-definido pelo iOS para partilhar o conteúdo.

4.4.6 - INTERATIVIDADE

GESTÕES STANDARD DAS APLICAÇÕES IOS.

Os utilizadores utilizam gestos, como tocar, arrastar, abanar, entre outros, para interagir com as suas aplicações no seu dispositivo. Estas ações providenciam emoções e aproximam o utilizador com o dispositivo, explorando o sentido direto de manipulação de objetos no ecrã. De forma a não dificultar a interação do utilizador na minha aplicação foram utilizadas como referência as ações que a Apple aconselha, evitando assim utilizar funções para propósitos diferentes do que o utilizador está habituado.



TOQUE

Fig. 154 – Toque
Ação de tocar com o dedo no ecrã.



DUPLO TOQUE

Fig. 155 – Duplo Toque
Ação de tocar 2 vezes consecutivas com o dedo no ecrã.



DESLIZAR

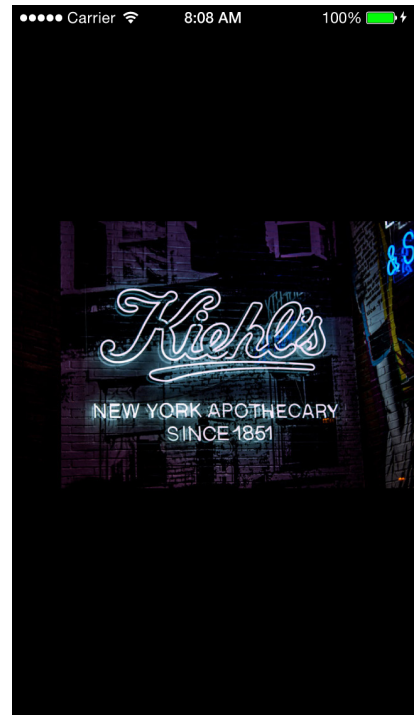
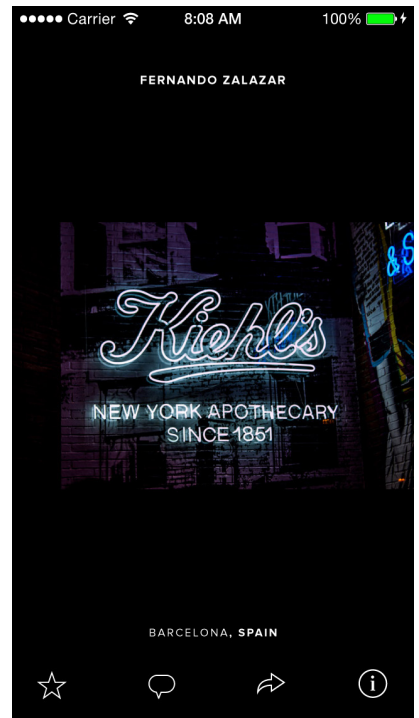
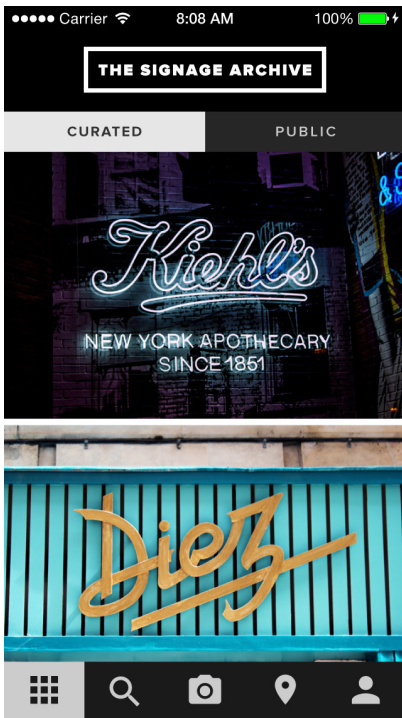
Fig. 156 – Deslizar
Pressionar e deslizar para o lado.

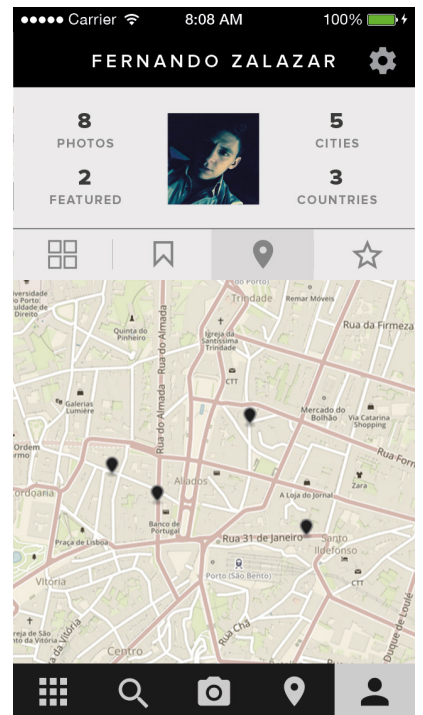
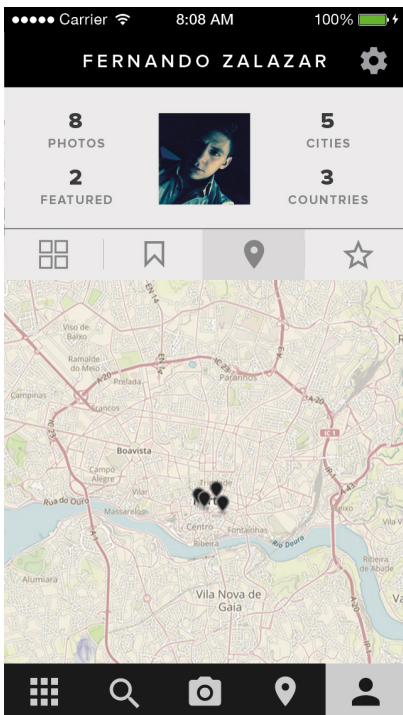


AFASTAR OS DEDOS

Fig. 157 – Afastar os dedos
Tocar a tela com 2 dedos, e sem largar, afastar os mesmos.

INTERACTIVIDADE





INTERATIVIDADE

RERESH CONTROL

Permite ao utilizador carregar nova informação ao ecrã. Esta função, esta habitualmente escondida até que o utilizador arrasta para baixo, a partir do topo de todo o conteúdo existente no ecrã.(Fig.158)

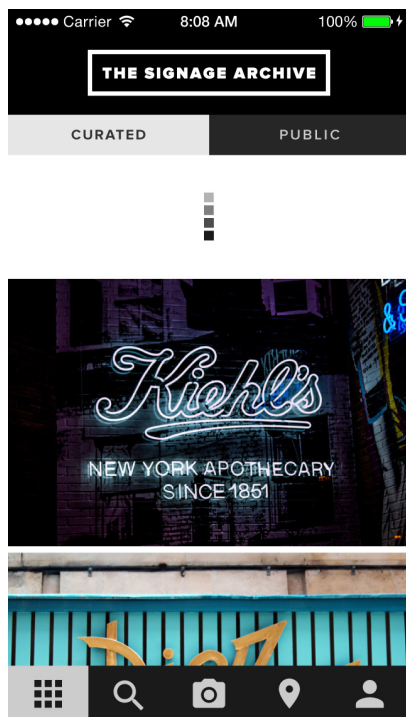


Fig. 158 – Carregar conteúdo
Ao puxar para baixo a imagem que aparece no topo da lista, é actualizada a lista das imagens.

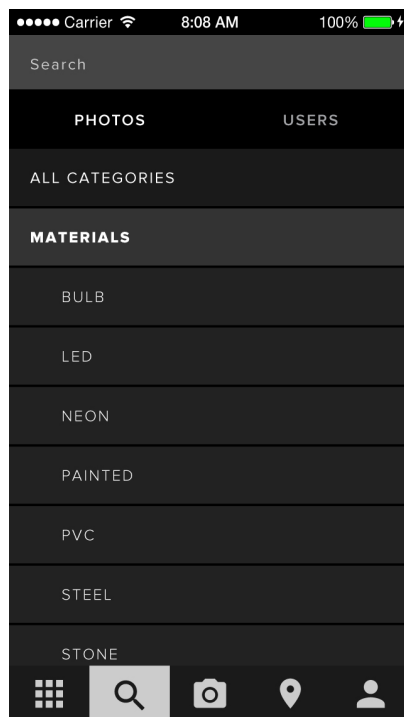


Fig. 159 – Pesquisa
Ecrã de selecção de filtros na pesquisa. Sem nenhum filtro seleccionado.

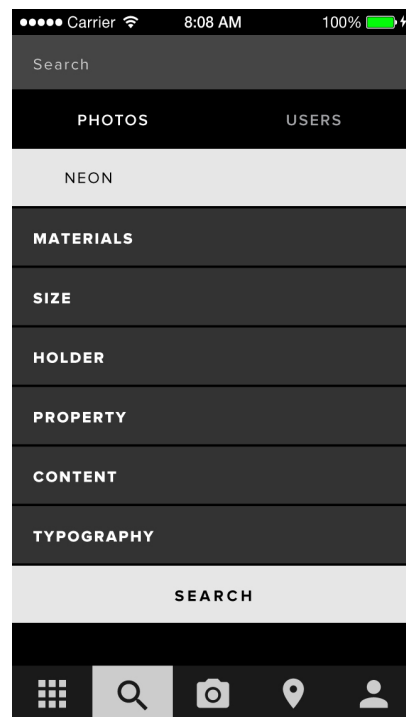


Fig. 160 – Categoria Seleccionada na Pesquisa
Sub-categoria "Neon" seleccionada como filtro.

STATUS ICON

Esta imagem demonstra o momento em que uma sub-categoria está seleccionada como filtro de pesquisa. De forma a facilitar a interação o utilizador, foi desenvolvida uma forma simples de informar ao utilizador sobre que filtros seleccionou. Encontram-se destacados a branco os filtros seleccionados, e uma forma simples de os remover é tocando sobre os mesmos (Fig.160).

4.4.7 – COR



Fig. 161 – Mercado
Ecrã de seleção das categorias. Podemos observar como as cores dos botões se adaptam à imagem.



Fig. 162 – Shanghai
Ecrã de seleção das categorias. Podemos observar como as cores dos botões se adaptam à imagem.

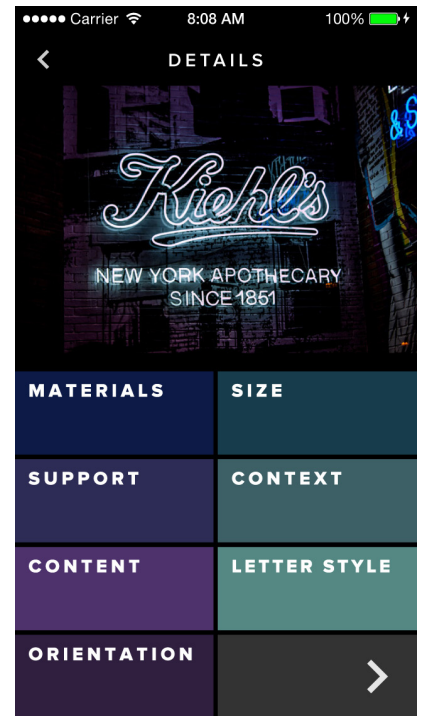


Fig. 163 – Kiehl's
Ecrã de seleção das categorias. Podemos observar como as cores dos botões se adaptam à imagem.

As cores foram desenvolvidas de forma a ajudarem na leitura. Pretendem oferecer ao utilizador uma experiência agradável e intuitiva. Para isso, têm de estar em harmonia e equilíbrio.

Sendo fotografias o conteúdo principal da minha aplicação, e possuindo estas diversas cores, toda o design da aplicação se baseia sobre o preto e o branco, utilizando também escalas de cinzento (Fig.164).

Uma das exceções onde é aplicada a cor no design da aplicação surge no ecrã de seleção das categorias. Este ecrã é composto por uma barra de navegação, uma fotografia e oito botões, onde sete dos quais são relativos às categorias que o utilizador tem de preencher e uma permite prosseguir para o upload da fotografia.

Foi neste momento encontrada a possibilidade de aplicar cores neste botões de forma a poder distingui-los mais facilmente e evitar a repetição da mesma cor em todos os botões. Contudo, as cores não foram escolhidas ao acaso. Estas, mudam de cor conforme a imagem na qual são captadas 7 tonalidades diferentes, uma para cada botão.

Visto o ultimo botão ter uma função diferente dos outros todos, este não altera nunca a sua cor, prevalecendo sempre na tonalidade cinzenta escura.

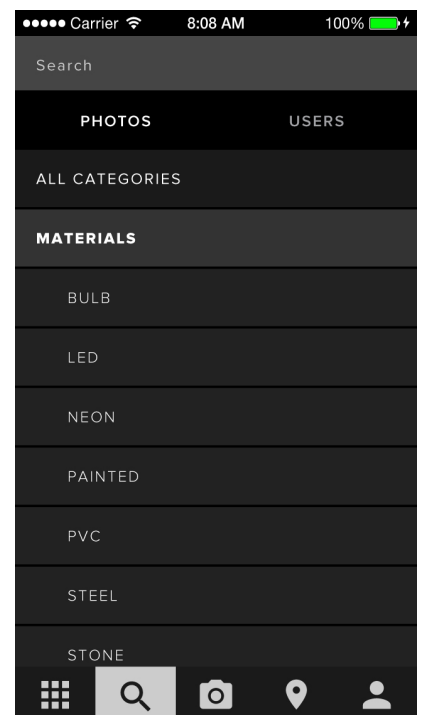


Fig. 164 – Pesquisa
Ecrã de Pesquisa.

4.4.8 - TIPOGRAFIA

É recomendado que o texto seja sempre facilmente legível, onde devemos ter atenção ao tamanho e ao contraste das letras em relação à cor de fundo. Sendo uma regra estipulada, o tamanho do texto não deve ser inferior a 11 pontos. Regra geral, o tamanho de letra do corpo principal é de 17 pontos.



Fig. 165 – Visualização da Imagem
Nesde ecrã, onde o elemento principal é a imagem, não poderá existir demasiado conteúdo escrito de forma a não perturbar a visualização da imagem ao leitor. Visto isto, apenas se encontram 3 elementos escritos: Nome do fotógrafo, cidade, e país onde foi registada a fotografia.

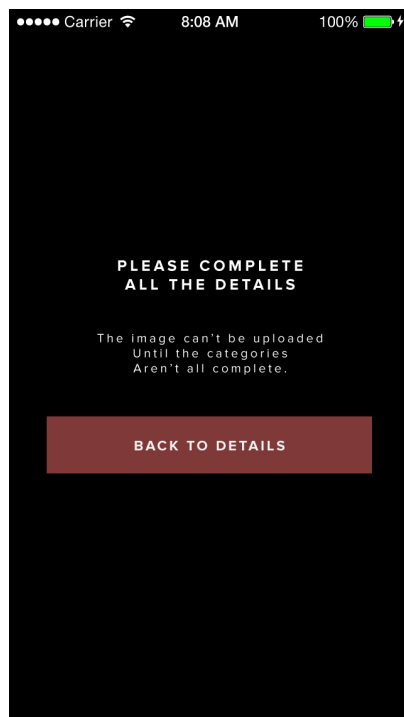


Fig. 166 – Mensagem
Podemos observar a aplicação de 3 diferentes combinações de tipografia nesta imagem: O título da mensagem, em caixa-alta e com um tamanho de letra maior; A descrição, em caixa baixa e com um tamanho de letra menor ao do título; O botão, tendo como cor de fundo o vermelho escuro, surge com o texto em branco, por ser a cor que melhor se destaca sobre este fundo.

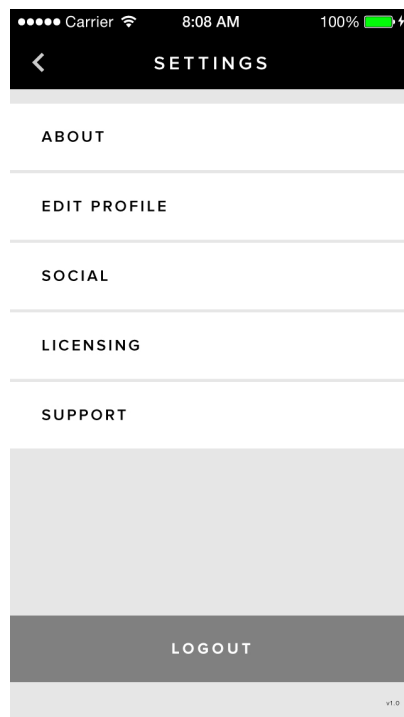


Fig. 167 – Definições
Visto o menu das definições estar principalmente constituído por texto, as letras encontram-se maioritariamente a preto e o fundo a branco, de forma a facilitar a leitura.

4.4.9 – ÍCONES

Os ícones são muito importantes no design da aplicação. Devem estar em conformidade com o design, sendo utilizados como elementos da narrativa ajudando a criar uma ligação emocional com os utilizadores. Apesar de, qnas aplicações existentes no mercado, os ícones utilizados têm aspetos difentes, o elemento que está presente no ícone não pode ser demasiado diferente, uma vez que os utilizadores associam cada ícone a uma ação específica. Por exemplo, para a aplicação da câmara fotografia, regra geral, é utilizada uma silueta de uma câmara, outro elemento relacionado directamente com a fotografia.



Fig. 168 – Favorito

O utilizador pode, tocando nesta estrela, adicionar aos favoritos a imagem que está a ver.



Fig. 169 – Partilhar

Permite abrir um *popover* no qual podemos partilhar a imagens para para outras aplicações.



Fig. 170 – Informações

Abre o ecrã das informações extras da imagem.



Fig. 171 – Seta para esquerda

Esta seta idica o voltar para o menu anterior.



Fig. 172 – Seta para direita

Esta seta indica o avançar para o próximo ecrã.



Fig. 173 – Direções

Esta seta indica em que direção se encontra o letreiro, a partir da localização do dispositivo.



Fig. 174 – Fechar

Permite fechar o ecrã visualizado.



Fig. 175 – Galeria

Este icone é utilizado para aceder à galeria das imagens que temos guardadas no dispositivo.



Fig. 176 – Câmera

Permite abrir a câmara fotografia. É também utilizado como botão para capturar uma fotografia.



Fig. 177 – Facebook

Abriu a galeria de imagens do facebook, para adicionar essas imagens ao arquivo.



Fig. 178 – Flickr

Abriu a galeria de imagens do flickr, para adicionar essas imagens ao arquivo.



Fig. 179 – Dropbox

Abriu as pastas da dropbox para adicionar essas imagens ao arquivo.



Fig. 180 – Galeria

Abre a galeria principal do arquivo.



Fig. 181 – Procura

Para aceder ao menu da pesquisa de imagens.



Fig. 182 – Upload

Este icone permite aceder ao menu de *upload* de fotografias.



Fig. 183 – Nas proximidades

Abra um mapa onde esta centrada a posição do dispositivo e identificados os letreiros em redor.



Fig. 184 – Utilizador

Acede à zona de utilizador para visualiazar as próprias imagens, definições econteudos pessoais.



Fig. 185 – Rodar

Permite roda a imagem no menu de edição da fotografia.



Fig. 186 – Recortar

Permite recortar a imagem no menu de edição da fotografia.



Fig. 187 – Editar cores

Permite manipular as cores da imagem no menu de edição da fotografia.



Fig. 188 – Auto correção

Esta varinha magia permite corrigir automaticamente a imagem.



Fig. 189 – Mais

Abre um menu no qual podemos editar a imagem com outras aplicação instaladas no dispositivo.



Fig. 190 – Settings

Permite aceder às definições pessoais e informações sobre o arquivo.



Fig. 191 – Curadoria

O utilizador pode visualizar que fotografias adicionadas por ele foram destacadas.

4.5 - DESIGN DA APLICAÇÃO



Fig. 192 – Aplicação
Simulação da aplicação
num iphone 5.

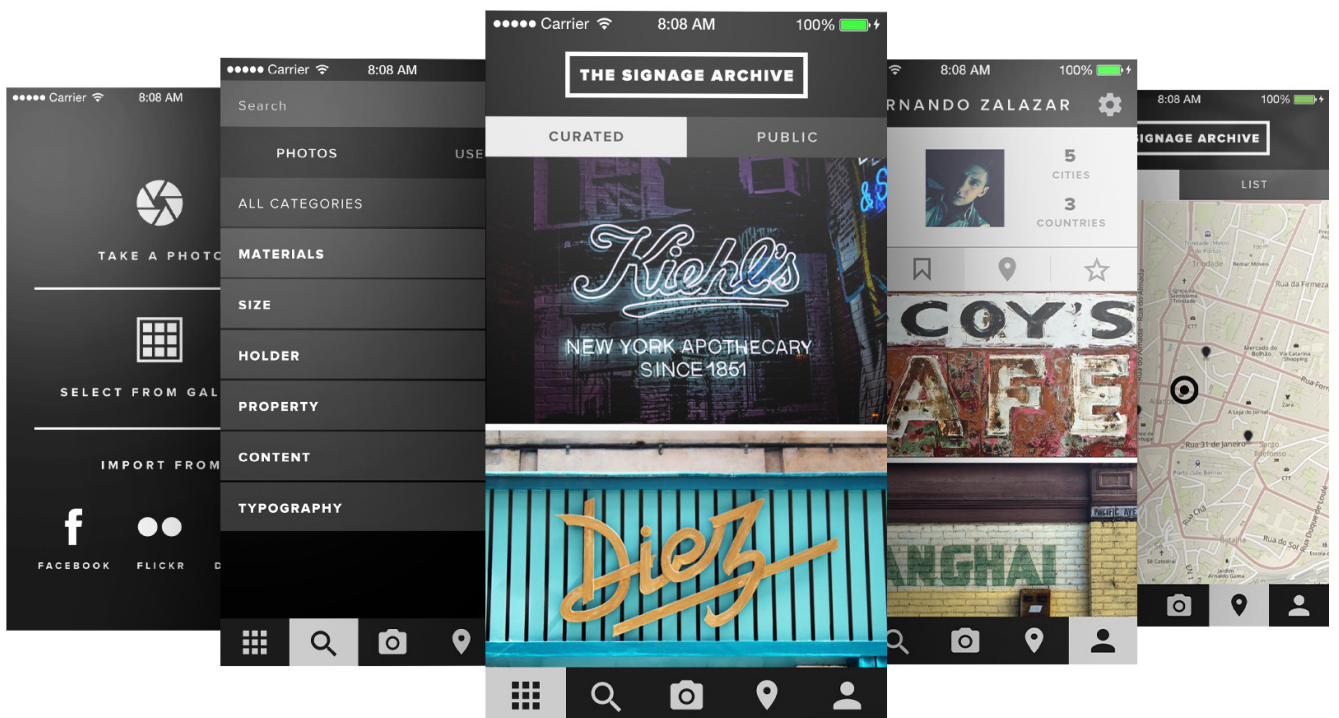


Fig. 193 –
Ecrãs Principais
Os 5 ecrãs principais
da aplicação.

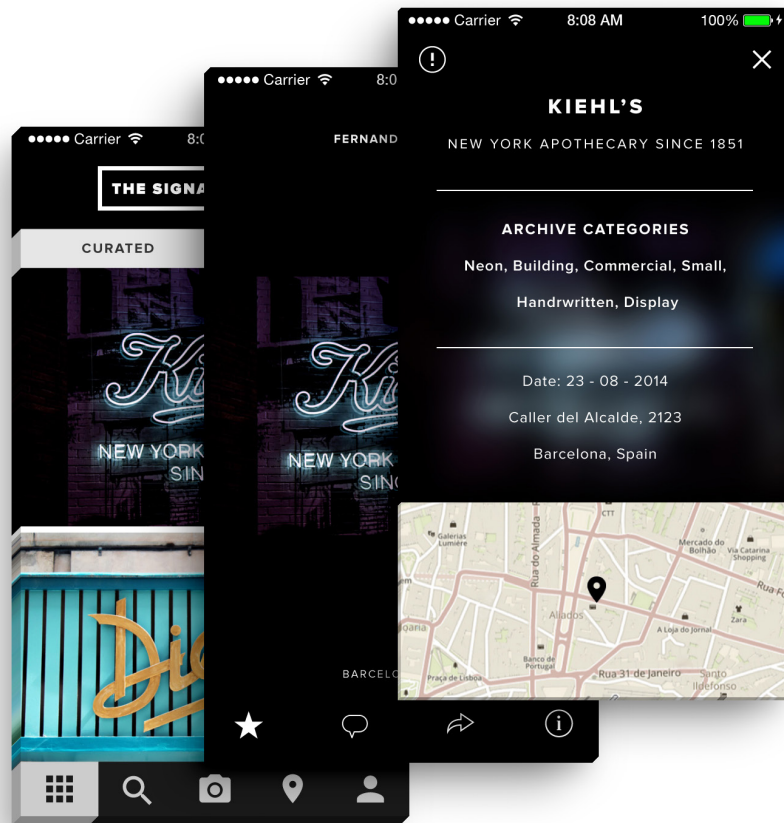


Fig. 194 – Imagem
Camadas de informação
na visualização das
imagem.

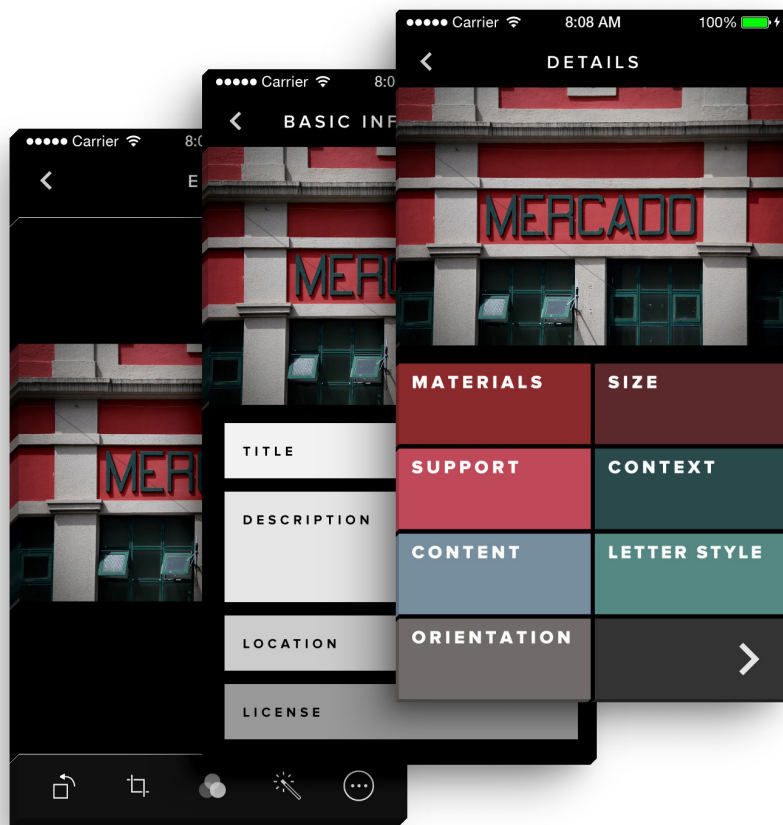


Fig. 195 – Imagem
Camadas de informação
no *upload* de uma
fotografia.

4.5.1 - LANDING PAGE



Fig. 196 – Landing Page 1
Ecrã de boas vindas à aplicação.

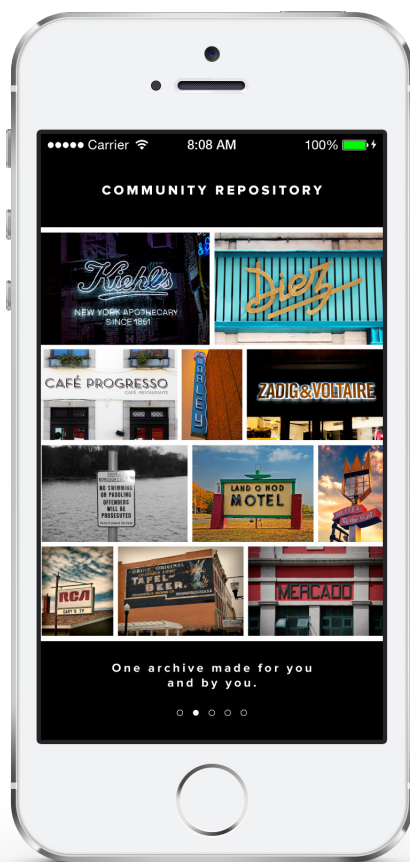


Fig. 197 – Landing Page 2
Repositório Comunitário.

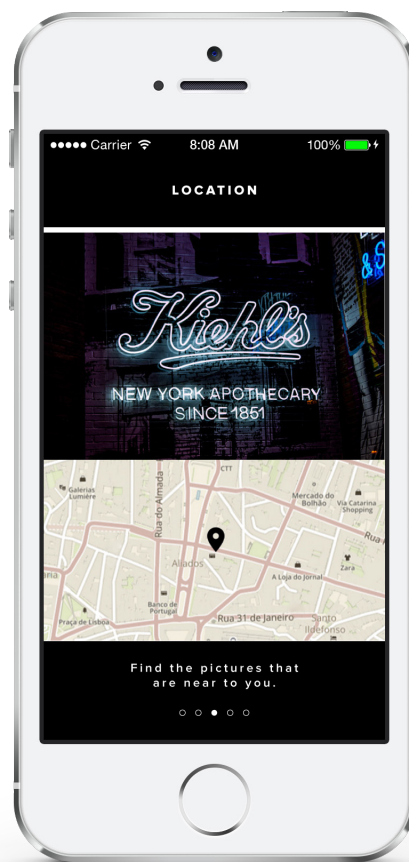


Fig. 198 – Landing Page 3
Localização.

Podemos observar os 5 ecrãs de boas vindas à aplicação. Em Inglês é utilizado o termo *landing page*, e esta funcionalidade tem como objectivo apresentar a aplicação e explicar rapidamente ao utilizador suas as funcionalidades.

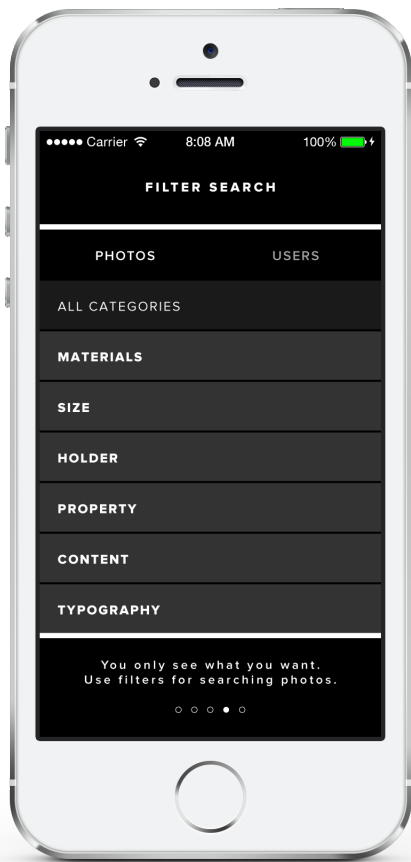


Fig. 199 – Landing Page 4
Filtros de pesquisa.



Fig. 200 – Landing Page 5
Descubrir novas cidades.

4.5.2 – REGISTO

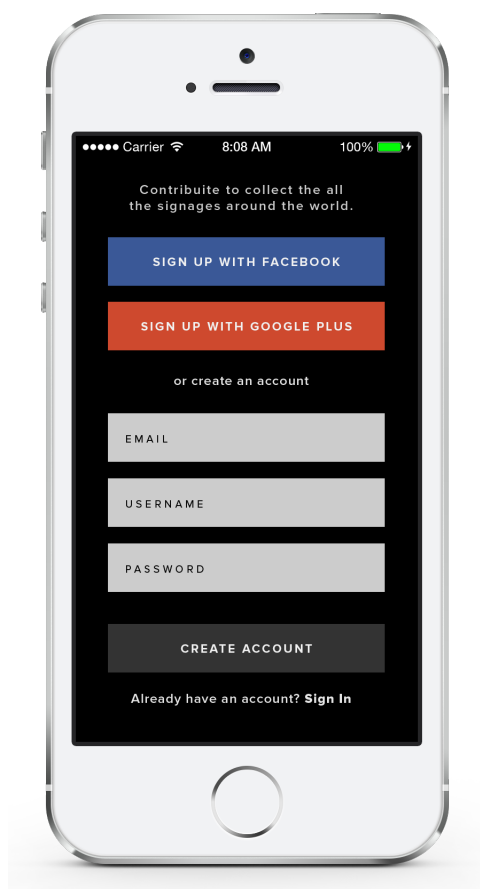


Fig. 201 – Registo
Ecrã de registo na aplicação.

Podemos observar o ecrã de registo do utilizador. O formulário de registo serve para o utilizador se registar na aplicação e poder adicionar fotografias ao arquivo.

A Apple aconselha a não forçar o registo do utilizador antes do mesmo poder experimentar a aplicação. O facto em algumas aplicações ser obrigatório o registo antes de poder experimentá-la, leva a que muitos utilizadores a eliminem sem sequer a explorarem. Visto isto, no *The Signage Archive* será possível navegar pelo arquivo sem necessitar de criar uma conta de utilizador.

4.5.3 – LOGIN

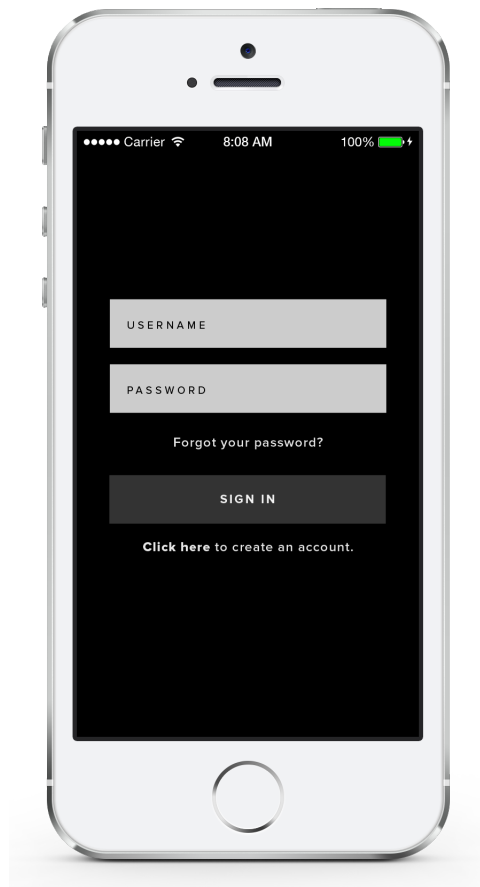


Fig. 202 – Iniciar Secção
Ecrã de início de secção na conta do utilizador.

Uma vez que o utilizador já está registado na aplicação é apenas necessário, introduzir o nome de utilizador e password.

4.5.4 – GALERIA DE CURADORIA

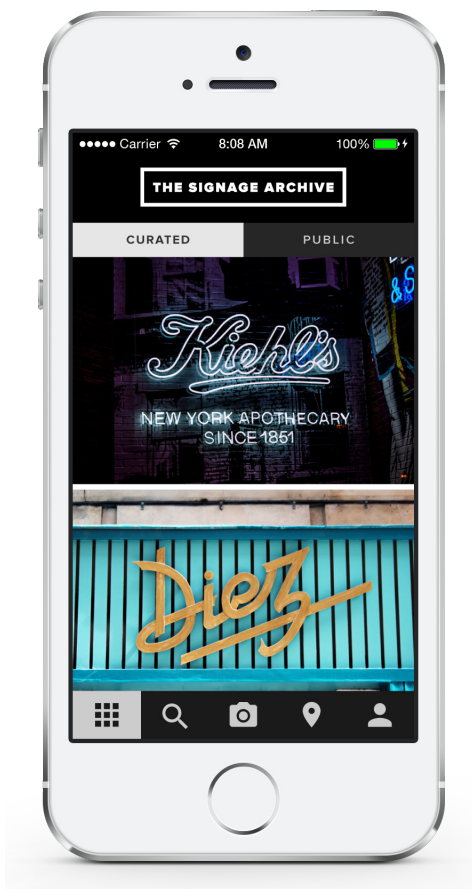


Fig. 203 – Galeria de Curadoria
Simulação da galeria de curadoria num dispositivo iPhone.

A galeria de curadoria pretende destacar as fotografias que trazam um maior valor ao arquivo. Aquilo que se pretende com esta galeria não é apenas uma boa qualidade fotográfica. Procura-se, principalmente, um conteúdo interessante, um letreiro que se destaque dos outros, seja pela tipografia, pelos materiais ou até pelo valor histórico.

Fig. 204 – Galeria de Curadoria
Listagem das imagens da galeria de curadoria.

4.5.5 – GALERIA PÚBLICA

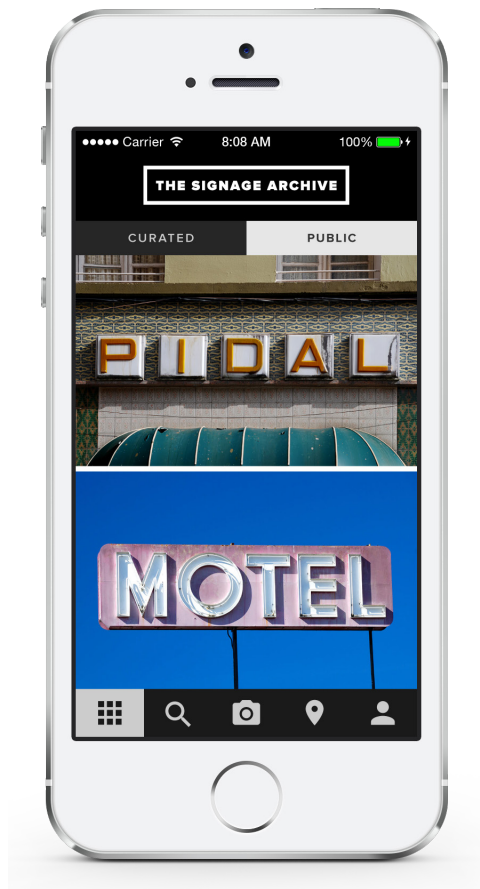


Fig. 205 – Galeria Pública
Simulação da galeria de pública num dispositivo iPhone.

A galeria pública contém todas as fotografias que sejam adicionadas pelos utilizadores. Aqui, todas as imagens serão aceites, desde que cumpram com os requisitos mínimos da qualidade de imagem. A focagem, o melhor ângulo para enquadrar o letreiro e a exposição adequada à quantidade de luz do local, são elementos fundamentais para qualquer fotografia que esteja neste arquivo.



Fig. 206 – Galeria Pública
Listagem das imagens da galeria pública.

4.5.6 - VISUALIZAÇÃO DA IMAGEM

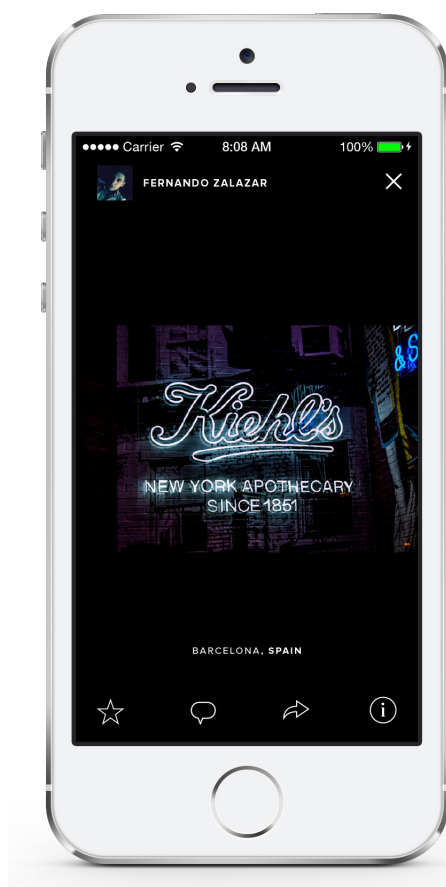


Fig. 207 – Imagem

Visualização da imagem e botões de interação, que permitem desde partilhar a imagem até ver mais informações da mesma.

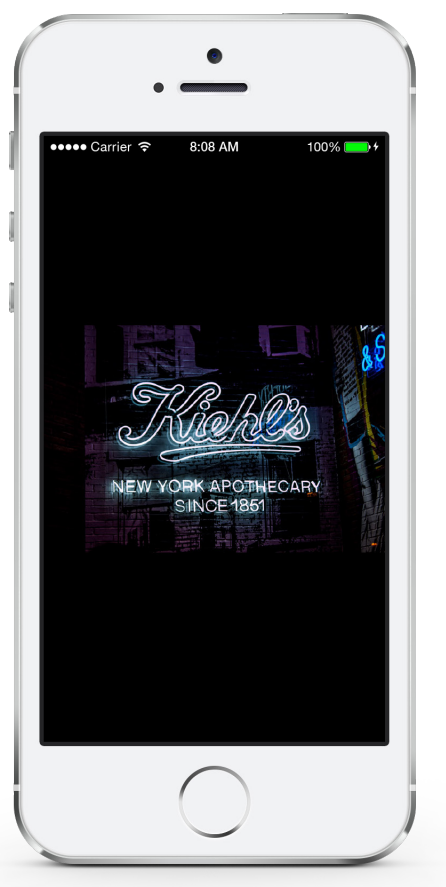


Fig. 208 – Imagem isolada

Visualização apenas da imagem. Se qualquer outro elemento, à excepção da barra de estado que esta presente em toda a aplicação.

Ao navegar pelas galerias da aplicação, com um simples toque, abrimos a fotografia pretendida. Passamos a visualizar a imagem no centro do ecrã onde são mostradas algumas informações da fotografia, como o nome de quem a adicionou ao arquivo, e também a cidade onde foi tirada (Fig. 207).

Na parte inferior do ecrã encontra-se uma barra com ícones que permitem seleccionar a fotografia como favorita, partilhar a mesma e mostrar mais informações sobre a imagem .

Caso se pretenda ocultar toda a informação, basta tocar sobre a imagem, e toda a informação será ocultada, ficando apenas a fotografia e a barra de estado que está presente em toda a aplicação.

4.5.7 – INFORMAÇÕES DA IMAGEM

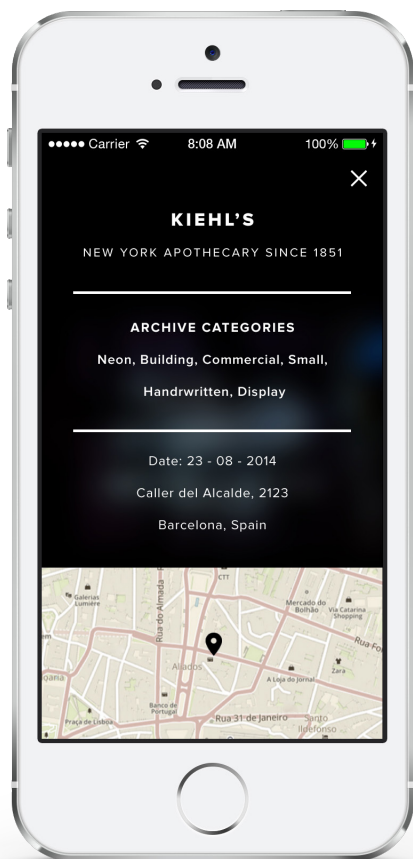


Fig. 209 – Informação da fotografia
Informações sobre o *lettering*, incluindo um pequeno mapa com a localização.

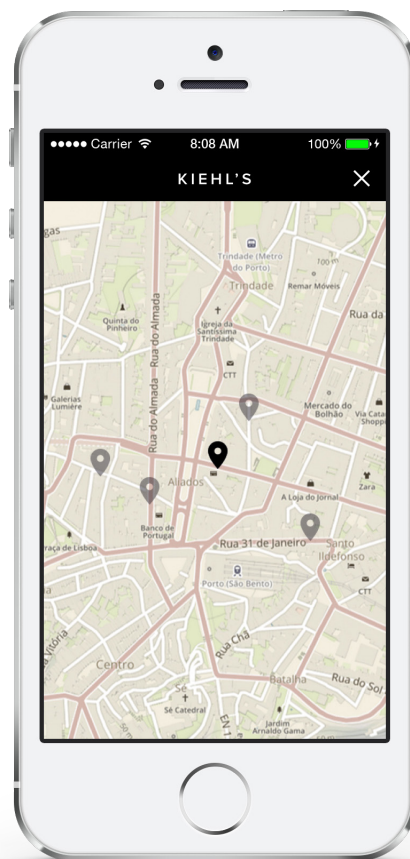


Fig. 210 – Mapa
Neste mapa podemos observar melhor a posição do *lettering*, uma vez que o mapa ocupa grande parte do ecrã.

No ecrã de informações sobre a fotografia obtemos todos os dados relevantes ao *lettering*, desde o título e descrição até às categorias do arquivo. Podemos ainda observar a localização num pequeno mapa na parte inferior do ecrã.

Caso o utilizador pretenda explorar o meio que envolve a fotografia, simplesmente clicando no mapa, este surge num novo ecrã, ocupando grande parte da área. Neste novo mapa são indicadas, através de ícones, as localizações de fotografias próximas ao letreiro que visualizamos inicialmente.

4.5.8 – FAVORITO, COMENTAR E PARTILHAR

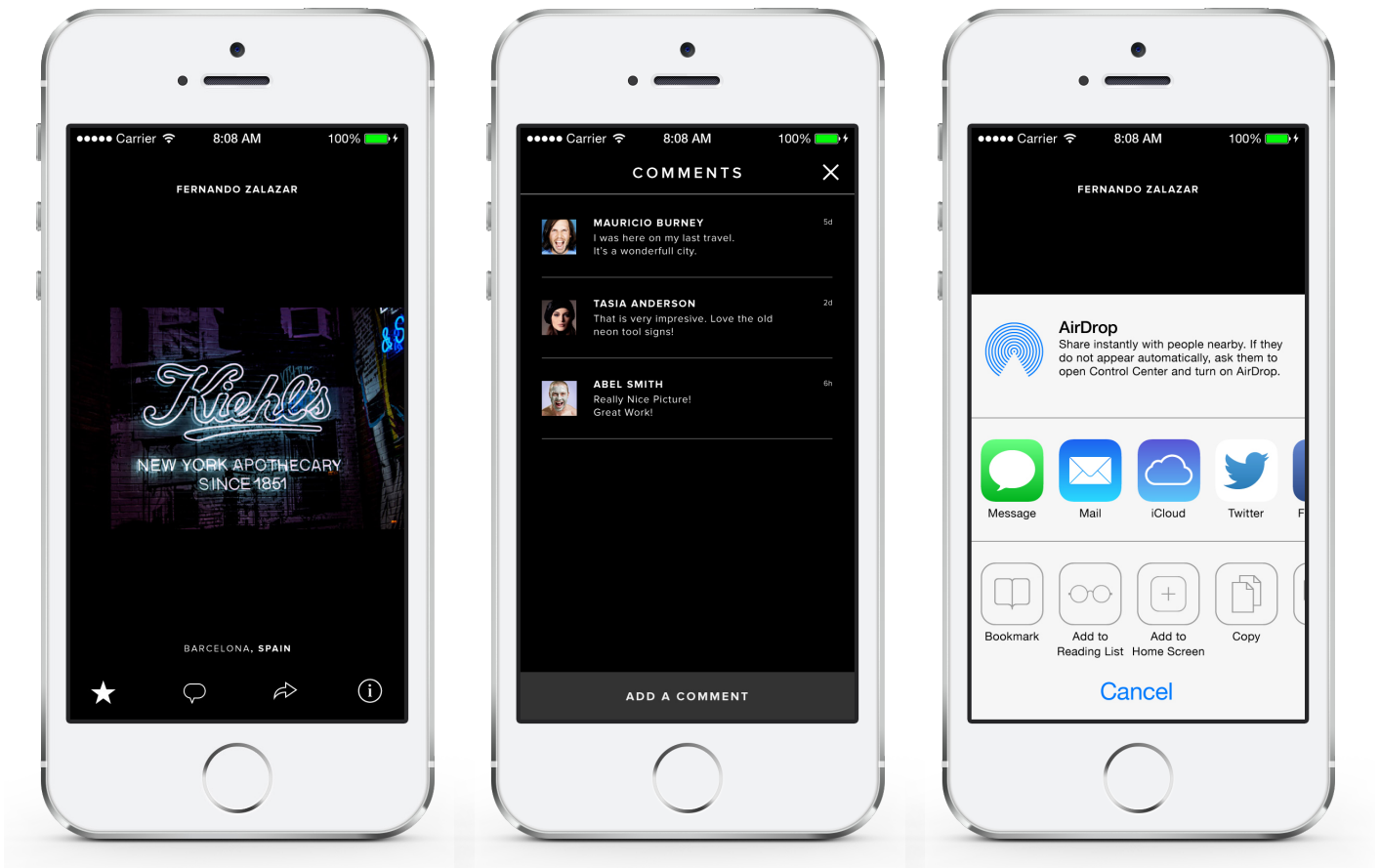


Fig. 211 – Favorito
Adicionar a imagem aos nossos favoritos.

Fig. 212 – Comentários
Podemos adicionar um comentário e/ou ver os comentários existentes na fotografia

Fig. 213 – Partilhar
Partilhar a imagem utilizando os meios disponibilizados pelo iOS.

O utilizador pode adicionar uma fotografia à sua galeria de favoritos. Para isso, basta tocar sobre o ícone da estrela no canto inferior direito da imagem. (Fig. 211) Ao realizar esta ação o ícone irá alterar ligeiramente, passando a estar preenchido.

Com o intuito de poderem ser partilhadas informações e conhecimentos sobre cada imagem, foi criado um ecrã de comentários. Com esta funcionalidade já apetece-se que a opinião e sabedoria dos utilizadores possa ser partilhada, valorizando assim o conteúdo do arquivo (Fig. 212).

A imagem pode ser guardada na galeria e/ou partilhada noutras redes sociais. Para isso, decidimos utilizar o sistema de partilha pré existente no iOS, uma vez que o utilizador está familiarizado com este menu (Fig. 213).

4.5.9 – DENUNCIAR A FOTOGRAFIA

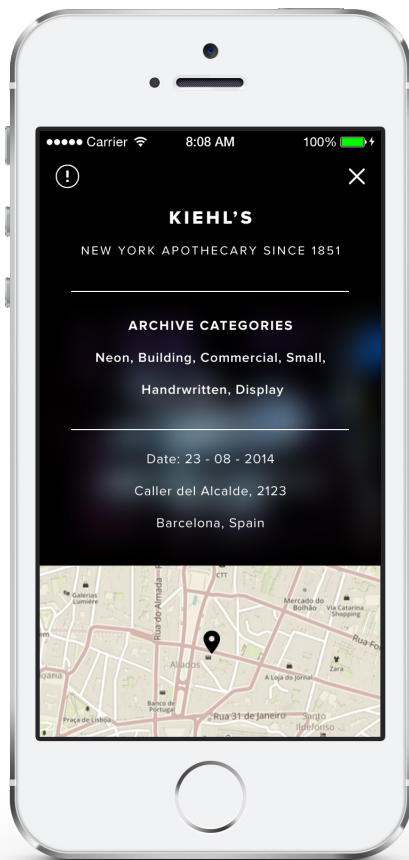


Fig. 214 – Informações
Informações detalhadas sobre a fotografia

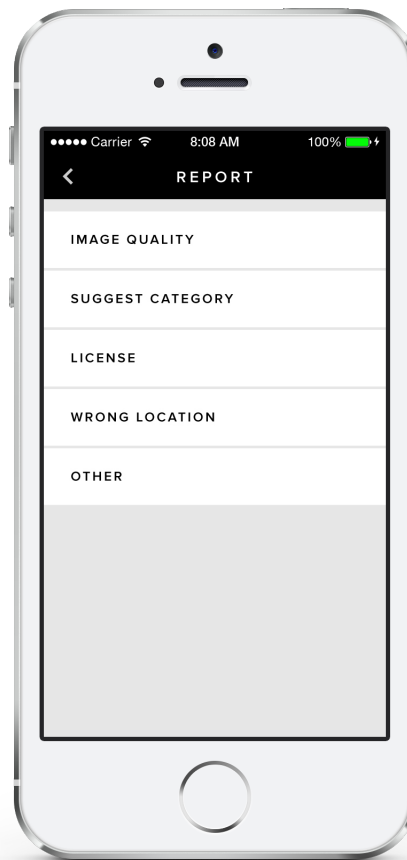


Fig. 215 – Menu de Denunciar
O utilizador pode denunciar a licença, a qualidade da imagem e a localização da fotografia, mas também, pode sugerir uma categoria.

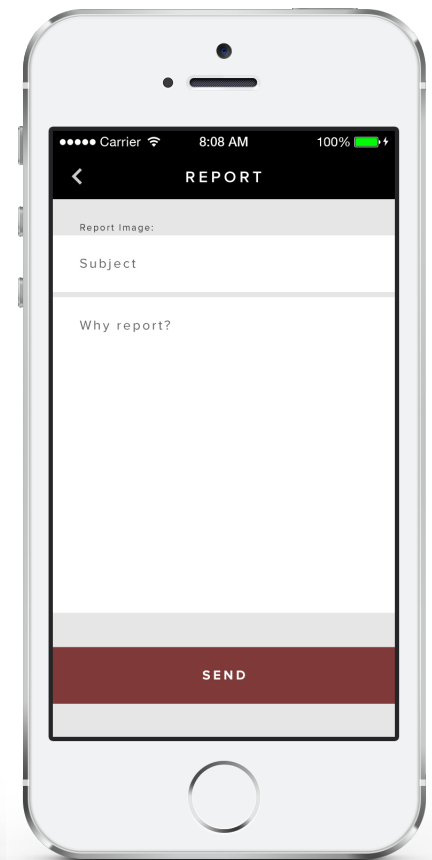


Fig. 216 – Denunciar
Denunciar / Comunicar um problema com a imagem ou informações da mesma.

Caso algum utilizador encontrem algum problema com a fotografia, seja a nível dos direitos da imagem ou erros sobre as informações e/ou localização da imagem, pode, através de um formulário, comunicar o problema aos administradores da aplicação.

4.5.10 – GALERIA DO UTILIZADOR

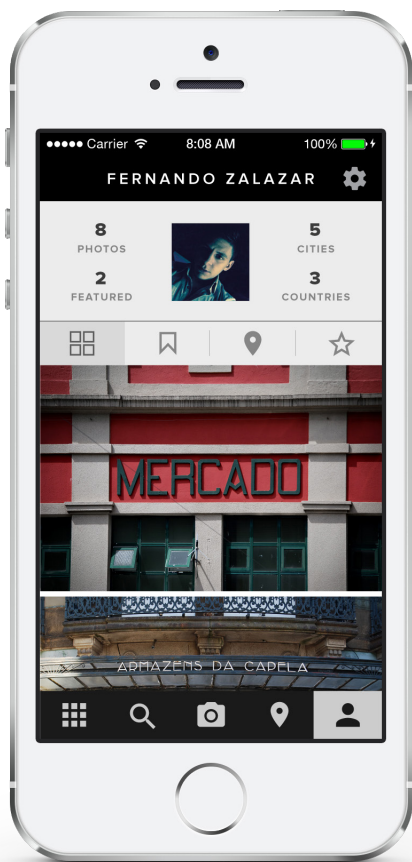


Fig. 217 – Galeria das Imagens do utilizador
Aqui o utilizador pode observar as imagens que adicionou ao arquivo.

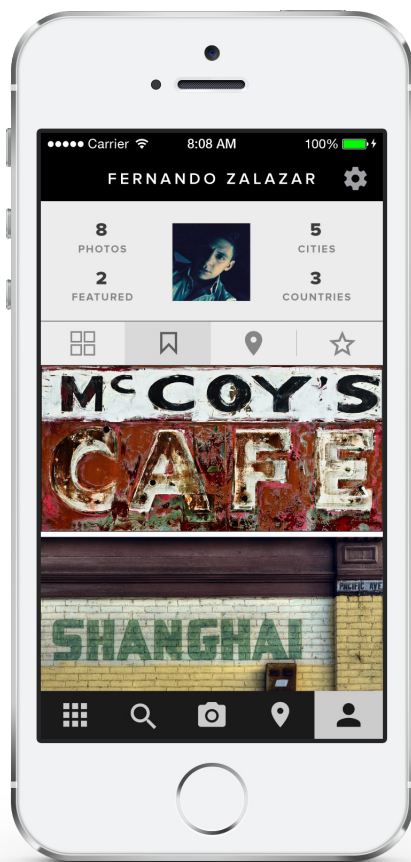


Fig. 218 – Fotografias na Galeria de Curadoria
As fotografias que o utilizador adicionou ao arquivo e que foram seleccionadas para a galeria de curadoria aparecem agora nesta lista.

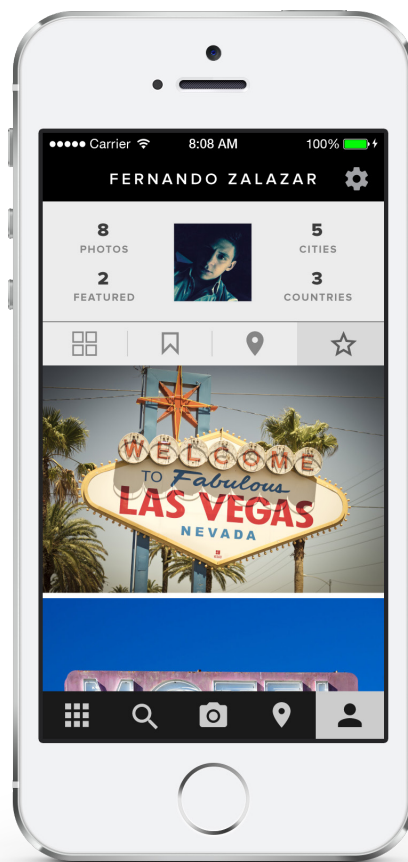


Fig. 219 – Favoritos
Nesta galeria o utilizador pode ver quais as fotografias que seleccionou como favoritas.

Esta secção da aplicação foca-se no utilizador. Permite observar e manipular toda a sua informação, desde as fotografias que adicionou até informações pessoas. Existem 3 galerias de imagens dentro deste menu do utilizador:

Fotografias adicionadas pelo utilizador

Nesta galeria encontra-se todas as imagens que o utilizador adicionou, colocadas por ordem cronológica (Fig.217).

Fotografias do utilizador destacadas pela curadoria

Lista das fotografias que o utilizador adicionou e que foram seleccionadas para a galeria de curadoria (Fig.218).

Fotografias favoritas do utilizador

Todas as fotografias que o utilizador colocou como favoritas (Fig.219).

O ícone que se encontra no canto superior direito direciona para o menu das definições.

4.5.11 - LOCALIZAÇÃO DAS FOTOGRAFIAS DO UTILIZADOR

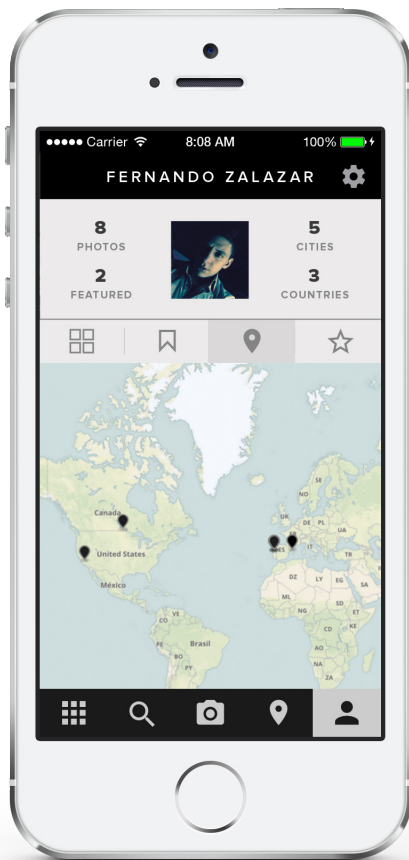


Fig. 220 – Pesquisa
Perspetiva Geral.

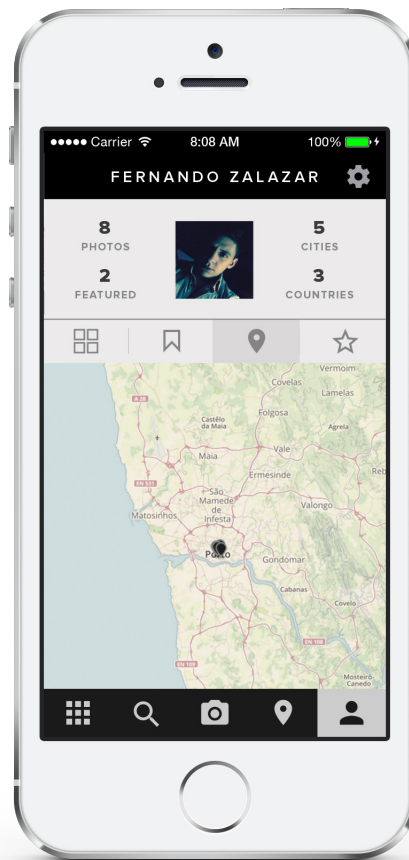


Fig. 221 – Pesquisas
Vista aproximada.

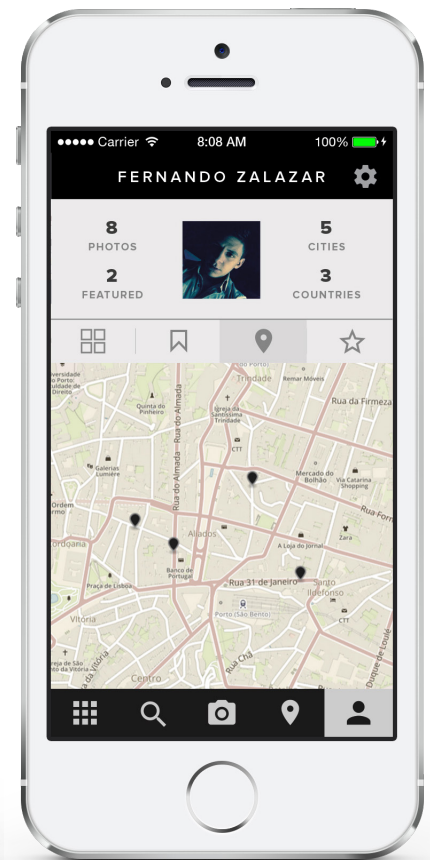


Fig. 222 – Pesquisas
Vista muito proximada.

Para além disso, podemos também aceder a um mapa no qual se encontra a localização de cada fotografia. Utilizando os dois dedos, podemos navegar no mapa da forma que o utilizador de um dispositivo Apple está habituado. Apliamos o mapa ao afastar os dedos e reduzimos ao aproximar os dedos. Com apenas um dedo podemos mover o mapa de forma a visualizar a secção que pretendemos. Se seleccionarmos num dos pontos do mapa onde se encontre um item, podemos pré visualizar a fotografia que está nesse ponto.

4.5.12 - DEFINIÇÕES

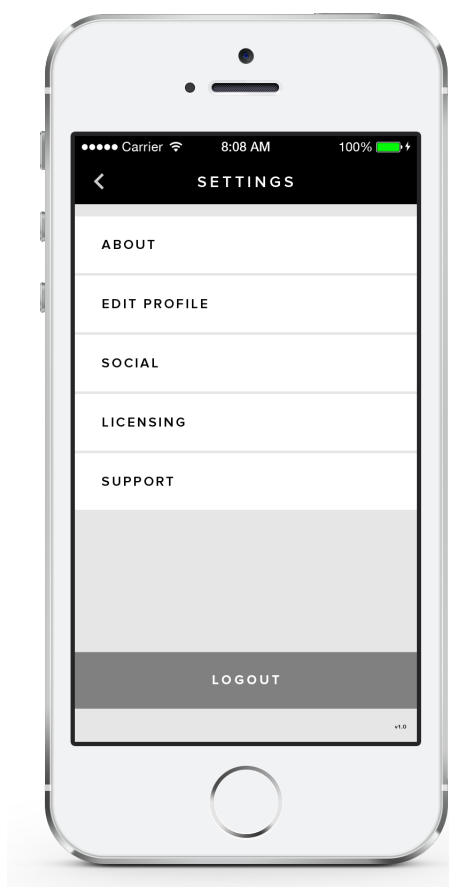


Fig. 223 – Definições
Neste menu são listadas todas as definições e informações sobre a aplicação e o utilizador.

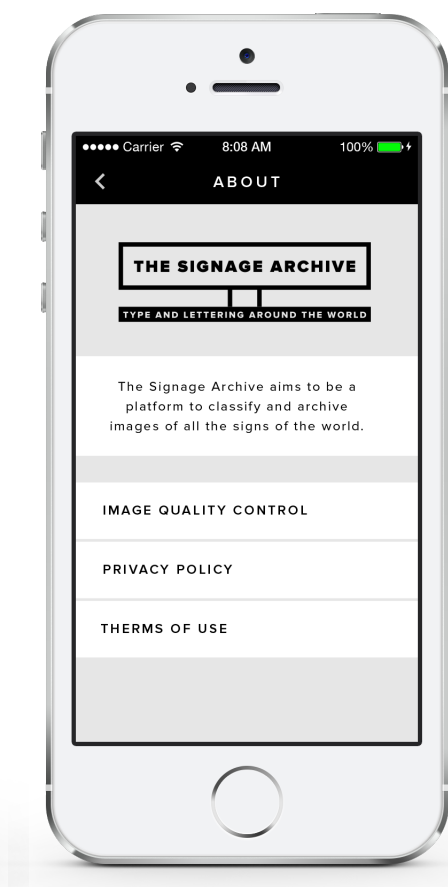


Fig. 224 – Sobre
Neste ecrã encontram-se as informações sobre a aplicação.

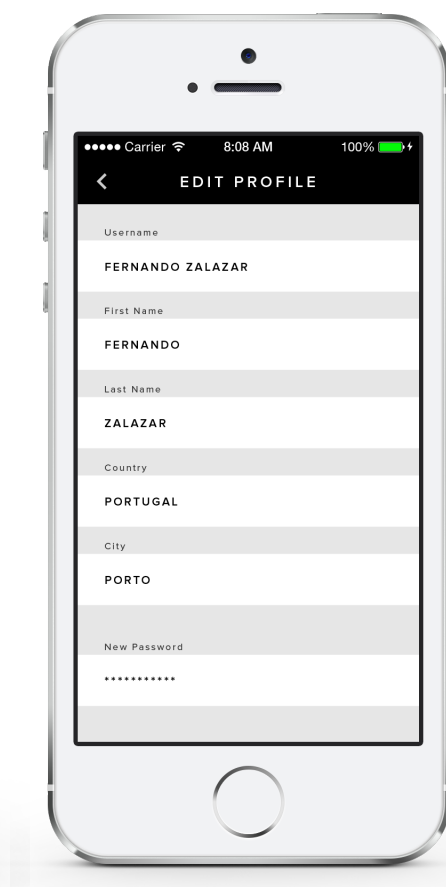


Fig. 225 – Editar informações Pessoais
Listagem das informações do utilizador, onde é possível editar qualquer campo simplesmente clicando sobre o mesmo.

É nesta secção que o utilizador pode configurar todas as definições da aplicação, assim como as informações pessoais.

Para o utilizador editar as informações pessoais tem apenas que seleccionar a caixa de texto com o conteúdo que pretende alterar.

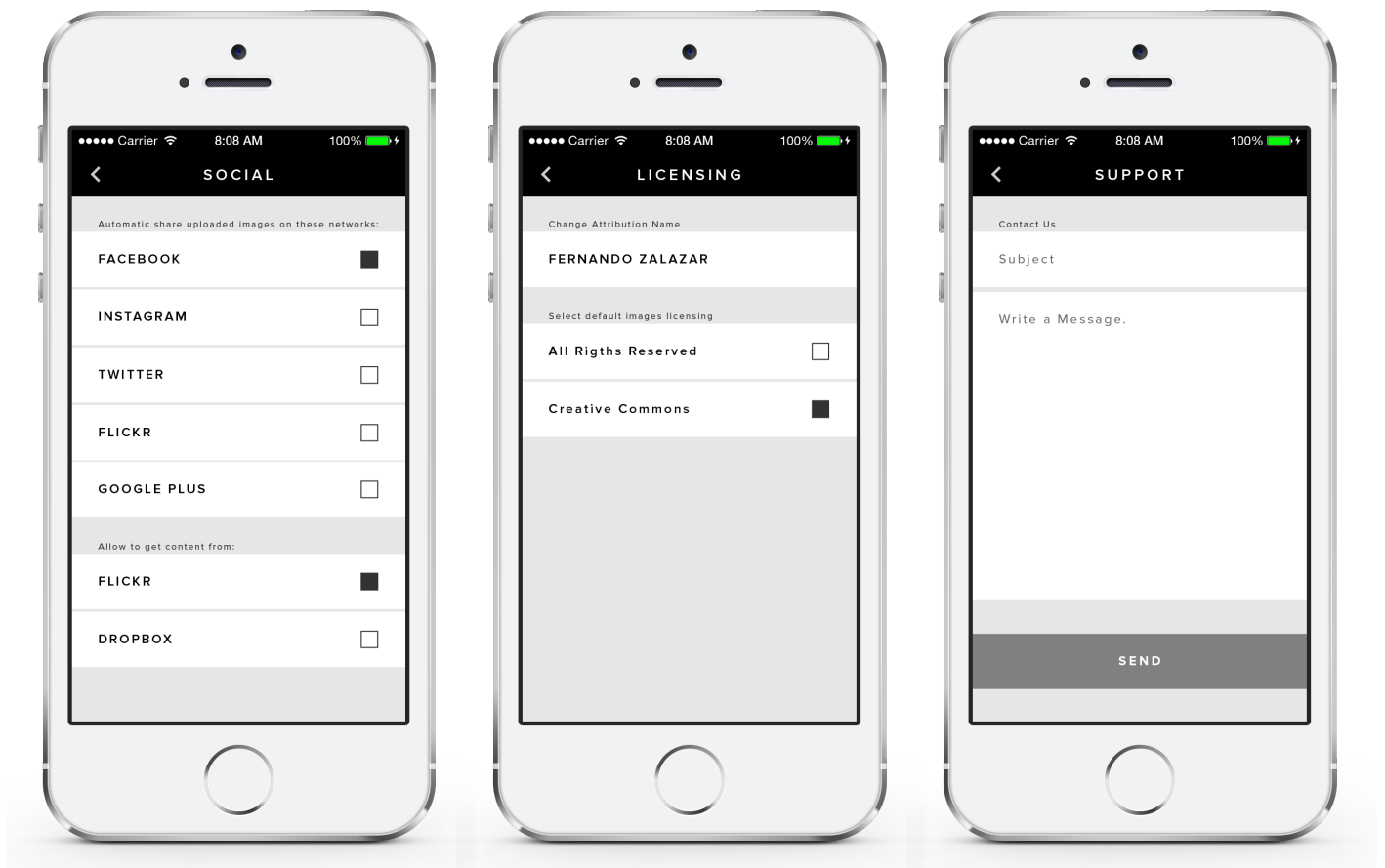


Fig. 226 – Redes Sociais

Este menu permite a interligação com redes sociais, seja para partilhar conteúdo e/ou para aceder às imagens das mesmas.

Fig. 227 – Licença

O utilizador pode escolher que nome e que tipo de licença atribui às imagens que adiciona ao arquivo.

Fig. 228 – Contacto

Este formulário possibilita o envio de uma mensagem para os gestores do arquivo.

Sendo a interação das redes sociais uma mais valia, o utilizador pode, através das definições, selecionar em que redes sociais a fotografia é partilhada no mesmo momento que é adicionada ao arquivo.

O utilizador pode ainda, adicionar imagens ao arquivo que se encontrem noutras aplicações como o Flickr, ou a Dropbox. Esta funcionalidade tem como objetivo facilitar o processo de introdução, uma vez que o utilizador não necessita de guardar todas as fotografias no dispositivo para as adicionar ao arquivo.

4.5.13 - UPLOAD

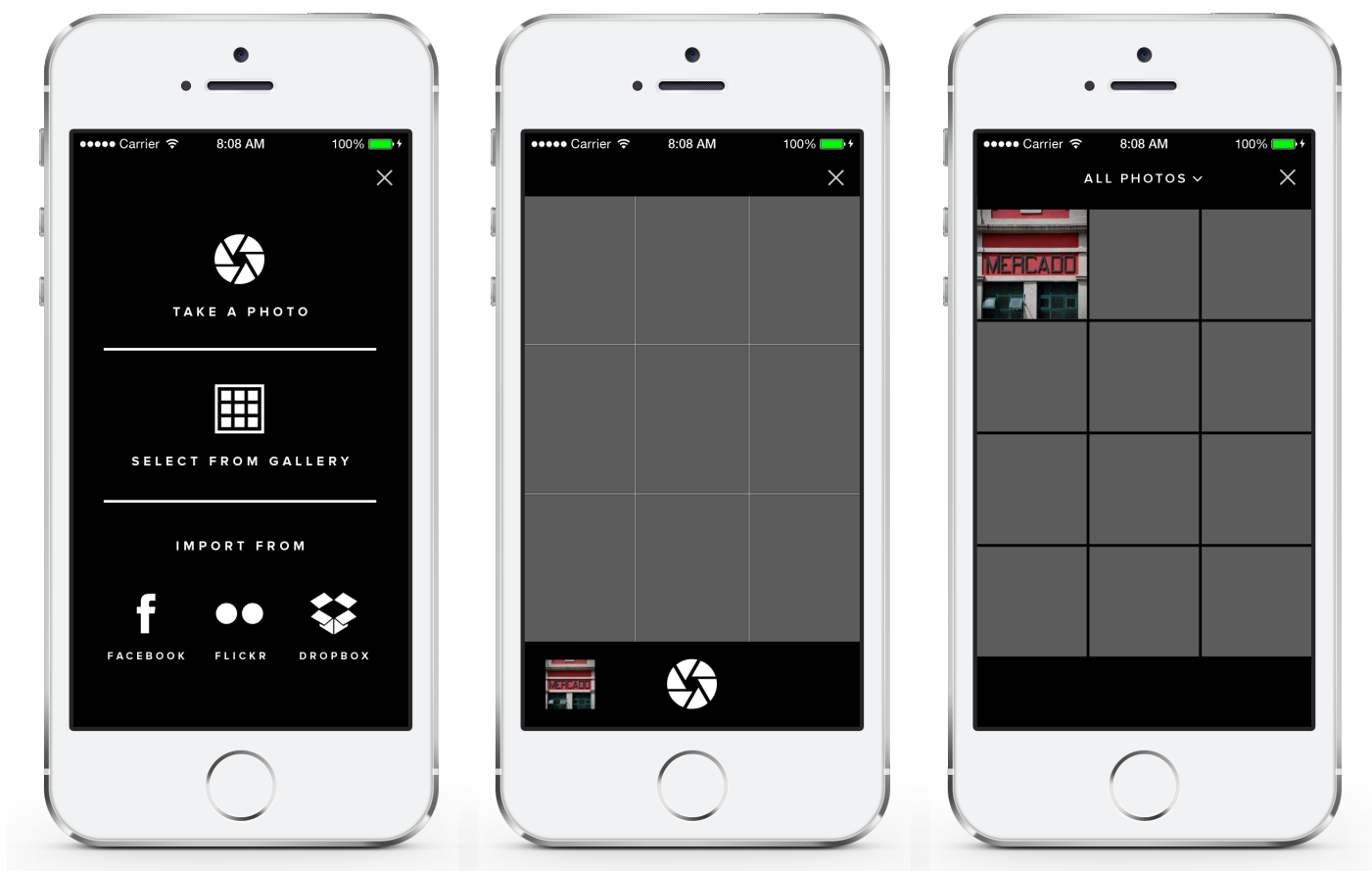


Fig. 229 – Opções de Upload
O utilizador pode escolher qual o método de *upload*, em função da fotografia que pretende.

Fig. 230 – Câmera
O utilizador pode tirar uma fotografia no momento e adiciona-la ao arquivo.

Fig. 231 – Galeria do dispositivo
O utilizador pode aceder facilmente às fotografias que estejam guardadas no dispositivo.

O utilizador pode adicionar fotografias ao arquivo através de três processos diferentes.

TIRAR UMA NOVA FOTOGRAFIA

Ao seleccionarmos esta opção acedemos directamente à câmara fotográfica do dispositivo, na qual podemos registar uma nova fotografia (Fig.230).

IMPORTAR DA GALERIA DO DISPOSITIVO

Caso se pretenda adicionar ao arquivo uma fotografia que já estiver guardada no nosso dispositivo (Fig.231).

IMPORTAR DE OUTRAS PLATAFORMAS

De forma a facilitar a introdução de fotografias no arquivo, se um utilizador já tiver a fotografia guardada noutra rede social, pode rapidamente adicionar qualquer imagem desde que aceite e permita esta troca de informações.

4.5.14 – EDITAR



Fig. 232 – Editar a fotografia
Podemos editar as fotografias a partir da barra de ferramentas que se encontra no fundo do ecrã,

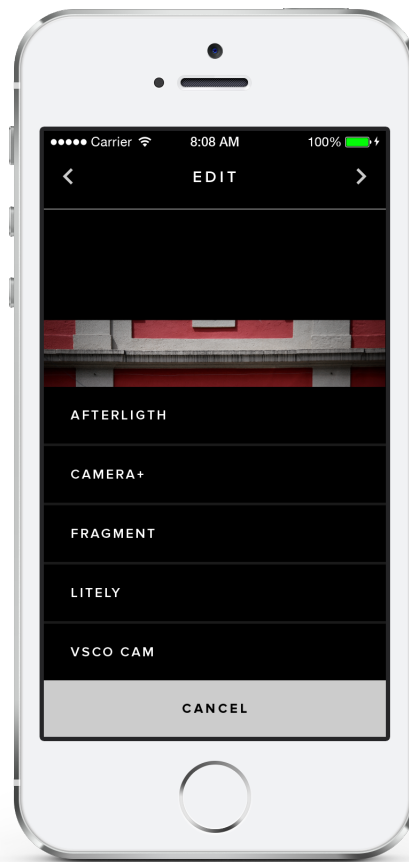


Fig. 233 – Mapa
Caso o utilizador prefira editar a fotografia, pode utilizar outras aplicações que estejam previamente instaladas no arquivo para manipular a imagem.



Fig. 234 – Informação Básica
Para adicionar uma fotografia ao arquivo é necessário preencher as informações básicas, como o título, descrição, localização e licença.

Após o utilizador selecionar a fotografia que pretende adicionar ao arquivo, é possível editar a imagem. Para isto, foi criado um menu semelhante ao existente no iPhone de forma a simplificar a edição da imagem.

Com a introdução do novo sistema operativo para iOS (dispositivos móveis Apple), foi introduzida uma nova funcionalidade que permite que as aplicações comuniquem entre si como, por exemplo, editar uma imagem utilizando recursos de edição de outra aplicação, sem sair da primeira. Visto esta interligação ser uma mais valia para este projeto, decidimos utilizá-la, permitindo ao utilizador que no momento de edição de imagens possa selecionar outras aplicações para editar a imagem. A utilização desta funcionalidade, tem como objetivo facilitar a edição e arquivamento da imagem, sem o utilizador ter que sair da aplicação para poder editar a fotografia na sua aplicação de edição preferida.

Uma vez editada a imagem, é obrigatório o preenchimento de um pequeno questionário, no qual temos de escrever o Título e a Descrição o letreiro que está na fotografia, assim como a localização e tipo de licença da fotografia (Fig.234).

4.5.15 - UPLOAD > CATEGORIAS

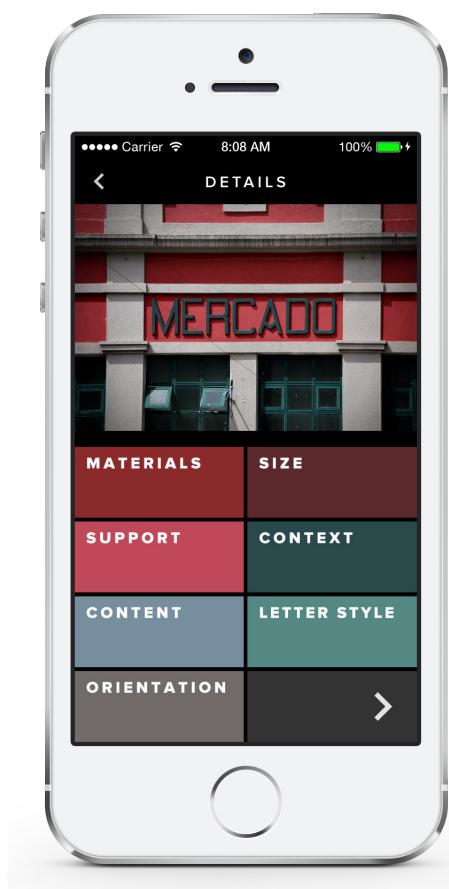


Fig. 236 – Menu das categorias
Menu com botões que abrem cada uma das categorias do arquivo.

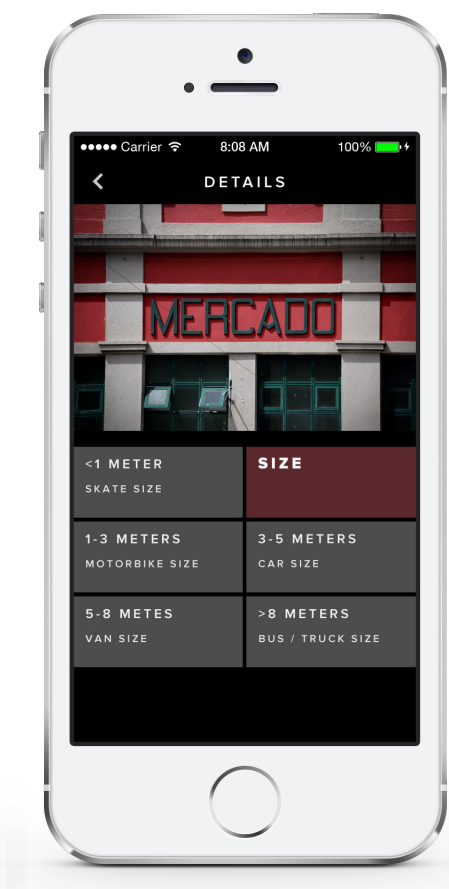


Fig. 235 – Categoria: Tamanho
Exemplo da visualização da categoria Tamanho.

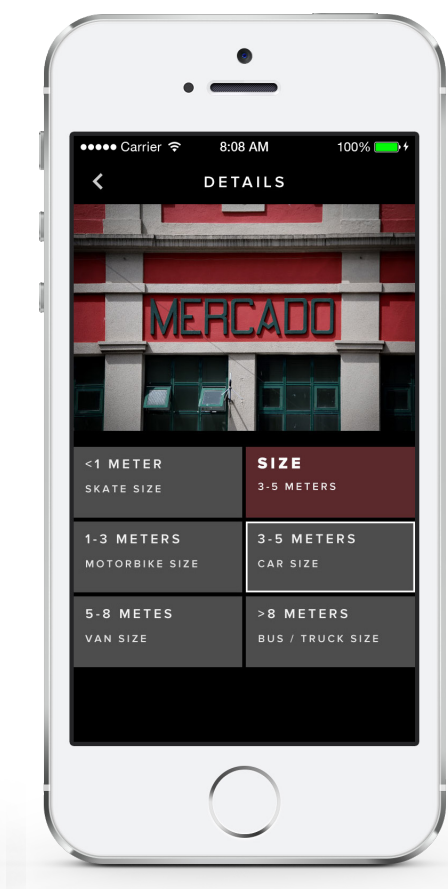


Fig. 237 – Categoria: Tamanho Escolhido
Podemos observar nesta imagem o design utilizado para indicar que subcategoria está seleccionada.

Nos inquéritos realizados vários inqueridos referiram que era bastante complicado selecionar as categorias sem ter a imagem sempre presente, o que os obrigava voltar constantemente para o início do inquerito para ver a fotografia e assim pode selecionar a opção correta. Visto isto, foi decidido que no momento de seleção das especificações do letreiro, a fotografia tem de estar sempre presente. Por isso, foi desenvolvido um *layout* que permite ter a imagem sempre presente com o objetivo de facilitar e dinamizar este processo.

Os botões criados permitem entrar nas categorias e selecionar a/as opções pretendidas sem deixar de ver a imagem. Estes botões tem a particularidade de mudar de cor relativamente à imagem. Uma vez que, à excepção das fotografias, todo o *layout* se encontra a preto e branco, surge aqui uma oportunidade de adicionar um pouco de cor para quebrar a monotonia de todos os menus e botões a preto e branco.

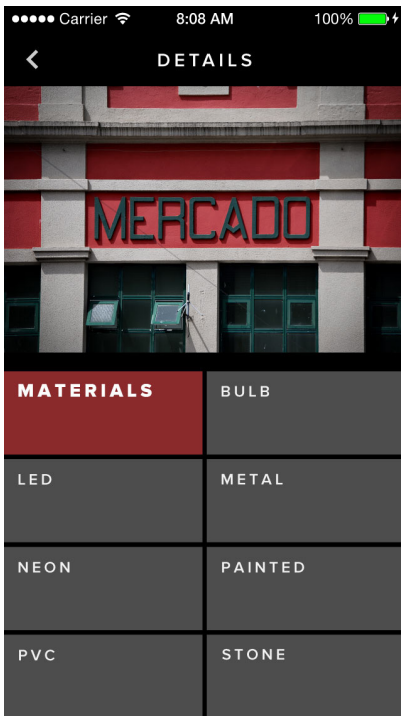


Fig. 238 – Categoria: Materiais
Visualização da categoria materiais.

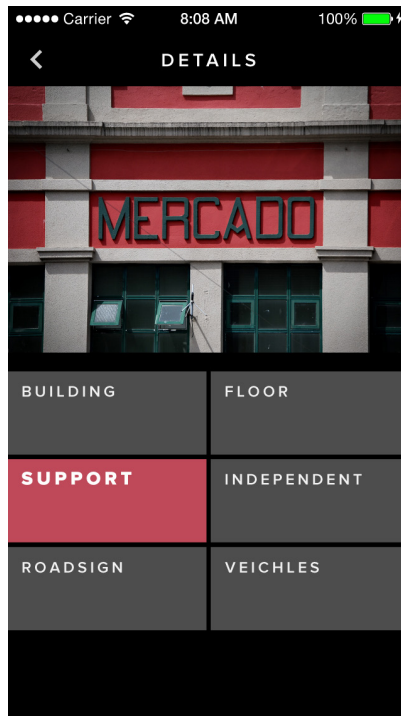


Fig. 239 – Categoria: Suporte
Visualização da categoria suporte.

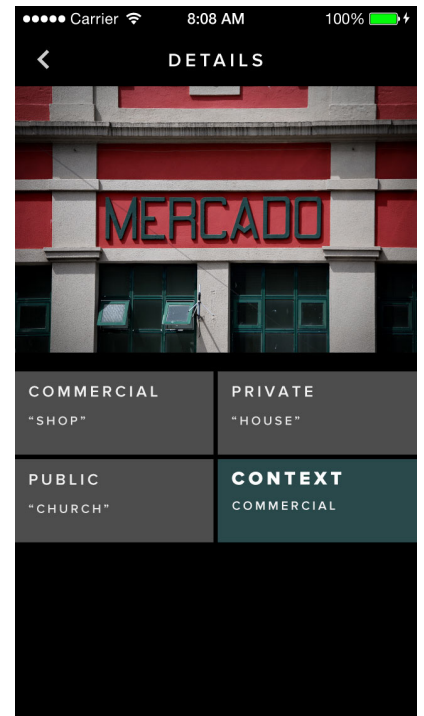


Fig. 240 – Categoria: Contexto
Visualização da categoria contexto.

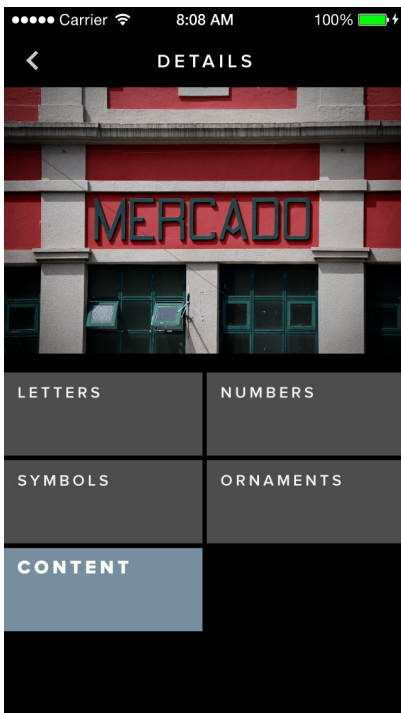


Fig. 241 – Categoria: Conteúdo
Visualização da categoria conteúdo.

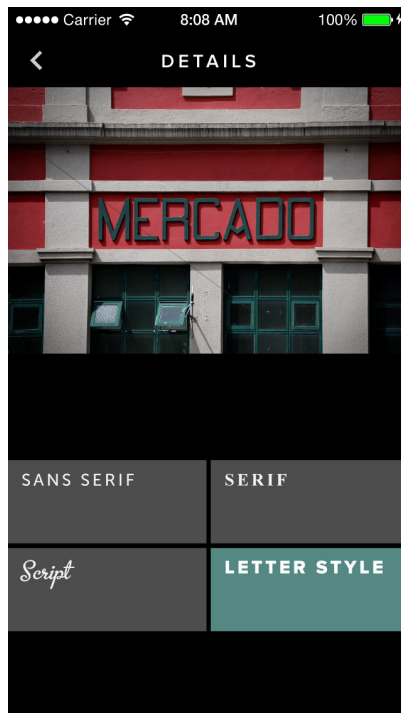


Fig. 242 – Categoria: Estilo das letras
Visualização da categoria estilo das letras.

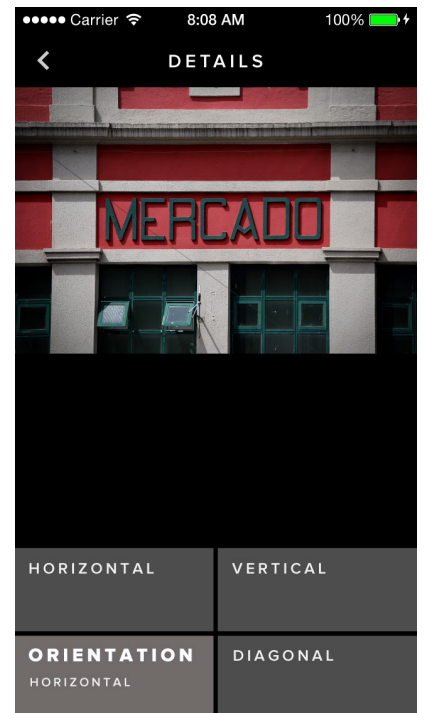


Fig. 243 – Categoria: Orientação
Visualização da categoria orientação.

4.5.16 - PESQUISA POR TEXTO

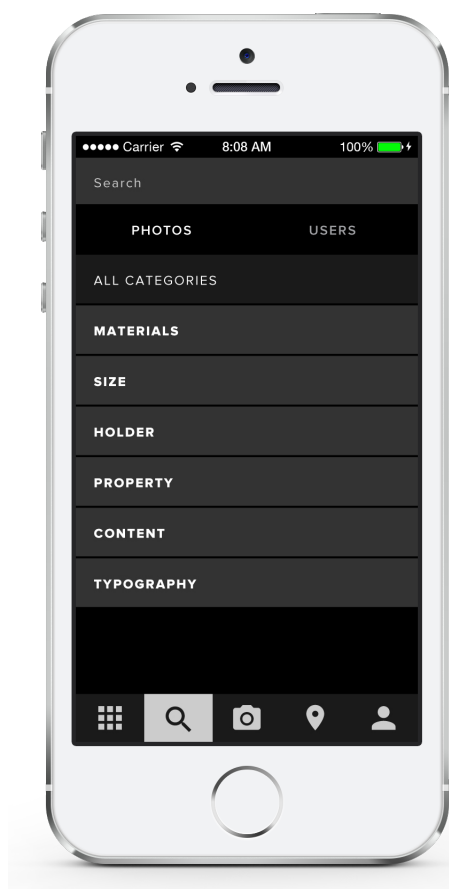


Fig. 244 – Pesquisa - Ecrã Principal
Ecrã principal do menu da pesquisa.

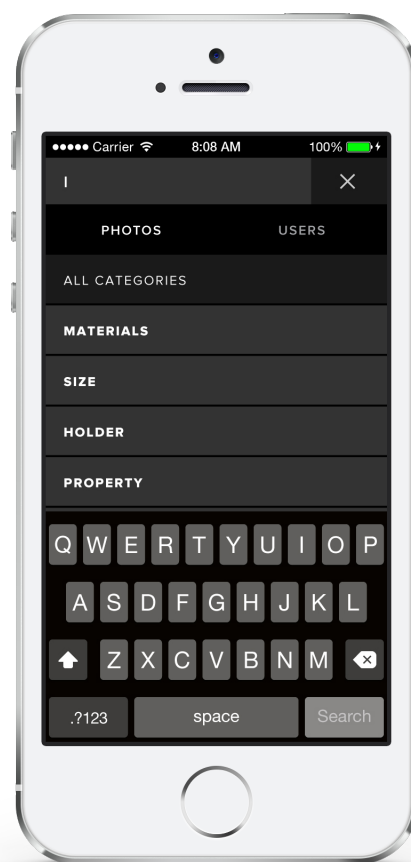


Fig. 245 – Pesquisa por Palavras
O teclado surge ao seleccionar a caixa de texto.

Existem duas formas de realizar uma pesquisa. À primeira, podemos escrever o que pretendemos pesquisar, e será mostrado o resultado conforme o escrito pelo utilizador. Nesta pesquisa, podemos seleccionar se pretendemos encontrar fotografias ou nomes de outros utilizadores. Os resultados serão mostrados, no momento em que o utilizador termine de escrever a palavra pretendida.

4.5.17 – FILTRAR PESQUISA POR CATEGORIAS



Fig. 246 – Pesquisa por Materiais
Filtro de pesquisa por materiais.

Fig. 247 – Neon
Destaque do filtro *Neon* seleccionado. Após seleccionar um filtro aparece o botão para iniciar a pesquisa.

A segunda forma de pesquisa é relativa às categorias do arquivo. Estas funcionam como filtros onde podemos escolher que sub-categorias serão mostradas. Podemos adicionar vários filtros à nossa procura, para isso, o utilizador tem de seleccionar as sub-categorias que pretende antes de confirmar a pesquisa.

Como podemos observar, as sub-categorias que o utilizador seleccionar para a pesquisa ficarão destacadas. Cada filtro pode ser removido facilmente, tocando apenas sobre o mesmo.

4.5.18 – NAS PROXIMIDADES

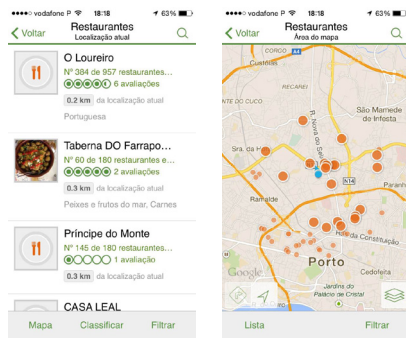


Fig. 248 – Trip Advisor
 O TripAdvisor é um exemplo de uma aplicação mobile que faz uso desta utilidade. Através da qual podemos saber que restaurantes se encontram em nosso redor assim como informações fornecidas pelo próprio estabelecimento e outras que os utilizadores tenham adicionado sobre esse local. Estas informações podem ser fotografias do restaurante ou da comida, comentários e avaliações.

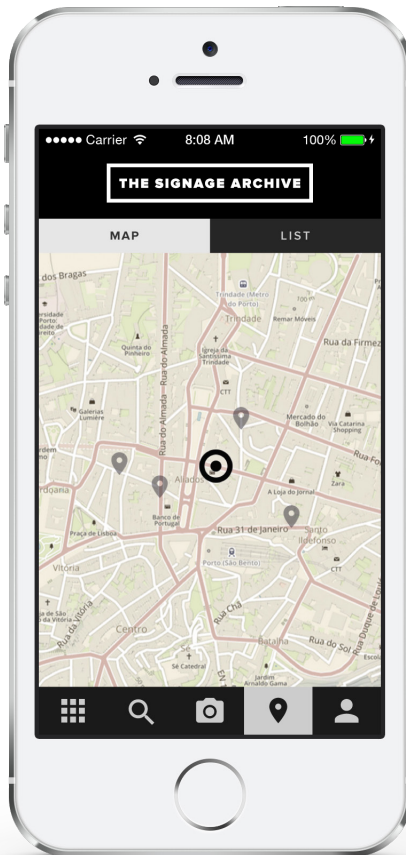


Fig. 249 – Nas proximidades - Mapa
 Podemos observar num mapa, a localização do dispositivo e dos letreiros que se encontram nas proximidades.



Fig. 250 – Nas proximidades - Lista
 Esta listagem mostra, por ordem crescente, os letreiros que se encontram mais próximos ao dispositivo, assim com a distância até cada letreiro.

Uma das grandes vantagens dos dispositivos móveis é podermos navegar nas aplicações em qualquer lugar, seja em casa, na rua ou noutra local qualquer.

Aproveitando esta mobilidade e fazendo uso da geolocalização do dispositivo (GPS), foi criada uma funcionalidade que permite ao utilizador saber quais os letreiros que se encontram próximos, e a que distância, aproximadamente, se encontram.

Podemos saber que letreiros se encontram à nossa volta de duas formas diferentes. A visualização do mapa (Fig.249), indica a posição o dispositivo e a posição de todos os letreiros presentes na aplicação. A segunda opção (Fig.250) permite ver as imagens dos letreiros que estão nas proximidades, juntamente com a distância a que se encontram.

5 – CONCLUSÃO



CONCLUSÃO

Desde o início até ao final do projeto foram encontradas referências que fundamentaram e alimentaram o seu desenvolvimento. O facto de não ter encontrado em nenhuma destas referências um sistema de arquivo como o pretendido dificultou o processo de criação das categorias, visto não ter nenhum modelo presente como exemplo ou ponto de partida. Ainda assim, foi a grande diversidade de elementos encontrados nas fotografias dos letreiros que tornou a o desenvolvimento das categorias algo mais complexo do que o esperado. Contudo, é importante referir, que as categorias desenvolvidas, servem de base para o início deste arquivo, e se encontram em constante evolução.

Com a evolução das tecnologias, novas técnicas são desenvolvidas, colocando em risco antigos letterings pintados à mão nas paredes dos edifícios das cidades, que dia a dia vão sendo retirados. Como mencionamos neste estudo, estão a ser perdidas características próprias que representam e caracterizam a cidade.

Cada vez mais, as pessoas utilizam os dispositivos móveis para navegar pela internet e nomeadamente pelas redes sociais, deixando de lado os computadores para essa tarefa. Por isso, e de forma a acompanhar esta evolução, escolhemos este formato. Pensamos que poderá trazer vantagens ao projeto, principalmente um rápido crescimento do arquivo.

A escolha do dispositivo móvel para este projecto deve-se também às possibilidades que este dispositivo oferece. A mobilidade, como factor fundamental, permite ao utilizador interagir com o arquivo em qualquer lugar. Seja em casa, no trabalho ou mesmo na rua, onde se pode tornar muito interessante quando ativada a função de localização do dispositivo.

Desenvolvemos esta aplicação apenas para iPhone por ser uma área de estudo que exige uma certa sensibilidade. A qualidade de imagem do dispositivo, permite uma melhor visualização e uma maior fidelidade nas cores da imagem, o que aproxima o utilizador à realidade.

Mesmo assim, num futuro, está pensado desenvolver uma versão para dispositivos com sistema operativo androide, de forma a poder abranger mais utilizadores.

Também haverá possibilidade de criar uma plataforma *on-line*, para ser possível consultar o arquivo a partir de qualquer computador.

Visto isto, o “The Signage Archive”, revela-se como solução para a problemática da falta de documentação da evolução da identidade duma cidade, através dos seus letreiros. “The Signage Archive” pretende arquivar pedaços de história, através da recolha de fotografias do passado e da atualidade dos letreiros, num único local: Um arquivo, na palma das mãos.

BIBLIOGRAFIA

- Apple Inc. (2014). *iOS Human Interface Guidelines*. Apple Human Interface Guidelines (Vol. 274, pp. 1591–8). Apple Inc. Disponível em: <http://developer.apple.com/library/ios/#documentation/UserExperience/Conceptual/MobileHIG/Introduction/Introduction.html>
- Aslam, A. (2011). *Lettering: Manual de Producción y Diseño* (p. 240). Gustavo Gili.
- Baines, P. (1994). *Central Lettering Records*. *Eye Magazine*, (15). Disponível em: <http://www.eyemagazine.com/feature/article/central-lettering-record>
- Baines, P. (2003). *Signs: Lettering in the Environment*.
- Baines, P., & Dixon, C. (n.d.). *Public Lettering: a bike ride for TypoLondon* 2012, 2–3.
- Baines, P., & Dixon, C. (2004). *Letter Rich Lisbon*. *Eye Magazine*, (54). Disponível em <http://www.eyemagazine.com/feature/article/letter-rich-lisbon-extract>
- Baines, P., & Haslam, A. (2002). *Type & Typography*.
- Childers, T., Griscti, J., & Leben, L. (2013). *25 Systems for Classifying Typography: A Study in Naming Frequency*. Disponível em http://piim.newschool.edu/journal/issues/2013/01/pdfs/ParsonsJournalForInformationMapping_Childers_Griscti_Leben.pdf
- Crumlish, C., & Malone, E. (2009). *Designing Social Interfaces*. (Vol. 10, p. 489). O'Reilly Media. Disponível em http://designingsocialinterfaces.com/patterns/Main_Page#Social_Patterns_.26_Best_Practices
- Dixon, C. (2008). *Describing typeforms: a designer's response*. *InfoDesign Revista Brasileira de Design Da Informação*, 5, 21–35.
- D'Elboux, J. R. (2013). *Tipografia como elemento arquitetônico no Art Déco paulistano: uma investigação acerca do papel da tipografia como elemento ornamental e comunicativo na arquitetura da cidade de São Paulo entre os anos de 1928 a 1954*. José Roberto D'Elboux.
- Gothelf, J., & Seiden, J. (2013). *Lean UX*. O'Reilly Media.
- Huerta, R. (2010). *I like cities; do you like letters? Introducing urban typography in art education*. *International Journal of Art and Design Education*, 29(2010), 72–81. doi:10.1111/j.1476-8070.2010.01633.x
- Kane, J. (2014). *Manual de Tipografia* (2a Edição). Gustavo Gili.
- Krug, S. (2013). *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability*.

- Lessa, P., Silva, P., Dias, R., Santos, Ferreira, L., Lessa, M. (2011). *O lugar da tipografia na arquitetura: Contributo para a salvaguarda e construção de memória*. Disponível em: http://entipografia.web.ua.pt/atas/Artigo_ENT_6.pdf
- Lupton, E. (2004). *Thinking with type*. (M. Lamster & N. Bednarek, Eds.) (2nd ed.). New York: Princeton Architectural Press. Disponível em <http://andreadoughty.yolasite.com/resources/FinalBookJacket1.5.pdf>
- Maria, J. S. (2014). *On Web Typograhyy*. (T. Lee, Ed.). New York: Jeffrey Zeldman.
- McLean, R. (1980). *The Thames and Hudson Manual of Typography*. (T. and Hudson, Ed.) (p. 216).
- Rocha, C. (2004). *Tipografia Comparada*. Rosari.
- Ruder, E. (1967). *Typography; a manual of design*. Teufen AR, Niggli.
- Scott, B., & Neil, T. (2009). *Designing Web Interfaces: Principles and Patterns for Rich Interactions* (p. 334). O'Reilly Media.
- Silva Gouveia, a. P., Lena Farias, P., & Souza Gatto, P. (2009). *Letters and cities: reading the urban environment with the help of perception theories*. *Visual Communication*, 8(3), 339–348. doi:10.1177/1470357209106474
- Venturi, R., & Brown, S. (1977). *Aprendiendo De Las Vegas. El Simbolismo Olvidado de La Forma Arquitectónica*. Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=in+title:Aprendiendo+De+Las+Vegas#2>
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity. Journal of the Electrochemical Society* (3rd ed., Vol. 129, p. 2865). Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc. Disponível em <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:No+title#0>
- Willen, B., & Strals, N. (2009). *Lettering & Type: Creating Letters and Designing Typefaces*. (C. Jacobson & Z. W. Collins, Eds.) (1st ed.). New York: Princeton Architectural Press. Disponível em <http://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=yBytanUmuCoC&oi=fnd&pg=PP8&dq=Lettering+%26+Type:+Creating+Letters+and+Designing+Typefaces&ots=puneu7AXjL&sig=TR2hvVkdWi4ZkxQ2CB9b-TMCm3U>

ÍNDICE DE FIGURAS

Fig. 1 – Logótipo	12	Fig. 19 – Eye Magazine	32	Fig. 38 – “Visual guide to typefaces used on european road signs”	40
Logótipo criado para o projeto The Signage Archive		Revista Eye Magazine <i>Imagem original digitalizada da revista Eye Magazine, Issue 54, Winter 2004.</i>		Infografia sobre os tipos de letra utilizados nas estradas da Europa.	
Fig. 2 – Capa do filme: Helvetica	14	Fig. 19 – Eye Magazine	33	Fig. 39 – Noruega	41
Documentário sobre uma das Tipografias mais conhecidas em todo o mundo.		Revista Eye Magazine <i>Imagem original digitalizada da revista Eye Magazine, Issue 54, Winter 2004</i>		Corn algumas semelhanças com a DIN, esta tipografia chamada Trafikkalfabetet, foi desenhada por Karl Petter Sandbæk em 1956. <i>Imagem de Marcel Moré @ Flickr</i> <i>Rauma Kommune, More og Romsdal, Noruega</i>	
Fig. 3 – Caractér “F” em Letterpress	14	Fig. 22 – TSI 2013	34	Fig. 40 – Holanda	41
		Fotografias do interior. Cada página era explorada com total liberdade pelos participantes da viagem. <i>Exemplar pertence a Pedro Almeida..</i>		A tipografia usada desde 1960s chama-se ANWB-Ee (RWS-Ee) e é baseada na FHWA seérie E (modificada) dos Estados Unidos. <i>Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr</i>	
Fig. 4 – Processo de criação de um lettering	15	Fig. 23 – TSI 2013	34	Fig. 41 – Polónia	41
Exemplo de uma lettering desenhado à mão, utilizando uma caneta.		Fotografias do interior. Cada página era explorada com total liberdade pelos participantes da viagem. <i>Exemplar pertence a Pedro Almeida.</i>		Desenhada por Marek Sigmund em 1975 para o Ministério dos Transportes, é actualmente a tipografia utilizada nos sinais de trânsito na Polónia <i>Imagem retirada do website opentype.info</i> <i>Bolestawiec, Polónia</i>	
Fig. 5 – “Hand Lettering Workshop”	15	Fig. 24 – TSI 2013	34	Fig. 42 – Suíça	41
O lettering está associado às manualidades, neste caso aparece juntamente com uma caneta, elemento que foi utilizado para a criação do mesmo.		Fotografias do interior. Cada página era explorada com total liberdade pelos participantes da viagem. <i>Exemplar pertence a Pedro Almeida.</i>		Desde 2003 é utilizada uma nova tipografia chamada Astra Frutiger. Baseia-se na Frutiger 57 Condensed. <i>Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr</i>	
Fig. 6 – Learning From Las Vegas	18	Fig. 25 – TSI 2013	34	Fig. 43 – Alemanha	41
Imagem retirada do livro a diferença entra varias cidades, sobre a relação entre o letreiro e o edifício. <i>Learning From Las Vegas. Robert Venturi, Steven Izenour, Denise Scott Brown</i>		Fotografia da capa e contracapa. <i>Exemplar pertence a Pedro Almeida</i>		A republica democratiza Alemã modificou os sinais de trânsito. A nova tipografia utilizada foi a Gill Sans Bold Condensed, veio substituir a antiga DIN 1451. <i>Imagem Martin G @ Flickr</i>	
Fig. 7 – Logótipo ILA	20	Fig. 26 – London Typographica iPhone App	35	Fig. 44 – Bélgica	41
Logótipo criado para ilustrar o “International Lettering Archive”		Mapa da localização das fotografias dos letreiros que se encontram registados na aplicação. <i>Imagem retirada do website londontypographica.co.uk</i>		SNV (“Schweizerische Normen-Vereinigung”) é o nome da tipografia antigamente utilizada na Suíça mas ainda esta em vigor na Bélgica. <i>Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr</i> <i>Widnau, Suíça.</i>	
Fig. 8 – Logótipo	21	Fig. 27 – London Typographica Website	35	Fig. 45 – Itália	41
Logótipo criado para o projeto The Signage Archive		Mapa da localização das fotografias dos letreiros que se encontram registados na aplicação. <i>Imagem retirada do website londontypographica.co.uk</i>		A principal tipografia usada chama-se Alfabeto Normale e é uma versão mais espessa (Bolder) da Britanica Transport Alphabet. <i>Imagem de Ralf Herrmann @ Flickr Vipiteno, Italia.</i>	
Fig. 9 – Arquivo	22	Fig. 28 – The Neon Museum	36	Fig. 46 – França	41
Fotografia de um de um arquivo.		Fotografia da entrada do museu. <i>Imagem de Cullen Brown @ roadtrippers.com</i>		Na França quanto fontes são utilizadas nas placas rodoviárias. As mais frequentes são a L1 e L2. <i>Imagem retirada do website opentype.info</i> <i>Strasbourg, França</i>	
Fig. 10 – Esquema	23	Fig. 29 – Boneyard Park	36	Fig. 47 – BB	42
Esboço das Categorias do arquivo.		Fotografia do percurso onde se encontram os letreiros abandonados. A disposição dos mesmos, por vezes, assemelha-se a uma sucata. <i>Imagem retirada de vintagelasvegas.tumblr.com</i>		Instalação numa rua em Varsóvia. <i>Imagem retirada do website thypeverything.com</i> <i>Warsaw, Polónia</i>	
Fig. 11 – CRL Vitrina	26	Fig. 30 – “Rua” dentro do Boneyard Park	37	Fig. 48 – The Dutch	42
Vitrina no Central Saint Martins onde podemos observar o material do Central Lettering Records. <i>Imagem retirada do website oliverjamesmayes.com</i>		Fotografia do percurso onde podemos observar que os próprios letreiros forma o caminho. <i>Imagem retirada de vintagelasvegas.tumblr.com</i>		Letreiro de um Restaurante Bar. Imagem selecionada no website typeeverything.com <i>Imagem de Luke Connolly @ nyctype.co</i> <i>Local desconhecido.</i>	
Fig. 12 – Interior da Vitrina	27	Fig. 31 – Boneyard	37	Fig. 49 – Ampersand Watercolor	42
Fotografias que fazem parte do arquivo do CLR.		A palavra “Boneyard” é formada letras de diferentes letreiros já abandonados. significa cemitério em Inglês. “Neon Boneyard”, cemitério dos letreiros em néon, é outro nome pelo qual chamam este museu. <i>Imagem retirada de vintagelasvegas.tumblr.com</i>		Pormenor de um letreiro. Imagem selecionada no website typeeverything.com <i>Imagem Anthony Billings @ tumblr</i> <i>Local desconhecido.</i>	
Fig. 13 – Mapa / Roteiro	28	Fig. 32 – American Sign Museum	38	Fig. 50 – Grady’s Cold Brew	43
Este mapa exemplifica o percurso de Phil Baines e destaca os edifícios que estão fotografados. <i>Imagem retirada do website PublicLettering.co.uk</i>		Imagem do interior do museu. <i>Imagem retirada do website oficial: signmuseum.org</i>		Letreiro pintado na persiana de uma loja. Etiquetas: sans, identity, pairing, script, uppercase, stroke <i>Imagem Luke Connolly @ nyctype</i> <i>Banker St. and North 15th St. New York, USA</i>	
Fig. 15 – Maptal.es	28	Fig. 33 – Welcome Sign Loves	38	Fig. 51 – Fine Food Parties	43
Imagem retirada do website maptal.es exemplificando a geolocalização do projeto PublicLettering por Phil Baines utilizado a ferramenta maptales. <i>Esta plataforma já não se encontra disponível, devido ao projeto ter sido abandonado.</i>		“Sejam bem vindos amantes dos sinais ao museu americano dos sinais.” <i>Imagem de Faythe Levine @ Flickr</i>		Letreiro pintado na parede de um edifício. Etiquetas: b+w, brick, paint, uppercase, sans, retro <i>Imagem Luke Connolly @ nyctype</i> <i>7th and Avenue B, New York, USA</i>	
Fig. 14 – Landing Page	28	Fig. 34 – American Sign Museum	39		
“Landing Page” do website PublicLettering.com.uk. <i>Imagem retirada do website PublicLettering.co.uk.</i>		Imagem do interior do museu. <i>Imagem de Faythe Levine @ Flickr</i>			
Fig. 17 – Faraday House	29	Fig. 35 – American Sign Museum	39		
Letras esculpidas a partir dos blocos que até 1995 não tinham sido pintados. Um letreiro que se distingue dos outros pela capacidade de conjugar formas geométricas mas que possam ser legíveis como letras 48 Old Gloucester Street, London, UK. <i>Imagem de Phil Baines, 1996 @ Publiclettering.co.uk.</i>		Imagem do interior do museu. <i>Imagem William Flood @ Flickr</i>			
Fig. 16 – 319–321	29	Fig. 36 – Missoula Dug Co.	39		
Numeros de porta e letreiro comercial pintado na fachada de um edifício. <i>Gray’s Inn Road, Camden Town, London, UK. Imagem de Phil Baines, 1996 @ Publiclettering.co.uk</i>		Imagem do interior do museu. <i>Imagem William Flood @ Flickr</i>			
Fig. 18 – Letter Rich Lisbon	30	Fig. 37 – Wayfinding Sans Pro	40		
Recorte do artigo na revista Eye Magazine. <i>Imagem original digitalizada da revista Eye Magazine, Issue 54, Winter 2004.</i>		Tipografia desenvolvida por Ralf Herrmann especialmente para sinalização.			

Fig. 52 – Rubbish Removal Container	43	Fig. 71 – Gabriel's Wharf	56	Fig. 88 – Bireley's	64
Letreiro pintado num camião. Imagem NYCTYPE @ instagram St. Paul's Chapel, New York, USA		Lettering pintado sobre a fachada do restaurante. South Bank, Londres, Inglaterra Imagem de Davide Simonetti @ Flickr		Antigo Lettering de uma marca de refrigerante produzido na Califórnia em 1930. West Side of Detroit, USA. Imagem de pinehurst19475 @ Flickr	
Fig. 53 – Lance	43	Fig. 72 – Brentwood Bowl	56	Fig. 90 – J.P. Cummis	66
Letreiro pintado numa parede. Imagem NYCTYPE @ instagram New York, USA		Letreiro comercial em Neon aplicado no edifício de um Bowling. San Francisco, California, USA Imagem de Debra Jane Seltzer @ Flick		Wolfe Tone, Dublin, Irlanda Desenhado por Kevin Freeneey @ Flickr	
Fig. 54 – Miniskirts are Back	43	Fig. 73 – Church House	56	Fig. 91 – The Comet Pub - Van	66
Letreiro pintado nas persianas de uma loja. Imagem NYCTYPE @ instagram Artspace Gallery, New York, USA		Inscrição em pedra na fachada de uma igreja publica. Hadley, Londres, Inglaterra Imagem de Antony Harrington @ Flickr		Swords Road, Whitehall, Dublin, Irlanda Desenhado por Kevin Freeneey @ Flickr	
Fig. 55 – Stardust	44	Fig. 74 – Williams Liquor	56	Fig. 92 – Nolans Bakery	66
Las Vegas, USA Imagem de Estúdio Las Vegas. 1972. © Venturi, Scott Brown & Associates Inc., Philadelphia		Seta dentro de um coração. Elementos contruídos em metal, com lampadas aplicadas. Oakland, California, USA Imagem de Debra Jane Seltzer @ Flickr		Dublin, Irlanda Desenhado por Kevin Freeneey @ Flickr	
Fig. 56 – 4 Queues	44	Fig. 75 – 89 Southwark St	56	Fig. 93 – The Comet Pub	66
Las Vegas, USA Imagem de Estúdio Las Vegas. 1972. © Venturi, Scott Brown & Associates Inc., Philadelphia		Numero de uma casa particular Bankside, Londres, Inglaterra Imagem de David Bennett @ Flickr		Swords Road, Whitehall, Dublin, Irlanda Desenhado por Kevin Freeneey @ Flickr	
Fig. 57 – Big Do-Nut Drive-In	44	Fig. 76 – Escadas Rolantes	58	Fig. 94 – Café Progresso	70
Las Vegas, USA Imagem de Estúdio Las Vegas. 1972. © Venturi, Scott Brown & Associates Inc., Philadelphia		Estes Numeros e Setas instalados nestas escadas rolantes foram projectados por Hiromura Masaaki um designer gráfico japonês. Imagem de de whatevernnow2013 @ Flickr		Fotografia utilizada no questionário. Porto, Portugal @ Fernando Zalazar	
Fig. 58 – Marroco	45	Fig. 77 – Emmas's Flowers & Gifts	58	Fig. 95 – Materiais	70
Imagem do repositório tipos paulistanos. @ tipos paulistanos		Lettering onde as letras estão dispostas na diagonal. West End Avenue, Nashville, USA Imagem de amicaahsmith @ Instagram		Respostas do utilizador à categoria Materiais. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 59 – Cinderela	45	Fig. 78 – Ubaldo F. Farace	58	Fig. 96 – Tamanho	70
Imagem do repositório tipos paulistanos. @ tipos paulistanos		Possivelmente fileteado por León Untroib. Estilo Artístico de pintura típico de Bs. Recoleta, Buenos Aires, Argentina. Imagem de Robert Wright @ Flick		Respostas do utilizador à categoria Tamanho. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 60 – Estádio Municipal	45	Fig. 79 – Emmas's Flowers & Gifts	60	Fig. 97 – Propriedade	70
Imagem do repositório tipos paulistanos. @ tipos paulistanos		Emma's Shop. West End Avenue, Nashville, USA Imagem de amicaahsmith @ Instagram		Respostas do utilizador à categoria Propriedade.. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 61 – Shutterstock	49	Fig. 80 – Peso da Tipografia	60	Fig. 98 – Tipologia	70
Banco Digital de Imagens www.shutterstock.com		Respostas do utilizador à categoria Peso da Tipografia. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com		Respostas do utilizador à categoria Tipologia. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 62 – FlickrApp	50	Fig. 81 – Orientação	60	Fig. 99 – Aplicação	70
Aplicação para telemóvel da rede social de fotografia. www.flickr.com		Respostas do utilizador à categoria Orientação. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com		Respostas do utilizador à categoria Aplicação. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 63 – Flickr	50	Fig. 82 – Wash	61	Fig. 100 – Metro	71
Website da rede social de fotografia. www.flickr.com		Local e autor desconhecido		Fotografia utilizada no questionário. Porto, Portugal @ Fernando Zalazar	
Fig. 64 – 500px	51	Fig. 823 – Orientação	61	Fig. 101 – Materiais	71
Website da rede social de fotografia. www.500px.com		Respostas do utilizador à categoria Orientação. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com		Respostas do utilizador à categoria Materiais. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 65 – 500px App	51	Fig. 84 – Aplicação	61	Fig. 102 – Tamanho	71
Aplicação para telemóvel da rede social de fotografia. www.500px.com		Respostas do utilizador à categoria Aplicação. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com		Respostas do utilizador à categoria Tamanho. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 66 – VSCO Cam	52	Fig. 85 – Tamanho	61	Fig. 103 – Propriedade	71
Aplicação para telemóvel da rede social de fotografia. vSCO.co/vscocam		Respostas do utilizador à categoria Tamanho. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com		Respostas do utilizador à categoria Propriedade. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 67 – VSCO Cam	52	Fig. 86 – Tomare! Stop!	62	Fig. 104 – Tipologia	71
Website da rede social de fotografia com aspecto minimalista. vSCO.co/vscocam		A palavra "Tomare" pintada sobre o chão de forma imperativa. Totsuka, Yokohama, Kanagawa, Japan. Imagem de Rick Cogley @ Flickr		Respostas do utilizador à categoria Tipologia. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 68 – 1887	54	Fig. 87 – Route 66 - Needles	62	Fig. 105 – Aplicação	71
Numero de uma casa particular. Tamanho inferior a 1 metro. Flores, Buenos Aires, Argentina. Imagem de Curly Traveller @ Flickr		Esta placa sinalizadora apesar de se encontrar apoiada no solo, não está inserida na sub-categoria "chão", pois as letras encontra-se pintadas numa placa de metal e não diretamente sobre o solo. Needles, California, USA. Imagem de Tsinoul @ Flickr		Respostas do utilizador à categoria Aplicação. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
Fig. 69 – Hospedaria 31 de Janeiro	54	Fig. 89 – Tow-Away Zone	64	Fig. 106 – Kiehl's	72
Letreiro composto por letras e números, de dimensões entre 4 a 6 metros com o texto disposto na horizontal. Rua 31 de Janeiro, Porto, Portugal Imagem de Jorge Lens @ Flickr		Lettering muito antigo que fazia parte de umas obras numa pequena vila de pescadores. Menemsha, Martha's Vineyard, MA, USA. Imagem de Steve Newfield @ Flickr		Fotografia utilizada no questionário. Barcelona, Spain @ Fernando Zalazar	
Fig. 70 – Bowling	54			Fig. 107 – Kiehl's	72
Letreiro de grandes dimensões com as letras dispostas na vertical. Salt Lake City, Utah, Estados Unidos Imagem de bekinaz @ flickr				Detalhe do Lettering	
				Fig. 108 – Materiais	72
				Respostas do utilizador à categoria Materiais. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	
				Fig. 109 – Tamanho	72
				Respostas do utilizador à categoria Tamanho. Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com	

Fig. 110 – Propriedade	72	Fig. 131 – Campo de Visão	85	Fig. 152 – Teclado	94
Respostas do utilizador à categoria Propriedade. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Todo o letreiro deve ser fotografado. Neste arquivo não é pretendido imagens apenas de pormenores. <i>Imagem de Bradley Austin. © Flickr, Clark Learning Office Center, Salt Lake City, Utah, USA</i>		O teclado utilizado é o mesmo que em todo o sistema operativo iOS	
Fig. 111 – Tipologia	72	Fig. 132 – Vista	85	Fig. 153 – Partilha da imagem	94
Respostas do utilizador à categoria Tipologia. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Devemos ver o "lettering" do ponto de vista para que é desenhada. <i>Imagem de Jon Waz © Flickr, Creta, Grécia</i>		Foi utilizado o menu pré-definido pelo iOS para partilhar o conteúdo.	
Fig. 112 – Aplicação	72	Fig. 133 – Enquadramento	85	Fig. 154 – Toque	95
Respostas do utilizador à categoria Aplicação. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		A fotografia tem de ser o elemento principal, e não e deve estar colocada no centro da imagem. <i>Imagem de John Gilchrist © Flickr, Aeroporto de Edinburgo, Escócia, Reino Unido</i>		Ação de tocar com o dedo no ecrã.	
Fig. 113 – Diez	73	Fig. 134 – Esboço: Galeria de Curadoria	86	Fig. 155 – Duplo Toque	95
Fotografia utilizada no questionário. <i>Burgos, Espanha @ Fernando Zalazar</i>		Esboço da galeria de curadoria da aplicação		Ação de tocar 2 vezes consecutivas com o dedo no ecrã.	
Fig. 114 – Materiais	73	Fig. 135 – Esboço: Galeria do Utilizador	86	Fig. 156 – Deslizar	95
Respostas do utilizador à categoria Materiais. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Esboço da pesquisa na aplicação.		Pressionar e deslizar para o lado.	
Fig. 115 – Tamanho	73	Fig. 136 – Esboço: Galeria do Utilizador	86	Fig. 157 – Afastar os dedos	95
Respostas do utilizador à categoria Tamanho. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Esboço da pesquisa na aplicação.		Tocar a tela com 2 dedos, e sem largar, afastar os mesmos.	
Fig. 116 – Propriedade	73	Fig. 137 – Esboço: Galeria do Utilizador	86	Fig. 158 – Carregar conteúdo	98
Respostas do utilizador à categoria Propriedade. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Esboço do menu de seleção de categorias no momento de upload da fotografia.		Ao puxar para baixo a imagem que aparece no topo da lista, é actualizada a lista das imagens.	
Fig. 117 – Tipologia	73	Fig. 138 – InVision	87	Fig. 159 – Pesquisa	98
Respostas do utilizador à categoria Tipologia. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Plataforma utilizada para a prototipagem da aplicação. <i>www.invisionapp.com</i>		Ecrã de seleccionção de filtros na pesquisa. Sem nenhum filtro seleccionado.	
Fig. 118 – Aplicação	73	Fig. 139 – Elementos de uma aplicação mobile	88	Fig. 160 – Categoria Seleccionada na Pesquisa	98
Respostas do utilizador à categoria Aplicação. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Alguns Elementos gráficos de uma aplicação iOS. <i>Retirada do documento "iOS human interface guidelines"</i>		Sub-categoria "Neon" seleccionada como filtro.	
Fig. 119 – Art Español	74	Fig. 140 – Camadas de informação	89	Fig. 161 – Mercado	99
Fotografia utilizada no questionário. <i>Burgos, España @ Fernando Zalazar</i>		Camadas de informação e respectivos ecrãs numa aplicação iOS. <i>Retirada do documento "iOS human interface guidelines"</i>		Ecrã de seleção das categorias. Podemos observar como as cores dos botões se adaptam à imagem.	
Fig. 120 – Art Español	74	Fig. 141 – Status Bar	90	Fig. 162 – Shanghai	99
Detalhe do Lettering		Status bar da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		Ecrã de seleção das categorias. Podemos observar como as cores dos botões se adaptam à imagem.	
Fig. 121 – Materiais	74	Fig. 142 – Barra de Navegação	90	Fig. 163 – Kiehl's	99
Respostas do utilizador à categoria Materiais. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Barra de navegação da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		Ecrã de seleção das categorias. Podemos observar como as cores dos botões se adaptam à imagem.	
Fig. 122 – Tamanho	74	Fig. 143 – Barra de Abas	90	Fig. 164 – Pesquisa	99
Respostas do utilizador à categoria Tamanho. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Barra de Abas da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		Ecrã de Pesquisa.	
Fig. 123 – Propriedade	74	Fig. 144 – Controlo Segmentado	91	Fig. 165 – Visualização da Imagem	100
Respostas do utilizador à categoria Propriedade. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Controlo Segmentado da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		Nesde ecrã, onde o elemento principal é a imagem, não poderá existir demasiado conteúdo escrito de forma a não perturbar a visualização da imagem ao leitor. Visto isto, apenas se encontram 3 elementos escritos: Nome do fotógrafo cidade, e pais de onde foi registada a fotografia.	
Fig. 124 – Tipologia	74	Fig. 145 – Caixa de Texto	91	Fig. 166 – Mensagem	100
Respostas do utilizador à categoria Tipologia. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Caixa de Texto da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		Podemos observar a aplicação de 3 diferentes combinações de tipografia nesta imagem: O titulo da mensagem, em caixa alta e com um tamanho de letra maior; A descrição, em caixa baixa e com um tamanho de letra menor ao do título; O botão, tendo como cor de fundo o vermelho escuro, surge com o texto em branco, por ser a cor que melhor se destaca sobre este fundo.	
Fig. 125 – Aplicação	74	Fig. 146 – Botão	91	Fig. 167 – Definições	100
Respostas do utilizador à categoria Aplicação. <i>Grafico gerado automaticamente pela surveymoney.com</i>		Botão da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		Visto o menu das definições estar principalmente constituído por texto, as letras encontra-se maioritariamente a preto e o fundo a branco, de forma a facilitar a leitura.	
Fig. 126 – Star Donuts	76	Fig. 147 – Interruptor	91	Fig. 168 – Favorito	101
Quase uma cenena de lampadas presentes neste <i>signage</i> . <i>Northeast Texas, USA</i> <i>Imagem de Debra Jane Seltzer @ Flickr</i>		Interruptor da aplicação mobile desenvolvida para o projecto.		O utilizador pode, tocando nesta estrela, adicionar aos favoritos, a imagem que está a ver.	
Fig. 127 – I amsterdam	78	Fig. 148 – Listagem das fotografias	92	Fig. 169 – Partilhar	101
Uma marca que representa uma cidade. <i>Amsterdão, Holanda do Norte, Países Baixos</i> <i>Imagem de David Criespo Nieto @ Flickr</i>		Exemplo do modo de visualização em lista.		Permite abrir um <i>popover</i> no qual podemos partilhar a imagens para para outras aplicações.	
Fig. 128 – Processos de Arquivação	84	Fig. 149 – Mapa	92	Fig. 170 – Informações	101
Esboço dos processos na aplicação. Desde o registo da fotografia até à interação com outros utilizadores		O mapa mostra a localização do dispositivo e o local onde se encontram os letreiros próximos.		Abre o ecrã das informações extras da imagem.	
Fig. 129 – Perspectiva	85	Fig. 150 – Pesquisa por texto	92	Fig. 171 – Seta para esquerda	101
Esta imagem mostra um exemplo de uma perspectiva que dificulta a visualização do letreiro. <i>Imagem de Classic Film © Flickr, Mesa, Arizona, USA</i>		O teclado surge quando pretendemos pesquisar por palavras.		Esta seta idica o voltar para o menu anterior.	
Fig. 130 – Focagem	85	Fig. 151 – Esquema da Hierarquia da Aplicação	93	Fig. 172 – Seta para direita	101
Ao contrário do que acontece nesta imagem, a fotografia deve estar sempre focada. <i>Imagem Editada. Original de Jacob Krejci © Flickr, Maggie Valley, Carolina do Norte, USA</i>		Podemos observar neste esquema o funcionamento e os caminhos que o utilizador pode percorrer na aplicação.		Esta seta indica o avançar para o proximo ecrã.	

Fig. 173 – Direções	101	Fig. 197 – Landing Page 2	106	Fig. 220 – Pesquisa	117
Esta seta indica em que direção se encontra o letreiro, a partir da localização do dispositivo.		Repositório Comunitário.		Perspectiva Geral	
Fig. 74 – Fechar	101	Fig. 198 – Landing Page 3	106	Fig. 221 – Pesquisas	117
Permite fechar o ecrã visualizado.		Localização.		Vista aproximada.	
Fig. 175 – Galeria	101	Fig. 199 – Landing Page 4	107	Fig. 222 – Pesquisas	117
Este icone é utilizado para aceder à galeria das imagens que temos guardadas no dispositivo.		Filtros de pesquisa.		Vista muito aproximada.	
Fig. 176 – Câmera	101	Fig. 200 – Landing Page 5	107	Fig. 223 – Definições	118
Permite abrir a câmara fotografia. É também utilizado como botão para capturar uma fotografia.		Descobrir novas cidades.		Neste menu são listadas todas as definições e informações sobre a aplicação e o utilizador.	
Fig. 177 – Facebook	101	Fig. 201 – Registo	108	Fig. 224 – Sobre	118
Abra a galeria de imagens do facebook, para adicionar essas imagens ao arquivo.		Ecrã de registo na aplicação.		Neste ecrã encontram-se as informações sobre a aplicação.	
Fig. 178 – Flickr	101	Fig. 202 – Iniciar Secção	109	Fig. 225 – Editar informações Pessoas	118
Abra a galeria de imagens do flickr, para adicionar essas imagens ao arquivo.		Ecrã de início de secção na conta do utilizador.		Listagem das informações do utilizador, onde é possível editar qualquer campo simplesmente clicando sobre o mesmo.	
Fig. 179 – Dropbox	101	Fig. 203 – Galeria de Curadoria	110	Fig. 226 – Redes Sociais	119
Abra as pastas da dropbox para adicionar essas imagens ao arquivo.		Simulação da galeria de curadoria num dispositivo iPhone.		Este menu permite a interligação com redes sociais, seja para partilhar conteúdo e/ou para aceder às imagens das mesmas.	
Fig. 180 – Galeria	101	Fig. 204 – Galeria de Curadoria	110	Fig. 227 – Licença	119
Abre a galeria principal do arquivo.		Listagem das imagens da galeria de curadoria.		O utilizador pode escolher que nome e que tipo de licença atribui às imagens que adiciona ao arquivo.	
Fig. 181 – Procura	101	Fig. 205 – Galeria Pública	111	Fig. 228 – Contacto	119
Para aceder ao menu da pesquisa de imagens.		Simulação da galeria de pública num dispositivo iPhone.		Este formulário possibilita o envio de uma mensagem para os gestores do arquivo.	
Fig. 182 – Upload	101	Fig. 206 – Galeria Pública	111	Fig. 229 – Opções de Upload	120
Este icone permite aceder ao menu de upload de fotografias.		Listagem das imagens da galeria pública.		O utilizador pode escolher qual o método de upload, em função da fotografia que pretende.	
Fig. 183 – Nas proximidades	101	Fig. 207 – Imagem	112	Fig. 230 – Câmera	120
Abra um mapa onde esta centrada a posição do dispositivo e identificados os letreiros em redor.		Visualização da imagem e botões de interação, que permitem desde partilhar a imagem até ver mais informações da mesma.		O utilizador pode tirar uma fotografia no momento e adiciona-la ao arquivo.	
Fig. 184 – Utilizador	101	Fig. 208 – Imagem isolada	112	Fig. 231 – Galeria do dispositivo	120
Acede à zona de utilizador para visualizar as próprias imagens, definições e conteúdos pessoais.		Visualização apenas da imagem. Se qualquer outro elemento, à excepção da barra de estado que esta presente em toda a aplicação.		O utilizador pode aceder, facilmente, às fotografias que estejam guardadas no dispositivo.	
Fig. 185 – Rodar	101	Fig. 209 – Informação da Fotografia	113	Fig. 232 – Editar a fotografia	121
Permite roda a imagem no menu de edição da fotografia.		Informações sobre o <i>lettering</i> , incluindo um pequeno mapa com a localização.		Podemos editar as fotografias desde a barra de ferramentas que se encontra o fundo do ecrã,	
Fig. 186 – Recortar	101	Fig. 210 – Mapa	113	Fig. 233 – Mapa	121
Permite recortar a imagem no menu de edição da fotografia.		Neste mapa podemos observar melhor a posição do <i>lettering</i> uma vez que o mapa ocupa grande parte do ecrã.		Caso o utilizador prefira editar a fotografia, pode utilizar outras aplicações que estejam previamente instaladas no arquivo para manipular a imagem.	
Fig. 187 – Editar cores	101	Fig. 211 – Favorito	114	Fig. 234 – Informação Básica	121
Permite manipular as cores da imagem no menu de edição da fotografia.		Adicionar a imagem aos nossos favoritos.		Para adicionar uma fotografia ao arquivo é necessário preencher as informações básicas, como o título, descrição, localização e licença.	
Fig. 188 – Auto correção	101	Fig. 212 – Comentários	114	Fig. 235 – Categoria: Tamanho	122
Esta varinha mágica permite corrigir automaticamente a imagem.		Podemos adicionar um comentário e/ou ver os comentários existentes na fotografia		Exemplo da visualização da categoria Tamanho.	
Fig. 189 – Mais	101	Fig. 213 – Partilhar	114	Fig. 236 – Menu das categorias	122
Abre um menu no qual podemos editar a imagem com outras aplicação instaladas no dispositivo.		Partilhar a imagem utilizando os meios disponibilizados pelo iOS.		Menu com botões que abrem cada uma das categorias do arquivo.	
Fig. 190 – Settings	101	Fig. 214 – Informações	115	Fig. 237 – Categoria: Tamanho Escolhido	122
Permite aceder às definições pessoais e informações sobre o arquivo.		Informações detalhadas sobre a fotografia		Podemos observar nesta imagem o design utilizado para indicar que subcategoria está seleccionada.	
Fig. 191 – Curadoria	101	Fig. 215 – Menu de Denunciar	115	Fig. 238 – Categoria: Materiais	123
O utilizador pode visualizar que fotografias adicionadas por ele foram destacadas.		O utilizador pode denunciar a licença, a qualidade da imagem, e a localização da fotografia. Mas também pode sugerir uma categoria.		Visualização da categoria materiais.	
Fig. 192 – Aplicação	102	Fig. 216 – Denunciar	115	Fig. 239 – Categoria: Suporte	123
Simulação da aplicação em um iPhone 5.		Denunciar / Comunicar um problema com a imagem ou informações da mesma.		Visualização da categoria suporte.	
Fig. 193 – Ecrãs Principais	103	Fig. 217 – Galeria das Imagens do utilizador	116	Fig. 240 – Categoria: Contexto	123
Os 5 ecrãs principais da aplicação.		Aqui o utilizador pode observar as imagens que adicionou ao arquivo.		Visualização da categoria contexto	
Fig. 194 – Imagem	104	Fig. 218 – Fotografias na Galeria de Curadoria	116	Fig. 241 – Categoria: Conteúdo	123
Camadas de informação na visualização das imagens.		As fotografias que o utilizador adicionou ao arquivo e que foram seleccionadas para a galeria de curadoria aparecem nesta lista.		Visualização da categoria conteúdo.	
Fig. 195 – Imagem	105	Fig. 219 – Favoritos	116	Fig. 242 – Categoria: Estilo das letras	123
Camadas de informação no upload de uma fotografia.		Nesta galeria, o utilizador pode ver quais as fotografias que ele seleccionou como favoritas.		Visualização da categoria estilo das letras.	
Fig. 196 – Landing Page 1	106				
Ecrã de boas vindas à aplicação.					

- Fig. 243 – Categoria: Orientação** 123
Visualização da categoria orientação.
- Fig. 244 – Pesquisa - Ecrã Principal** 124
Ecrã principal do menu da pesquisa.
- Fig. 245 – Pesquisa por Palavras** 124
O teclado surge ao seleccionar a caixa de texto.
- Fig. 246 – Pesquisa por Materiais** 125
Filtro de pesquisa por materiais.
- Fig. 247 – Neon** 125
Destaque do filtro *Neon* seleccionado. Após seleccionar um filtro aparece o botão para iniciar a pesquisa.
- Fig. 248 – Trip Advisor** 126
O TripAdvisor é um exemplo de uma aplicação mobile que faz uso de esta utilidade. Através da qual podemos saber que restaurantes se encontram em nosso redor assim como informações fornecidas pelo próprio estabelecimento e outras que os utilizadores tenham adicionado sobre esse local. Estas informações podem ser fotografias do restaurante ou da comida, comentários e avaliações.
- Fig. 249 – Nas proximidades - Mapa** 126
Podemos observarm num mapa, a localização do dispositivo e dos letreiros que se encontram nas proximidades.
- Fig. 250 – Nas proximidades - lista** 126
Esta listagem mostra, por ordem crescente, os letreiros que se encontram mais próximos ao dispositivo, assim com a distância até cada letreiro.

*If signs could talk,
they would tell
beautiful stories
about the cities.*

THE SIGNAGE ARCHIVE

TYPE AND LETTERING AROUND THE WORLD