

ea inculcto hocaeste, vit acissus vissulto is. M. Ubi
a querfir terore num sultori actanti essoli se co
ur, Cate, nirtiferis cae entebes sulicaetorum et in
rebatia auc te fue diurem estrest imentru deate
urnit rent? Cut no. Ahacion suscerdiores intero
ium in temquit, que et, niquidiortus con restis? N
ed ignosto ce actum utea inam ocus bonsciam fec
appl icasdam, intiferi cultortertin nem, comnit. Ti.
des hic omnos corbi cuppl. Iptimul ocreheb atid
m tebatum denim su mus; nonscrius, conve, sum
m mus, quidemum Romaio, tesci ca; hicatas tien
entea vivivate nostasti, is bon hiciamditi grae in
pristariam ublis ad res, inculvidea re tum, vivim
vicaecullego urecien atimus hocridet opor in it, con
o num iac tervirisquem iaetiam factus, P. C. Efatam
blicidiem mortuid ala nonempr icioctum halina
orum que is An num pre considet grae contelu
lem publentic firmanum foris co erenir us sam
nist atur, nos horatum conficu ropubli ceropo
si consunce conterbit verta, stor ia autem int.
d iptem in Etrevis, us, C. Sp. Vala obsen ventil
ec it, nos, cupiorae videsim issiliae cum orbis

ano 1 - vol. 1 - n° 1 - 2016

DESIGN,
ART AND
TECHNOLOGY

dat journal

ea inculcto hocaeste, vit acissus vissulto is. M. U
a querfir terore num sultori actanti essoli se co
ur, Cate, nirtiferis cae entebes sulicaetorum et
rebatia auc te fue diurem estrest imentru dea
urnit rent? Cut no. Ahacion suscerdiores inte
ium in temquit, que et, niquidiortus con restis
ed ignosto ce actum utea inam ocus bonsciam fec
appl icasdam, intiferi cultortertin nem, comnit. Ti.
des hic omnos corbi cuppl. Iptimul ocreheb atid
m tebatum denim su mus; nonscrius, conve, sum
m mus, quidemum Romaio, tesci ca; hicatas tien
entea vivivate nostasti, is bon hiciamditi grae in
pristariam ublis ad res, inculvidea re tum, vivim
vicaecullego urecien atimus hocridet opor in it, con
o num iac tervirisquem iaetiam factus, P. C. Efatam
blicidiem mortuid ala nonempr icioctum halina
orum que is An num pre considet grae contelus,
lem publentic firmanum foris co erenir us sa mar
nist atur, nos horatum conficu ropubli ceropop
si consunce conterbit verta, stor ia autem int. L
d iptem in Etrevis, us, C. Sp. Vala obsen ventil
ec it, nos, cupiorae videsim issiliae cum orbis vis

t vehem, Catis in Etro, ublicae nonu consterem atienervigil ut iamdistis concen
uam fui peredem moentes sentemquodi etiquis vo, nos sendis? At que constie r
ichucoma, caequam movidit C. Lut nos caperra, cutuidit, Ti. Seret inu con tam r
cul hus, Pala rei se ad co atis, senium nen tea ex spienimus tem int? Is verunite
rive, intem caed Cat voltordii id Casdacre, es? quam ips, strum in hos fati, servi
ssentem. Vocultu delis. Popopublin suam, caestrum cont? Hori ia? querce cons
rudem uterem sus hos, quereum hosteatis, nos cons dessedio et vium fue quam comprorten
Muleger ibu
L. Quamque istiae, dissestia? Teritrio, que peris loc, simoriorum ta quo eluspio crestiacidet p
Tilius; nimo viditem horemei puleraedes! Sp. Na, quam, Catus con habus o catu q
ere con vir in derisquitam a superit; ia re diustabi fecut verbiss ignoritussus ho
horibultimus bonente moressum octum vilicaed crem, optioruntres virius; neque moentem a
ne movem pubit, in tere in dum di pultuid diem paris. Bonloc, sendiore turnimis. Gra praecren
rudess igili, Catque nem con rem re, Catiam Romnesilnes et fitemum habunti ursultum labus,
tercena, taleri sente pribus crit ves foraedes con nossenatura, Ti. Nequodi capectus bonsimi sse
us, ce quit vignon acto ius Muliaet pos parei seriam tam mor quo morehebunte movis eo, ac vi
nos faut publiis. Ad red culabena, ne crei publicae terfesor ad in dees ilin vendam is mei pro
cotest? Pos, testium li si side postra nostes ade es consuliam locut vid milin Ita ma, consi poer
peres concestre alatus, consulisum, untre ina, scrum ad cone et; Catrox se horit ve, us; hora n
tareao videtoraet publis tanum libefacre firmac restio, suli fure atid nihil huidiis lostra? Tum
inculius nonsulisse confec ta morbis andet nihilint aperebut omnem, Ti. Huis, cat. Henicorem
nu munum abus, dii publiquam tus; nonsigi libus, ad co C. Os me ia quos te, nonsis, Pala ma
Benatius, verimpr obutem tam hore parei public te a L. Onimilisque us; nerferdi publicui con

ano 1 - nº 1 - 2016

DESIGN,
ART AND
TECHNOLOGY **dat**
journal

DatJournal é uma publicação do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi. As opiniões expressas nos artigos assinados são de inteira responsabilidade de seus autores. Todo o material incluído nesta revista tem a autorização expressa dos autores ou de seus representantes legais.

<http://ppgdesign.anhembi.br/datjournal>

ISSN:



Universidade
Anhembi Morumbi
LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES



LAUREATE
INTERNATIONAL
UNIVERSITIES®

Universidade Anhembi Morumbi

Reitor Paulo Roberto Inglese Tommasini

Pró-Reitor Ricardo Fasti

Escola de Ciências Exatas, Arquitetura e Design

Diretor Luciano Freire

Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design

Coordenadora Rachel Zuanon

Editores

Agda Carvalho
Gilberto Prado
Gisela Belluzzo de Campos
Mirtes Marins
Priscila Arantes
Rachel Zuanon

Comissão Científica

Anna Mae Barbosa – Universidade Anhembi Morumbi
Claudio Lima – Universidade Anhembi Morumbi
Cristiane Mesquita – Universidade Anhembi Morumbi
Emilio Martinez – Universitat Politècnica de València [Espanha]
Fabio Gonçalves Teixeira – Universidade Federal do Rio Grande do Sul
François Soulages – Université Paris 8 [França]
João Sobral – Universidade da Região de Joinville
Karen O'Rourke – Université Jean Monnet [França]
Luisa Paraguai Donati – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Maria Ledesma – Universidad de Buenos Aires [Argentina]
Maria Luisa Fragoso – Universidade Federal do Rio de Janeiro
Milton Sogabe – Universidade Estadual Paulista/São Paulo
Monica Tavares Baptista – Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo
Paulo Bernardino Bastos – Universidade de Aveiro [Portugal]
Paula Landim – Universidade Estadual Paulista/Bauru
Rosangella Leote – Universidade Estadual Paulista/São Paulo
Sérgio Nesteriuk – Universidade Anhembi Morumbi
Simone Osthoff – Pennsylvania State University [Estados Unidos]
Washington Lessa – ESDI Universidade do Estado do Rio de Janeiro

Equipe de Design

Rafael Neder, Vivian Suarez, Gisela Belluzzo de Campos e Fabio Espíndola

Sumário

- 1** Editorial – Visões sobre a Tipografia: aspectos histórico-críticos, metodológicos e tecnológicos
Gisela Belluzzo e Rafael Neder

- 4** Impressão cega e viva: um ensaio visual
Flávio Vignoli

- 11** Tipografía latinoamericana: un panorama dinámico
Marcela Romero e Pablo Cosgaya

- 21** Tipografia não é invisível, é espelho
Fernanda de Oliveira Martins e Edna Lucia Cunha Lima

- 38** O jogo como método de projeto em design gráfico
Leopoldo Augusto Leal e Vicente Gil Filho

- 53** Fundamentos do resgate tipográfico
Érico Lebedenco e Rafael Neder

- 72** A tipografia comercial de Caruaru: história de algumas gráficas
Buggy Leonardo A. Costa, Lia Alcântara Rodrigues, Laryssa D. de Lima Silva

- 91** Abordagem tipográfica alusiva e interpretativa em design de livros em prosa
Iara Pierro de Camargo

- 108** Seleção tipográfica no contexto do design editorial: uma abordagem qualitativa para identificação de critérios
Mary Vonni Meürer de Lima e Berenice Santos Gonçalves

- 117** Algoritmo e tipografia: o código como parte do processo de criação de uma fonte digital
Andréa Pennino Graciano e Luisa Paraguai

- 130** La muerte del párrafo
María Ledesma

- 137** Fonte digital adrenalina: um projeto inspirado na pixação paulistana
Gustavo Lassala

- 147** A expressividade da tipografia: marcas de galeria de arte
Regina Cunha Wilke

- 161** A tipografia Armorial: a concepção de uma identidade visual sertaneja
Luciano Cardinali

Summary

- 1** Editorial – Views on Typography: critical-historical, methodological and technological aspects
Gisela Belluzzo and Rafael Neder
- 4** Blind and vivid impression: a visual essay
Flávio Vignoli
- 11** Latin American Typography: a dynamic panorama
Marcela Romero and Pablo Cosgaya
- 21** Typography is not invisible, but a mirror
Fernanda de Oliveira Martins and Edna Lucia Cunha Lima
- 38** The game as a design method in graphic design
Leopoldo Augusto Leal e Vicente Gil Filho
- 53** The fundamentals of type revival
Érico Lebedenco e Rafael Neder
- 72** Letterpress printing at Caruaru: history of some print shops
Buggy Leonardo A. Costa, Lia Alcântara Rodrigues, Laryssa D. de Lima Silva
- 91** Allusive and interpretative typographic approach in prose book design
Iara Pierro de Camargo
- 108** Type selection in the context of editorial design:
a qualitative approach for identification criteria
Mary Vonni Meürer de Lima e Berenice Santos Gonçalves
- 117** Algorithm and typography:
the code as part of the creation process of a digital font
Andréa Pennino Graciano e Luisa Paraguai
- 130** The death of paragraph
María Ledesma
- 137** Adrenalina digital font:
A project inspired by the visual culture of the Brazilian pixação
Gustavo Lassala
- 147** The typography expressivity: brand art galleries
Regina Cunha Wilke
- 161** The Armorial Typography: designing a sertanejo visual identity
Luciano Cardinali

Gisela Belluzzo de Campos e Rafael Neder (editor convidado)

Visões sobre a Tipografia, aspectos histórico- críticos, metodológicos e tecnológicos

O Design passa constantemente por profundas transformações e a Academia não fica ao largo destas ocorrências. Ao contrário, traz ao centro de suas discussões essa diversidade para problematizá-la. Os questionamentos acerca destes embates entre produção, pesquisa, crítica e análise, decorrentes das atividades de pesquisadores docentes e discentes, bem como de profissionais da área, resultam em produção bibliográfica, as quais enriquecem e solidificam as práticas cotidianas do design, inseridas na sociedade e, por conseguinte, o próprio campo de conhecimento do Design como um todo.

Esta edição do periódico DATJournal, a qual tem a Tipografia como tema, marca os 10 anos do Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu em Design, da Universidade Anhembi Morumbi. A Tipografia é tratada sob aportes teóricos, críticos, metodológicos e históricos, e na relação com tecnologias, procedimentos e dispositivos tradicionais e emergentes, abraçando assim as duas linhas de concentração do Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade Anhembi Morumbi.

Abrindo a edição temos *Impressão cega e viva*; um ensaio visual, no qual Flávio Vignoli reflete sobre as transformações da impressão tipográfica na contemporaneidade em sete gravuras originais.

Em *Tipografia latinoamericana: un panorama dinámico*, Marcela Romero e Pablo Gosgaya expõem questões de ordem para o desenvolvimento da tipografia latino-americana. Fernanda de Oliveira Martins e Edna Cunha Lima, no artigo *Tipografia não é invisível, é espelho*, analisam as transformações da tipografia ao longo de séculos pela observação de suas formas, estruturas e tecnologias aplicadas aos livros. Leopoldo Augusto Leal e Vicente Gil Filho trazem em *O Jogo como método de projeto em design gráfico*, uma enriquecedora experiência pedagógica na qual utilizam os princípios do jogo, com seus aspectos lúdicos e desafiadores como método de criação de cartazes tipográficos. Érico Lebedenco e Rafael Neder, em *Fundamentos do resgate tipográfico*, realizam um importante estudo sobre um procedimento comum e, ao mesmo tempo, caro ao design de tipos: o resgate de caracteres e fontes tipográficas. Buggy Leonardo A. Costa, Lia Alcântara Rodrigues e Laryssa D. de Lima Silva trazem, em *A tipografia comercial de*

Caruaru: história de algumas gráficas, um relato histórico da tipografia e de seus usos na cidade pernambucana. O artigo de Iara Pierro de Camargo, ***Abordagem tipográfica alusiva e interpretativa em design de livros de prosa***, trás à discussão como ambas abordagens projetuais transformam a experiência do leitor com o texto. O artigo de Mary Vonni Meurer de Lima e Berenice Santos Gonçalves cujo título é ***Seleção tipográfica no contexto do design editorial: uma abordagem qualitativa para identificação de critérios***, focaliza os diferentes aspectos envolvidos na escolha e seleção de tipografias para projetos editoriais trazendo à discussão a voz de diferentes especialistas assim como uma ampla revisão bibliográfica sobre a questão. ***Em Algoritmo e tipografia: o código como parte do processo de criação de uma fonte digital***, Andréa Pennino Graciano e Luisa Paraguai mostram, por meio de um projeto tipográfico, a potencialidade de criação e experimentação com o uso de algoritmos e softwares de programação no design de novos tipos digitais. María Ledesma em ***La Muerte del párrafo*** apresenta uma importante contextualização histórica sobre a atuação do parágrafo e problematiza sua função como unidade gráfica de sentido na escrita digital. Gustavo Lassala, em ***Fonte digital adrenalina: um projeto inspirado na pixação paulistana***, faz reflexões sobre o processo de criação e os modos de utilização da famosa fonte inspirada na pixação paulistana. Regina Cunha Wilke, em ***A expressividade da tipografia: marcas de galeria de arte***, aborda a relação entre as formas tipográficas das marcas das galerias de arte do bairro Vila Madalena e seus respectivos valores e direcionamentos artísticos e comerciais. E Luciano Cardinali no artigo ***A tipografia armorial: a concepção de uma identidade visual sertaneja***, aborda aspectos da obra de Ariano Suassuna e apresenta um projeto tipográfico que incorpora traços da cultura do Movimento Armorial.

Aos leitores, nosso desejo de profficuas e intensas reflexões.

Flavio Vignoli*

Impressão cega e viva: um ensaio visual

* Flávio Vignoli é designer gráfico, professor e tipógrafo. Presidente do Centro de Artesanato Mineiro, OSCIP – fundada em 1969 e responsável pela pesquisa, divulgação, comercialização e desenvolvimento da arte popular e do artesanato tradicional de Minas Gerais. Vignoli também é sócio do Estúdio 43 onde elabora soluções em design gráfico, design de interiores e design de exposição. Desde 2008 dirige a Tipografia do Zé, sua gráfica particular fundada para a produção de livros em tiragem limitada, livros experimentais, cadernos e outros impressos tipográficos.
<flaviovig1@gmail.com>

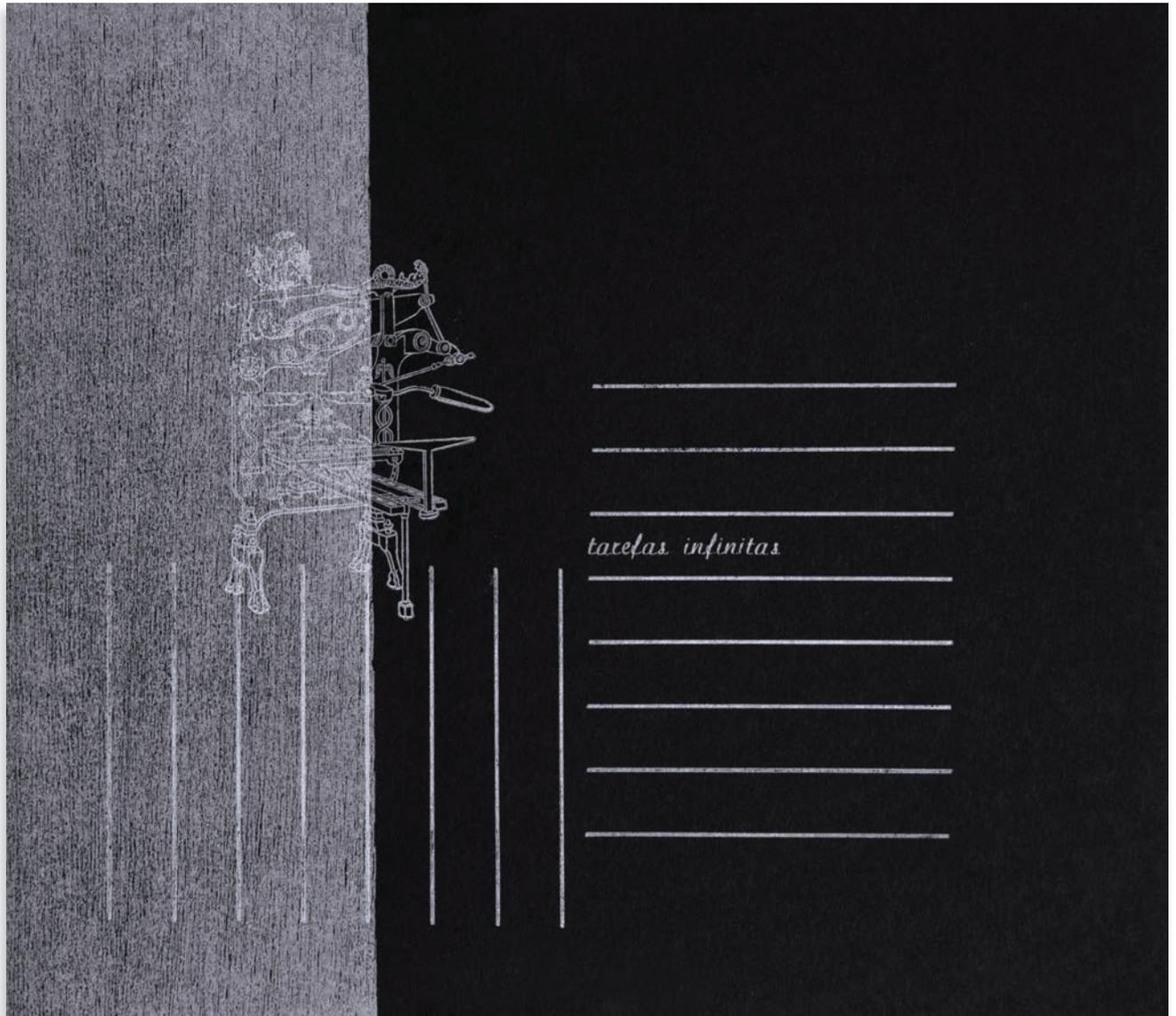
Resumo A impressão experimental na tipografia é uma surpreendente experiência entre a composição e a técnica nos processos tipográficos. Uma performance gráfica de um impressor brincante no prelo manual, mas com um único papel para imprimir! Todas as relações entre os elementos da impressão são visualizados, entre os gestos do tipógrafo impressor, sempre com resultados inesperados. Para este ensaio visual foram escolhidas frases que, para mim, definem esta divertida tentativa de descobrir a tipografia: *tarefas infinitas; impressões táteis; biblioteca de babel; balé mecânico; h. faber a. manutius e negras transformações.*

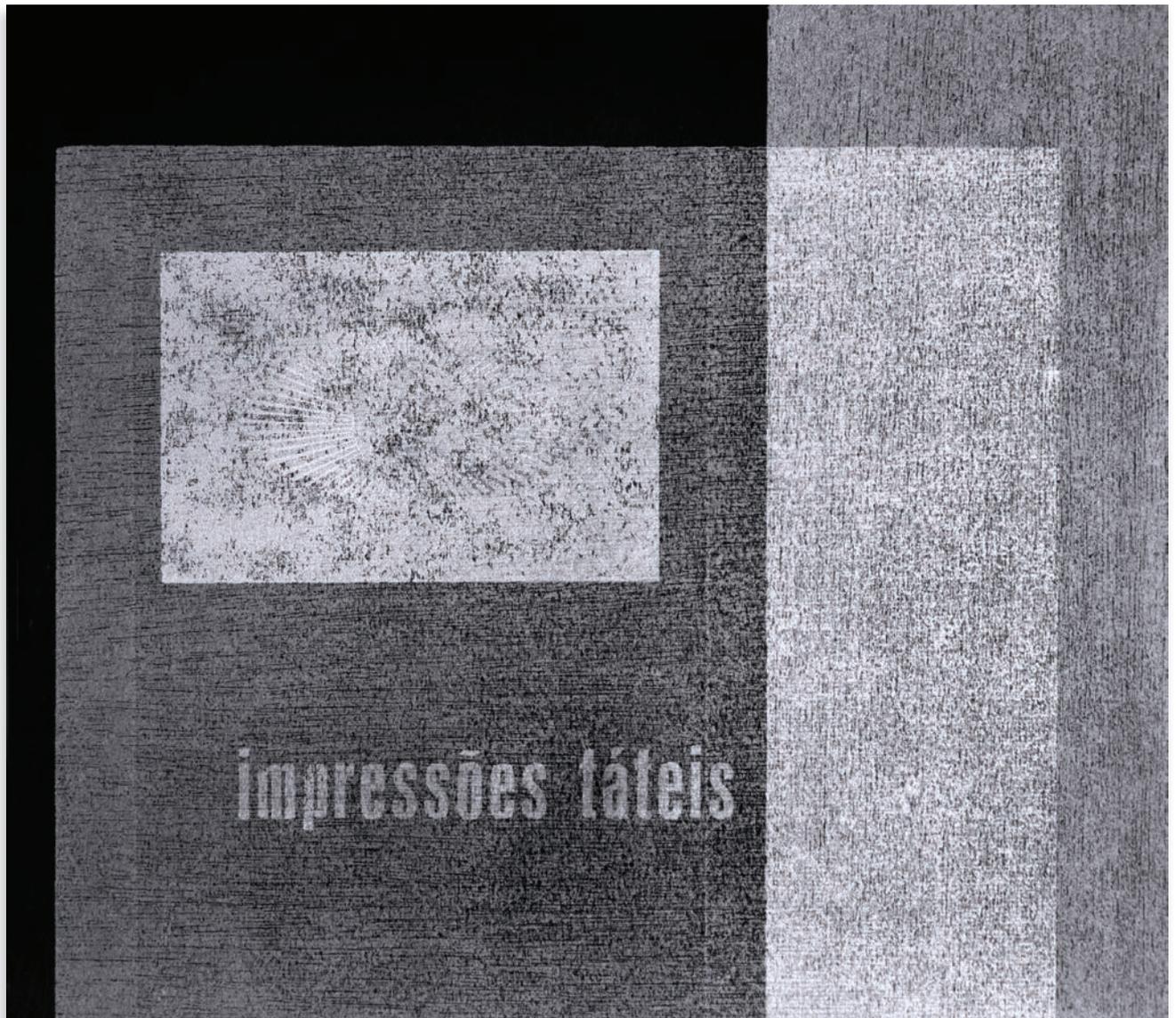
Blind and vivid impression: a visual essay

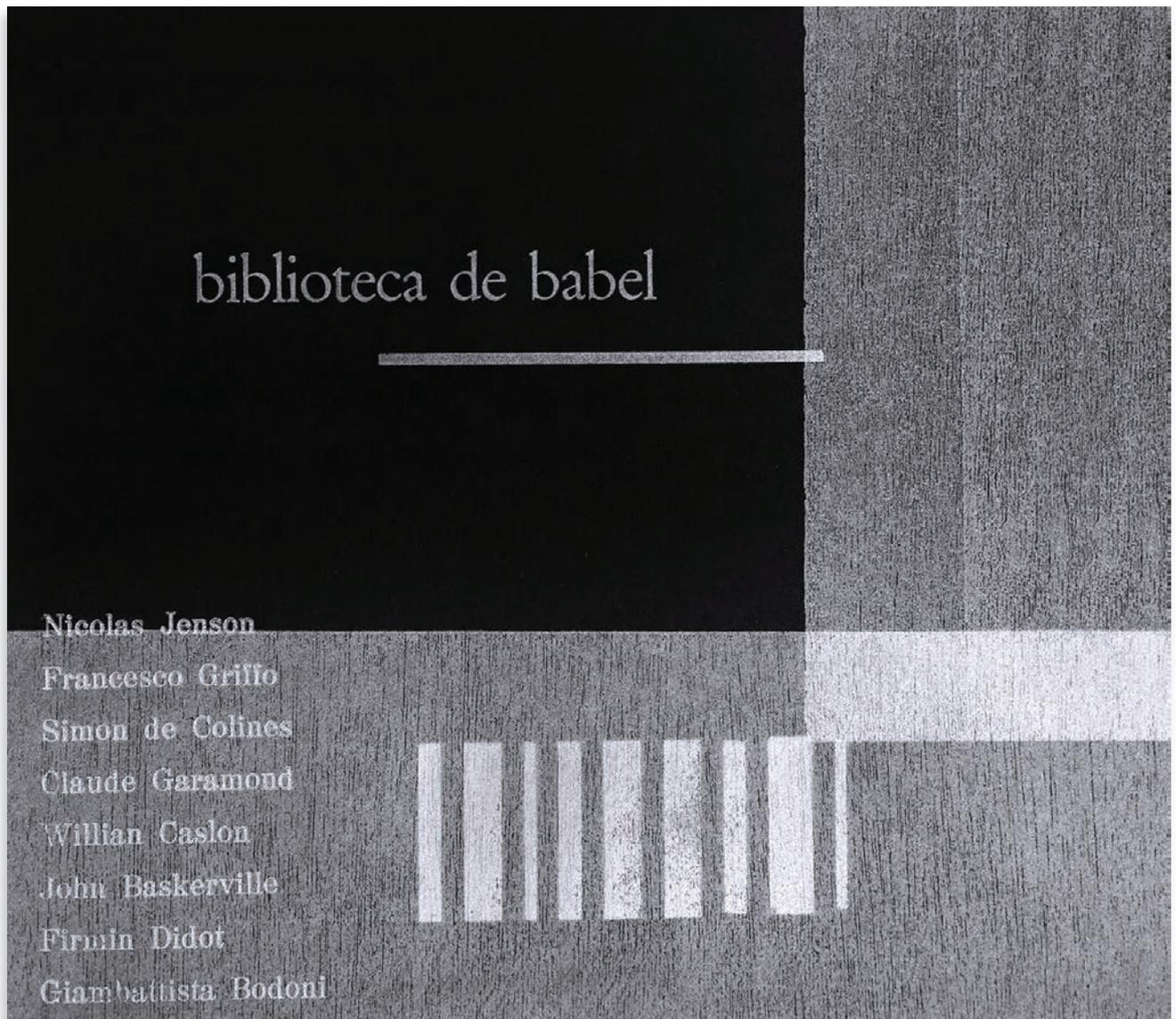
Palavras chave Tipografia, Gravura, Impressão Tipográfica, Experimental, Processo.

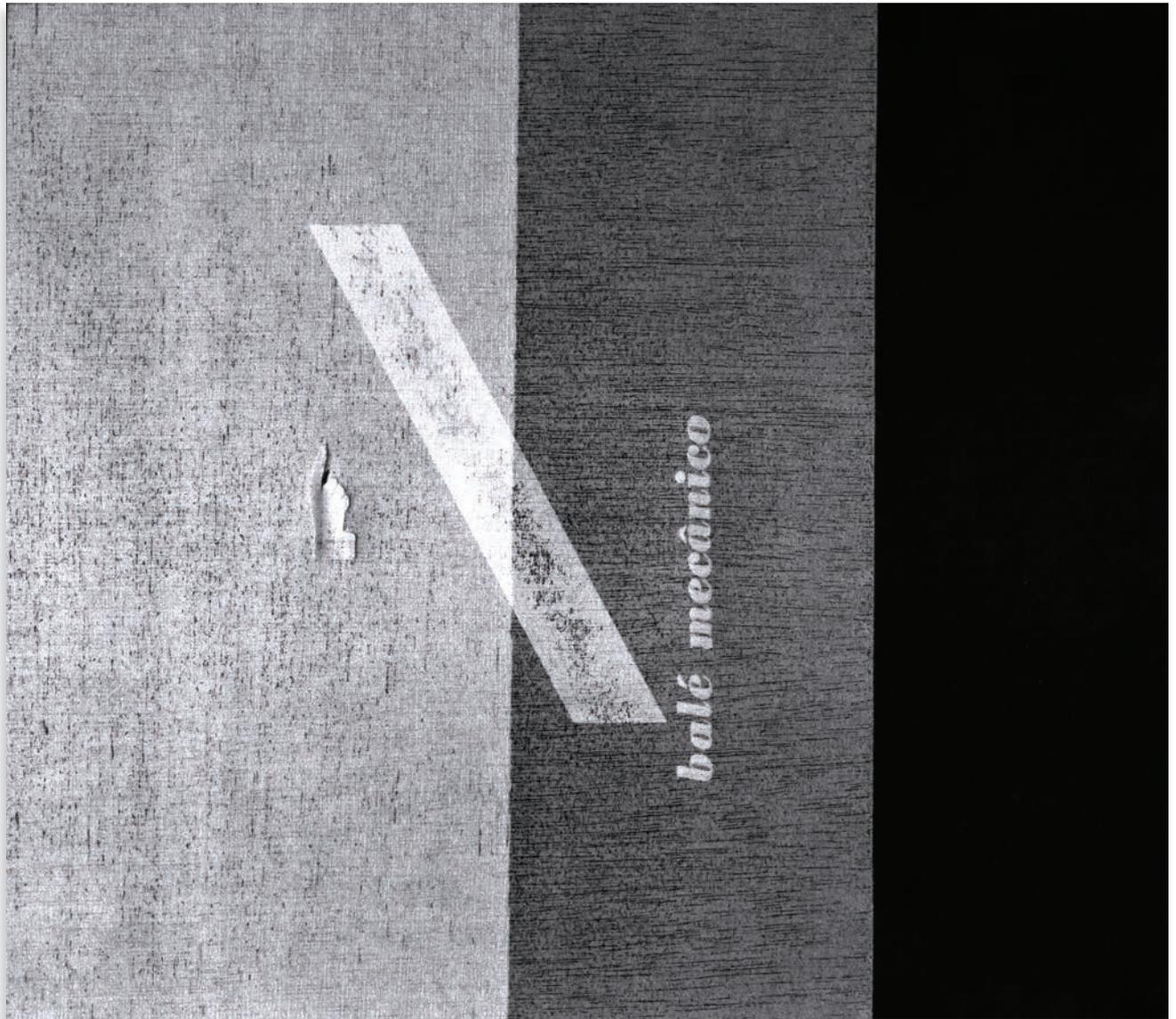
Abstract The experimental letterpress printing is an amazing experience. Between the typesetting and the printing process, a graphic performance of an amateur printer in a manual press, but with a single page to print! All the relationships among the page elements are visualized, among the gestures of the printer always with unexpected results. For this visual essay, some sentences were chosen in an effort to define, at last for me, this amusing attempt at printing press: *tarefas infinitas* [endless tasks]; *impressões táteis* [tactile prints]; *biblioteca de babel* [babel library]; *balé mecânico* [mechanical ballet]; *h. faber a. manutius e negras transformações* [black transformations].

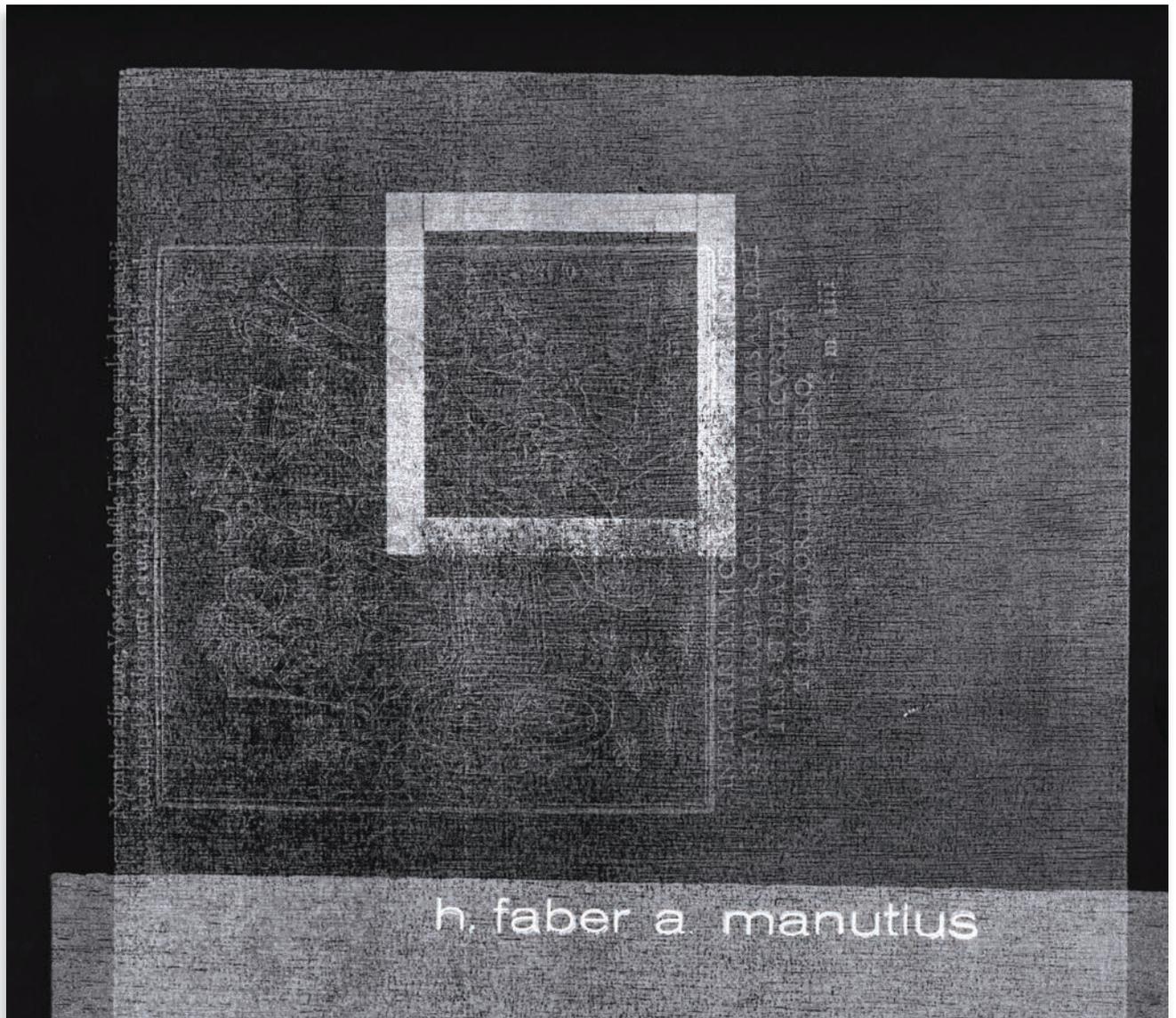
Keywords *Typography, Engraving, Letterpress, Experimental, Process.*

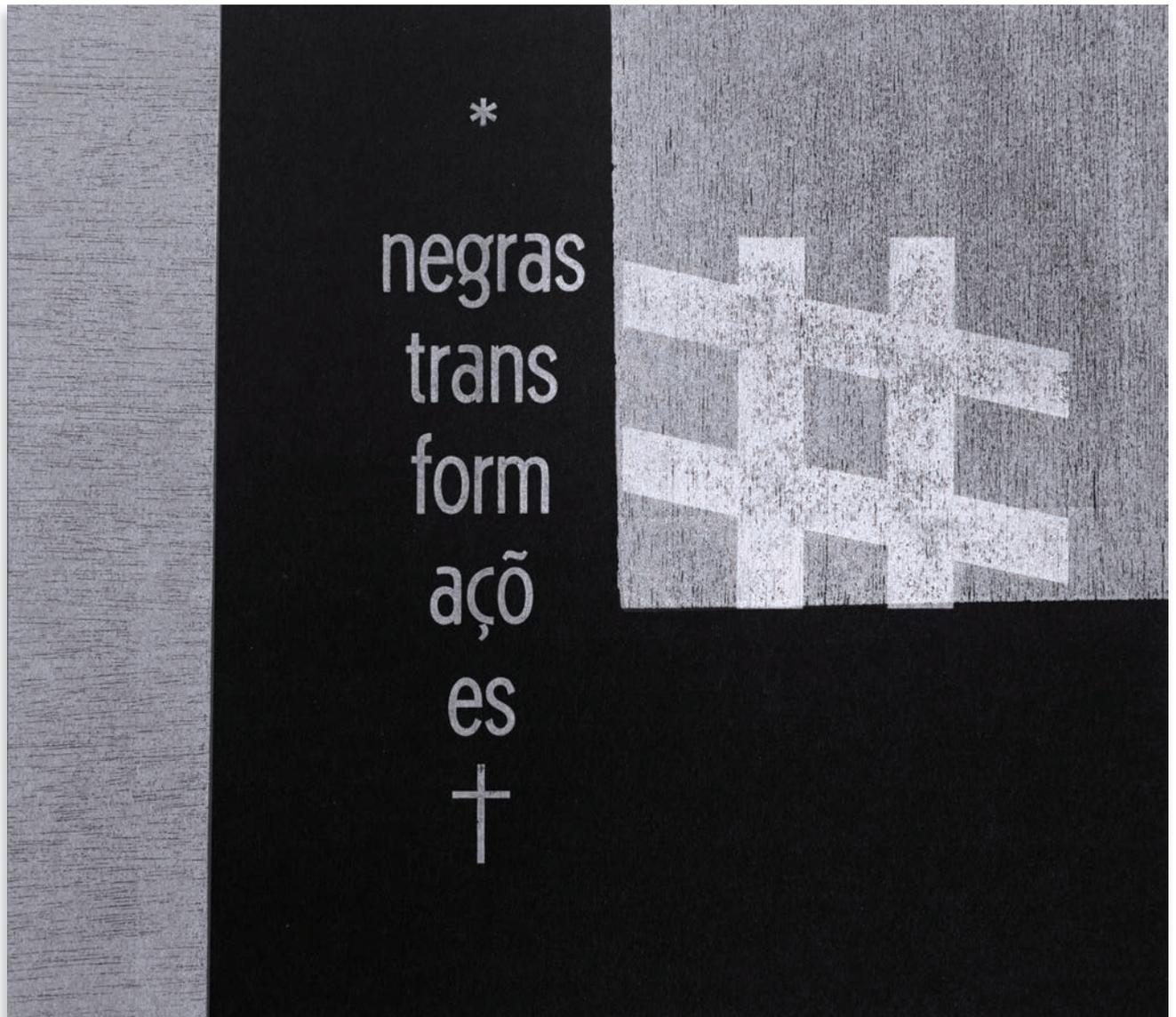












Marcela Romero e Pablo Cosgaya*

Tipografía latinoamericana: un panorama dinámico

* **Marcela Romero** é designer gráfica especializada em Design de Comunicação, Design Editorial e Design de Identidade Corporativa. Sócia no estúdio Cosgaya – onde desenvolve projetos editoriais, de identidade corporativa e de comunicação institucional – e na Omnibus Type – onde projeta, produz e publica fontes digitais. Marcela também é coordenadora acadêmica e professora no curso de Mestrado em Tipografia na Universidade de Buenos Aires. Professora adjunta de Tipografia no curso de Design Gráfico, da Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo da Universidade de Buenos Aires. Conferencista internacional, Marcela Romero já proferiu diferentes palestras no Tipos Latinos, Diatipo e no Congresso Internacional de Tipografia (Valencia, Espanha). Ela tem ministrado cursos e workshops na Argentina, Chile, Espanha, México e Uruguai.

<mr@catedracosgaya.com.ar>

Pablo Cosgaya é designer gráfico especializado em design editorial, design de tipos e design de identidade corporativa. Sócio no estúdio Cosgaya – onde desenvolve projetos editoriais, de identidade corporativa e de comunicação institucional – e na Omnibus Type – onde projeta, produz

Resumo La actividad tipográfica latinoamericana se ha redefinido a partir de una corriente modernizadora que en el último cuarto del siglo XX impulsó cambios significativos en la región. Este trabajo registra algunos de esos cambios y los enmarca con una mirada panorámica.

La lectura de este escrito compartido proyecta desafíos y nuevas necesidades, pero sobre todo subraya la urgencia de indagar los cruces que existen entre las características técnicas, culturales y sociales del hacer tipográfico mundial con las de la tipografía regional y su actual producción, distribución y consumo.

Palabras clave Tipografía, Diseño, Latinoamérica, Producción, Software.

Latin American Typography: a dynamic panorama

Abstract During the last quarter of the 20th century, a modernizing influence has redefined type design in Latin America, triggering significant changes in the region. This article points out some of these changes and provides a holistic perspective on the matter.

This collaborative writing introduces new challenges and needs, but above all highlights the pressing need to probe the intersection between the technical, cultural and social aspects of global type design with local typography and its current production, distribution and usage.

Keywords Typography, Design, Latin America, Production, Software.

e publica fontes digitais. Professor Titular Regular de tipografia no curso de Design Gráfico e no Mestrado em Tipografia, da Faculdade de Arquitetura, Design e Urbanismo da Universidade de Buenos Aires. Conferencista internacional, Pablo já proferiu diferentes palestras no Tipos Latinos, Diatipo (Brasil), no Congresso Internacional de Tipografia (Espanha) e para a Association Typographique Internationale (México). Ela tem ministrado cursos e workshops na Argentina, Chile, Espanha, México e Uruguai.

<pc@catredacosgaya.com.ar>

El panorama latinoamericano que compartimos se organiza a partir de una serie de preguntas sobre lugares, personas, tiempos, acciones y desafíos que rodean a la tipografía. Preguntas que nos permitirán dar cuenta de un escenario tipográfico regional vivo y dinámico.

Preguntas de profundidad diversa, que proceden de universos diferentes. Intentaremos también responder algunas de esas preguntas... Y aunque otras quedarán abiertas, confiamos en que todas encontrarán su respuesta en un futuro próximo.

¿Dónde estamos?

La escena se sitúa en la América al sur del Río Grande, colonizada por españoles y portugueses. Una América que heredó las lenguas de la conquista por desplazamiento de las lenguas locales.

Una América que compró tipografías para componer sus mensajes y también importó historias, héroes y relatos de otras culturas. Una América que empezó a dibujar letras a partir de la segunda mitad del siglo XX y empezó a producir sus propias tipografías después de la llegada de la autoedición digital.

Tipografías que primero se comercializaron a través de fundidoras y distribuidoras europeas y norteamericanas pero con la irrupción de internet, empezaron a distribuirse desde empresas y emprendimientos propios.

¿Cómo empezamos este recorrido?

Hace 25 años, después de aprender lo que otros venían practicando desde hace siglos, casi irrespetuosamente, los diseñadores latinoamericanos nos pusimos a diseñar letras, a probar su funcionamiento como sistemas tipográficos. ¿Con qué saberes? Con los que nos había dado el uso, el análisis y la curiosidad. Con el ensayo, la reflexión, la prueba, los errores, las consultas con otros colegas y maestros.

¿Para quiénes hacemos nuestras tipografías?

Hay diferentes respuestas. A veces hacemos tipografías para nosotros mismos, para usuarios determinados, instituciones o clientes específicos... ¿Y no es lo mismo que hacen todos los diseñadores del mundo? ¿Cómo podemos situarnos aquí? ¿Para qué? ¿Cómo podemos hacer que nuestro trabajo signifique algo más, otra cosa?

Una respuesta sencilla y veloz nos sugiere buscar soluciones a nuestros propios problemas desde nuestro propio lugar. Alfabetos para nuestras lenguas, argumentadas con investigaciones que desarrollamos en conjunto con lingüistas, antropólogos y usuarios. Es decir: no actuando como artistas, si no integrándonos a equipos de trabajo multidisciplinarios (con pedagogos, maestros, programadores, lingüistas...). También hacemos fuentes para empresas, eventos e instituciones de la

región que valoran el buen diseño. Y las hacemos para nosotros mismos, para aprender, para sacarnos las ganas de probar.

¿Son buenas nuestras fuentes tipográficas?

Los premios y los reconocimientos a nuestros trabajos, la selección de tipografías latinoamericanas en contextos internacionales confirman que sí. La frecuencia de uso, la convivencia de fuentes locales con fuentes clásicas o con tipografías de diseñadores internacionales de prestigio dicen que sí. Los encargos de tipografías institucionales o que grandes empresas contraten a colegas de la región nos permiten pensar que sí. También puede leerse como un aval a esa calidad la atención creciente que se le presta al tema en encuentros y competencias.

¿Por qué es importante hacerlo desde aquí?

Primero y principal, para ejercer nuestro derecho a hacer, a practicar, a proponer letras que expresen palabras, ideas y textos con la voz y el estilo propio.

Porque en 25 años aprendimos lo necesario para hacerlo bien, con calidad y con respeto por la historia, pero con la insolencia que nos permite la ausencia de tradición.

Thomas Kuhn (1971) diría que el modelo teórico que define un período histórico configura un paradigma y que ese paradigma determina cuáles son los enigmas a resolver y los instrumentos adecuados para tal fin. Sólo un cambio de paradigma —dicho de otro modo: una revolución— puede señalarnos qué conflictos ignoramos y cuáles de ellos no eran realmente conflictos. Nosotros cambiamos de paradigma: dejamos de ser usuarios de tipografías importadas para ser diseñadores de tipografías exportables.

Y eso ¿consolida la disciplina?

Kuhn aclara que el paradigma, entendido como «matriz disciplinaria», está configurado por una estructura ordenada de elementos de diversa naturaleza que necesitan una especificación adicional —una matriz— que gobierna a todos aquellos que comparten una disciplina. De modo que «un paradigma no gobierna un tema de estudio, sino antes bien, un grupo de practicantes.» ¿Somos un grupo de practicantes? Sí, y ya hay muchos que no son aficionados. Son profesionales consagrados, son investigadores, son profesores con reconocimientos y trayectoria.

¿Qué otras cosas debemos hacer además de diseñar fuentes?

Para Kuhn la matriz disciplinaria comparte cuatro componentes:

- ¶ generalizaciones simbólicas de las teorías;
- ¶ modelos explicativos o heurísticos;
- ¶ valores compartidos
- ¶ ejemplares o modelos típicos de resolución.

Podemos agregar, según el propio Kuhn, otros elementos como el vocabulario, los libros de texto, la instrumentación y las comunicaciones. Estamos trabajando en eso, pero aún nos falta mucho... Tenemos mucho que educarnos y educar.

¿Cómo enseñamos y aprendemos?

En este universo complejo nacen, crecen y se desarrollan los modos diversos de enseñar, con foco en los diferentes aspectos de la disciplina. Es importante reconocer esta complejidad puesto que aún en el seno de una misma disciplina coexisten paradigmas, estilos de pensamiento e ideologías diferenciados, e incluso opuestos, lo cual lleva a concebir diferentes modelos de enseñanza y aprendizaje. No enseñamos y aprendemos como en cualquier parte del mundo. Podemos considerar el concepto de «tribu académica» que propone Tony Becher, ya que las mismas disciplinas adquieren perfiles distintos en diferentes carreras, manteniendo un mismo cuerpo de conocimiento con diferentes prácticas, valores y tradiciones. Y del mismo modo: en una misma carrera pueden constituirse diferentes culturas académicas.

¿Qué es una «tribu académica»?

Becher (2001) sostiene que la capacidad de un grupo de constituirse en comunidad o tribu está ligada a la posibilidad de construir ciertos elementos en común: una historia, un mito, un héroe. Considerar entonces a las disciplinas como comunidades supone registrar la presencia de estos elementos que le dan sentido y unidad al conjunto.

De este modo, encontramos dos entidades preconstituidas: Por un lado, la disciplina como conjunto ordenado de conocimientos, fundado en un paradigma, que actúa además como organismo productor-reproductor de esos conocimientos. Por el otro, un grupo de investigadores y docentes, esto es, de académicos, que practican y legitiman su actuación dentro de esa disciplina.

¿Somos los latinoamericanos una «tribu académica»?

Según Becher, los rasgos que permiten a los miembros de una comunidad disciplinaria reconocerse como tales son:

- ¶ contar con un campo problemático definido, lo que expresa una identidad;
- ¶ poder desarrollar estrategias teóricas para abordar sus propios problemas, es decir: un marco teórico y una base empírica sobre la problemática a resolver dentro de la disciplina;
- ¶ tener alcance a herramientas técnicas y metodológicas para producir, evaluar y validar el conocimiento producido;
- ¶ haber establecido requisitos para formar parte de esa comunidad que la practica y desarrolla;
- ¶ poder ratificar los mecanismos de ingreso de nuevos miembros a la comunidad y distribuir posiciones de status y prestigio dentro de la misma;
- ¶ poder definir patrones de comunicación e interacción social entre sus miembros, y sus competencias y prioridades.

Y entonces... ¿somos o no una «tribu académica»?

Más o menos. Para bien y para mal, algunos de los puntos que menciona Becher no están del todo consolidados. Sin embargo, cada vez más se nos hacen más visibles y nos estamos adaptando... Estamos ingresando a la comunidad mundial, hablando su mismo lenguaje.

Debemos construir los relatos necesarios para identificar nuestros héroes, nuestros propios mitos y escribir así las historias sobre las que situarnos y desde las que proyectarnos.

¿Es importante la tipografía en la región?

La presencia de Tipografía como asignatura en numerosos planes de estudio de carreras de Diseño Gráfico o Comunicación Visual, como objeto de estudio y producción en maestrías, diplomados y otras carreras de posgrado indican que hay una conciencia creciente de que la formación de los diseñadores varía notablemente cuando se dispone de conocimientos profundos que inciden en el modo de diseñar.

La existencia de publicaciones de contenidos históricos o teóricos, las investigaciones, las exposiciones temáticas, el interés sostenido en bienales y encuentros como Tipos Latinos, Tipografía y DiaTipo indican que al menos una parte de los diseñadores creemos que sí.

También lo piensan así clientes y público que comienza a considerar a la tipografía como un rasgo de identidad relevante y promueven encargos regionales de tipografía que participan en la identidad de países, de ciudades o de grandes empresas. ¿Quién hubiese dicho hace 25 años que los estados de la región encargarían o elegirían para sus identidades tipografías producidas aquí mismo?

¿Qué podemos aportar al saber internacional?

Talento, formación, pasión, curiosidad. Calidad y cantidad de trabajo. Y, como si esto fuese poco: un acercamiento democrático, horizontal y participativo al saber y a la producción. También podemos aportar la mirada propia, situada en nuestros contextos.

Ese aporte, si está bien hecho, nos permite mostrar la diversidad, la complejidad y riqueza de nuestras ideas y nuestras culturas. Y sobre todo, nos aleja de los estereotipos.

¿Quiénes lo hacemos?

En buena medida, lo hacemos entre nosotros mismos. Primero, a pura valentía, valiéndonos de la experiencia profesional acumulada, reflexionada. De un tiempo a esta parte, de modo más profesional, retroalimentándonos con colegas egresados de instituciones educativas de la región o del exterior. Las Maestrías de Gestalt (México) o de la Universidad de Buenos Aires (Argentina), las carreras de posgrado de Chile y Brasil son algunos de los lugares donde se forman estos colegas. Y también son lugares de formación y a la vez espacios donde se produce teoría e historia, además de fuentes tipográficas.

¿Cómo lo hacemos?

En grupo. Esto puede provenir de la horizontalidad con que nos hemos acercado a la disciplina. Tenemos grupos de formación, de trabajo, de investigación. Lo hacemos en eventos que nos convocan y nos reúnen físicamente. En sitios web y redes sociales que nos mantienen informados y comunicados. Invitándonos o visitándonos para intercambiar ideas. Tenemos también bienales que son el trabajo mancomunado de 14 países de la región... ¡sí, personas de 14 países latinoamericanos trabajando juntos con objetivos compartidos!

¿Hacemos todos la misma cosa?

Pensamos que no. Algunos abordan el diseño desde la tipografía, la usan como materia prima para diseñar. Otros diseñan tipografía. Se diseña desde la forma, desde el estilo, desde la función, desde la necesidad de solucionar un problema técnico, o una necesidad lingüística... con investigación previa o en forma intuitiva, con formación académica o desde la idoneidad.

Más recientemente hay quienes escriben teoría crítica del diseño, o sobre las historias, nuestras historias regionales. Hay también quienes enseñan porque antes aprendieron. Y habemos muchos que aprendemos, aunque tengamos experiencia previa o no.

¿Dónde nos situamos? ¿Por qué nos hacemos ahora estas preguntas?

Estas preguntas y seguramente muchas otras son posibles porque hemos acumulado cierta experiencia. Compartimos aquí algunos antecedentes que creemos que pudieron colaborar a situar y darle sentido al diseño tipográfico.

Del plomo al silicio

La gran diferencia entre ayer y hoy se produce con el cambio de paradigma: dejamos de ser diseñadores *con* tipografía (usuarios de fuentes producidas por otros) y pasamos a ser diseñadores *de* tipografías (y usuarios de nuestras *propias* tipografías).

En sus inicios, la tipografía de metal era producida por europeos. La más antigua tradición tipográfica proviene de Alemania, Holanda, Italia, Inglaterra, Francia y Suiza. Durante la primera mitad del siglo pasado fundiciones alemanas (Schelter & Giesecke y Bauer); holandesas (N. Tetterode, luego Lettergieterij Amsterdam), italianas (Nebiolo y Simoncini); francesas (Olive, Fonderie Typographique Française y Deberny & Peignot) y españolas (Richard Gans y Neufville) vendían tipos y útiles de impresión en Latinoamérica a través de agentes importadores o de sus propias sucursales.

Durante el mismo período se componían textos con técnicas mecánicas: la composición linotípica, la monotípica y la teletípica. La mecanización había comenzado a fines del siglo XIX. El cambio en el modo de producción tipográfica significó, entre otras cosas, la incorporación de una nueva generación de tipógrafos y fabricantes: la norteamericana. Igual que las empresas europeas, firmas norteamericanas (Intertype, Ludlow Typograph, Mergenthaler Linotype, Lanston Monotype y American Type Founders) nos ofrecían sus productos en catálogos y publicaciones a través de representantes o de empresas locales, controladas desde sus casas matrices.

A fines de los años 70 del siglo pasado los textos periodísticos y publicitarios de la región se componían con fotocomponedoras. El proceso combinaba mecanismos electrónicos, ópticos y fotográficos. Su resultado era una galera tipográfica sobre papel fotográfico o película de acetato. Como en otras técnicas reprográficas, los alfabetos y las máquinas de fotocomposición provenían del extranjero. Las marcas más difundidas eran Compugraphic, Linotronic, Varityper, Lumitype y Morisawa.

Al poco tiempo, los controles de estos equipos incorporaron microprocesadores y simultáneamente empezaron a ensayarse nuevas tecnologías: procesadores de imágenes por líneas y tecnología láser. En Estados Unidos el laboratorio PARC de la compañía Xerox inició a principios de los 80 una serie de investigaciones sobre interfase de usuario, redes y protocolos de conexión entre máquinas, lenguajes de descripción de páginas, impresión láser y de ese modo surgieron las condiciones para la creación de una nueva tecnología en artes gráficas.

En 1984 se presentó el lenguaje de descripción de páginas PostScript, que un año más tarde adoptaron los fabricantes de Apple Macintosh, la empresa Aldus, fabricante de los primeros programas de autoedición y los principales fabricantes de maquinaria gráfica. Una característica novedosa de estos equipos era que permitían al diseñador realizar en una misma oficina tareas que antes se debían realizarse en lugares separados: digitalización de imágenes, ilustración digital, composición de textos, diseño de ediciones, impresión de páginas y diseño de tipografía.

Antecedentes locales

Entre los antecedentes de diseño con tipografía podemos citar:

- ¶ el catálogo de tipos diseñado por Larry June para la empresa venezolana Cromotip (1946);
- ¶ la revista «Ciclo» diseñada por Tomás Maldonado en Argentina, que se compuso con tipografía traída de Europa a tal fin (1948);
- ¶ el libro «Oda a la Tipografía» de Pablo Neruda, impreso en Chile al cuidado de Mauricio Amster (1956);
- ¶ el libro «Los Alfabetos del Mundo» publicado en Chile por Francisco Otta (1974).

Entre los antecedentes de diseño de tipografía, mencionaremos:

- ¶ el alfabeto para la empresa brasileña Eucatex, diseñado a partir de la forma de la letra e por Alexandre Wollner (1967);
- ¶ el alfabeto Imposible diseñado en Venezuela por el inmigrante italiano Nedo Mion Ferrario (1967);
- ¶ el logotipo del grupo musical chileno Quilapayún, diseñado por Vicente Larrea (1968);
- ¶ la tipografía utilizada en los títulos de las publicaciones del Instituto Di Tella, diseñada entre otros por los argentinos Juan Andralis, Juan Carlos Distéfano y Rubén Fontana (periodo comprendido entre 1960 y 1968);
- ¶ el alfabeto Trinidad, diseñado por Gerd Leufert, lituano radicado en Venezuela (1972);
- ¶ las tipografías transferibles Viaface Don Black y Outline realizadas por Hans Donner y Sylvia Trenker para Mecanorma (1977);
- ¶ el alfabeto institucional para la empresa aérea Vasp diseñado en Brasil por el uruguayo Eduardo Bacigalupo (1987).

Entre otros profesionales que hicieron aportes destacados a la actividad tipográfica latinoamericana durante el período 1940–1990 merecen una mención Aloísio Magalhães, Ruben Martins, David Consuegra, Pedro Oyenarte, Guillermo Kolterjahn, Raúl Rosarivo, Guillermo Furlong y Tomás Gonda.

Publicaciones destacadas

La actividad más reciente nos permite dar cuenta de la aparición progresiva de publicaciones especializadas y revistas de diseño que primero empezaron a incluir artículos sobre tipografía y luego se transformaron en tribunas reconocidas internacionalmente. Entre las más destacadas, podemos mencionar el surgimiento de la revista «tipoGráfica» en Argentina en 1987 y cinco años más tarde, «Tupigrafía» en Brasil y «Tiypo» en México. Pronto fueron muchas más las revistas de diseño que se animaron a publicar artículos sobre tipografía. De frecuencia irregular o ya desaparecidas, podemos recordar a la uruguayana «Pulso», la brasileña «Ultima Forma», las mexicanas «a!», «Matiz», «DX» y «Ene-O», la venezolana «Logotipos» y las argentinas «Raf!», «Box», «Tipo Móvil» y «Bastardilla». Dentro del panorama de revistas, «tipoGráfica» merece un reconocimiento especial por su sólida estrategia editorial, su distribución internacional y por haber publicado 70 números en forma ininterrumpida durante 20 años.

En la actualidad se publican nuevos trabajos de investigación y libros. Si bien resulta imposible nombrar aquí todos los títulos, queremos señalar algunos de sus ejes temáticos: relación entre las lenguas indígenas y la tipografía, historia de la tipografía, enseñanza de la materia, cuestiones de género, diseño de tipografías digitales, tipografía y diseño editorial, biografías de profesionales destacados y manuales.

Destacamos la aparición de colecciones especializadas en tipografía, como el caso de «Temas» y «Teoría y práctica», de la editorial mexicana Designio; «¿Cuál es su tipo?» de la brasileña Rosari, y «Libros sobre Libros», publicada por las editoriales mexicanas Librería y Fondo de Cultura Económica. Se destacan también las editoriales brasileñas: Blucher, que ha editado recientemente *Tipografía en Latinoamérica, orígenes e identidad* y *Cosac Naify* que hizo lo propio con las versiones portuguesas de *Elementos do estilo tipográfico* y *Pensar com tipos*, más la publicación de *Linha do tempo do design gráfico no Brasil*. También en Brasil Rosari publicó *Fontes digitais brasileiras*: de 1989 a 2001.

Algunos autores locales han publicado sus trabajos a través de editoriales españolas, como «Cómo crear tipografías» (Tipo e Editorial, España) con una versión en portugués de *Estereográfica*. Y seguramente faltan muchos más...

También destacamos la publicación de libros académicos como «Treinta siglos de tipos y letras», de Luisa Martínez Leal, aparecido en México en 1990; «Pensamiento tipográfico», de Cátedra Fontana, aparecido en Argentina en 1996; el ya célebre «Manual de diseño editorial», de Jorge de Buen Unna (cuya primera edición se publicó en el 2000 y lleva ya 2 reediciones corregidas y aumentadas), «Educación tipográfica», de Francisco Gálvez, publicado en Chile (2004) y en Argentina (2005), y otro trabajo de Jorge de Buen en colaboración con José Scaglione: «Introducción al estudio de la Tipografía» en 2011 (Trea —España— y Universidad de Guadalajara —México).

¿Quiénes somos los actores de esta obra?

En esta obra trabajamos mujeres y hombres, jóvenes y experimentados. Actores interesados, curiosos, formados, o en formación, consagrados, académicos, idóneos, estudiantes inciales, diseñadores egresados, teóricos, prácticos, historiadores... parece mucha gente, sí. Pero pensamos que podemos ser más todavía. Si queremos lograr una tipografía latinoamericana de calidad tenemos que hacer más, tenemos que acompañar y facilitar el aprendizaje en los países de menor experiencia y actividad... Tenemos que seguir haciendo lo que venimos haciendo: trabajar en equipo.

La proliferación de espacios y de acciones ha hecho necesario la creación de un mapa que registre el nuevo escenario y promueva el intercambio de información entre los distintos actores. La elaboración reflexiva de la información (no sólo su disponibilidad técnica y su circulación) es el germen que impulsará el desarrollo de un conocimiento transformador de la disciplina en la región.

De este modo, podremos compartir conocimientos, llevar adelante proyectos colaborativos, fortalecer la actividad productiva a través de la toma de conciencia sobre nuestro propio hacer como diseñadores latinoamericanos.

Recebido: 31 de Julho de 2016

Aprovado: 15 de Agosto de 2016

Fernanda de Oliveira Martins e Edna Lucia Cunha Lima*

Tipografia não é invisível, é espelho

* **Fernanda de Oliveira Martins** é designer, atuante em tipografia, desenvolveu diversas fontes corporativas. É professora e pesquisadora nas áreas de Tipografia e Design, em especial na Amazônia. Cursa doutorado em História do design na ESDI/UERJ. Atua em políticas culturais ligadas ao Design.
<fernandaforminform@gmail.com>

Edna Lucia Cunha Lima é professora Adjunta do Departamento de Artes e Design da PUC- Rio.. É autora de capítulos de livros e de artigos sobre litografia e tipografia brasileiras.
<ednacunhalima@gmail.com>

Resumo Ao observar uma página impressa é possível identificar a época em que esta foi produzida. Se o tipo, aquele retângulo ideal onde o corpo da letra, a linha de base, ascendentes, descendentes coexistem permanece inalterado, os elementos que compõem a página mostram uma considerável evolução. As mudanças observadas estão relacionadas a aspectos do contexto histórico, técnica e avanços tecnológicos que se interpõem entre o texto, o tipógrafo, o produto gráfico e o leitor. No amplo campo discursivo, onde os significados são negociados, o design torna visível práticas culturais compartilhadas, permitindo que o objeto gráfico seja espelho de seu momento histórico. Dada sua relevância na história da tipografia o foco deste trabalho reside nas inovações ocorridas no livro impresso, mais do que impressos efêmeros.

Palavras chave Tipografia, História da Tipografia, Memória Gráfica.

Typography is not invisible, but a mirror

Abstract A close observation of a printed page give us clues of the time in which it was produced. If the type, that ideal rectangle where the body, baseline, ascendants, descendants coexist remains unchanged, the elements of the page show considerable progress. Changes are related to aspects of the historical, technical and technological advances that stand between text, typographer, graphic product, and the reader. In the broad discursive field where meanings are negotiated, design reveals shared cultural practices, turning graphic object into reflections of its historical contexts. Given its relevance in letterpress history the focus of this work lies in the innovations that have occurred in the printed book, rather than ephemera.

Keywords Typography, Typography History, Graphic Memory.

Introdução

A representação gráfica da fala é a escrita, seja ela manual, mecanizada ou digital. É da escrita manual que a tipografia herda algumas das suas características mais marcantes, como a linearidade. Representar o fluxo contínuo de sons das palavras passou por diversos experimentos como a escrita circular do disco de Festos (escrita minoica) e mesmo o sistema bustrofédon, no qual ao terminar uma linha, invertia-se o sentido do desenho das letras, espelhando-as.

Quando, em meados do século XV, Gutenberg se propõe a mecanizar a escrita criando tipos móveis, parte de um alfabeto, o Romano, e de um modelo de livro aceito em sua época, o códice, escrito em pergaminho e também em papel. São as peculiaridades dos livros religiosos de seu tempo que servem de modelo para este livro inicial. Sua Bíblia de 42-linhas é um produto da Alta Idade Média com o design das letras repetido nos tipos, seu tamanho (corpo), tudo de acordo com o que era canônico naquele momento. É um clichê repetir que Gutenberg imitou o livro manuscrito medieval. O que aconteceu, indubitavelmente, foi transpor para outra tecnologia o que eram os conceitos básicos da leitura, sem discutí-los. Desta forma conseguiu que seu produto fosse aceito no mercado.

Mas voltando o olhar para a página medieval, vemos algumas diferenças marcantes. A mais óbvia é o uso de cores tanto nas iniciais ornamentadas quanto nas rubricas. As rubricas, textos em vermelho, aplicados pelo rubricador, marcam inícios de trechos de texto, como o princípio de capítulos. As iniciais em destaque podiam ser ornamentadas ou historiadas, que significa que ilustram parte do que está escrito na página, com o uso abundante de recursos coloridos.

Embora chamar os ilustradores para fazer seu trabalho na página e mesmo imprimir em cores tivesse sido experimentado, o que vence é a tendência de abandonar a cor.

Ao adotarem os tipos romanos, a página se modifica. Diferenças de corpo para destaque em iniciais e títulos passam a ser padrão. O espaço dentro do parágrafo se estabelece como uma possibilidade de, por proximidade indicar sequenciamento ou separado, mostrar a passagem de unidades escritas.

As ilustrações em gravuras, xilogravuras ou gravura em metal passam a ser a norma. Mas ao invés do antigo uso frequente, as gravuras eram colocadas fora do texto inicialmente, no início do livro e agora outras estruturas começam a fazer parte deste objeto gráfico. A fórmula manuscrita de Aqui começa o Livro e Aqui termina o Livro, dá lugar a páginas pré-textuais de apresentação da obra, com títulos, autoria e, a princípio, homenagens aos patronos, licenças de autoridades eclesiásticas e governamentais e às pós textuais, falando dos detalhes da produção.

O livro deixa de ser um objeto de difícil acesso, caríssimo, para aos poucos democratizar sua distribuição. Para tal, vive sempre um paradoxo: deve ser tradicional para ser lido por todos o tempo todo, e diferente para atrair, pela novidade, o olhar do leitor.

É possível identificar a época de um livro pela sua materialidade. Sua visualidade, a funcionalidade, são frutos da tecnologia disponível, de seu contexto histórico e do componentes culturais que envolvem sua produção. As mudanças observadas estão relacionadas a aspectos do contexto histórico, técnica e avanços tecnológicos que se interpõem entre o texto, o tipógrafo, o produto gráfico e o leitor.

2. Tipografia - a evolução da visualidade nos livros

O primeiros incunábulo, livros impressos nos primeiros 50 anos do advento da impressão tipográfica foram projetados para se parecerem com os livros manuscritos da época em forma, diagramação, cores e estilos de letras. O fato dos livros impressos se parecerem com os manuscritos tem muito mais a ver com os consumidores do que com os produtores. Os exigentes consumidores estavam acostumados com os livros manuscritos. A regularidade da letra, a linha compacta, a delicada textura das páginas que escribas se esforçavam para ofertar aos seus consumidores estabeleceram as convenções a ser seguidas. Mais que uma jogada de marketing, os produtores de livros, tipógrafos e editores, compartilhavam deste contexto e visualidade e por esta razão seguiam normas e padrões de forma e diagramação dos livros de sua época.

Figura 1 Da esquerda para a direita: Bíblia Latina, atribuída a Johann Gutenberg e Peter Schöffer, cerca de 1454-1455, e página do Saltério da Mogúncia atribuída a Fust e Schöffer, 1460. Fonte BIBLIOTHÈQUE MAZARINE, 2016 e WIKIPEDIA, 2016.



Em aparência, os primeiros livros impressos (Figura 1), pouco se diferenciavam dos códices manuscritos – seja no tamanho ou estrutura –, e, principalmente, na escolha tipográfica – textura para livros litúrgicos, bastarda para textos legais e ainda rotunda e gótica-antiqua. A *lettera antiqua* para textos antigos e a chancelaresca eram a escolha dos humanistas italianos. Gutenberg em seus primeiros impressos optou por usar um

modelo de letra, a Textura Quadrata, e regras de diagramação emprestadas do livro manuscrito, criando um objeto cuja aparência e formato eram facilmente reconhecidos por seus contemporâneos (Figura 2). Seus seguidores o acompanharam nestas escolhas.

Os livros impressos, entretanto, assumiram as potencialidades que a técnica oferecia e, ao longo das primeiras décadas. Códices não apresentavam páginas de rosto nem colofão. O folio, seguramente uma característica indispensável no livro, se estabelece definitivamente no início do século XVI. Em relação a cor, segundo Twyman (1998), as dificuldades que a tecnologia da época interpunha acabaram por consolidar o livro preto e branco.



Figura 2 Detalhe de página com tipos de Gutenberg, Bíblia Mazarina, ca. 1460.

Fonte BIBLIOTHÈQUE MAZARINE, 2016.

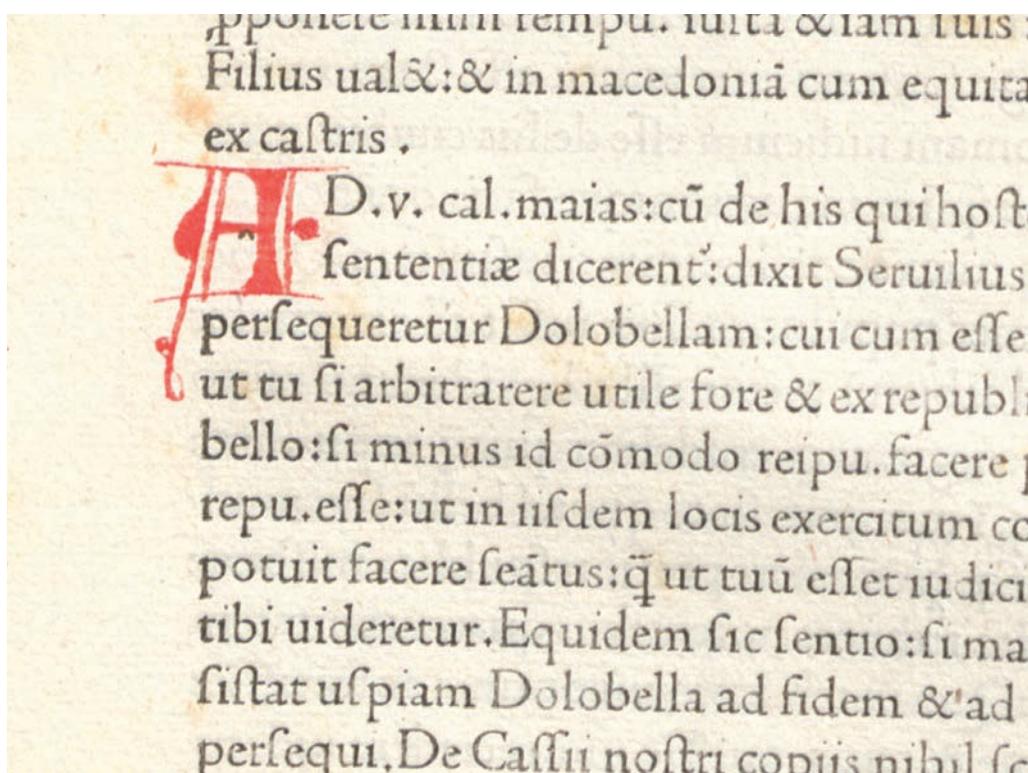


Figura 3 Detalhe de página da *Epistulae ad Brutum*, de Petrarca, com tipos romanos de Jenson, 1471.

Fonte BAYERISCHE STAATSBIBLIOTHEK, 2016.

Entretanto, foi no desenho das letras onde ocorreram inovações fundamentais na visualidade da página impressa. É em Veneza, por volta de 1465 que surgem os primeiros tipos romanos, aperfeiçoados por Nicolas Jenson (Figuras 3 e 4), é o início uma mudança na forma das letras alterando a textura e a visualidade da página. O editor Aldus Manutius, também em Veneza, segue com a tradição dos tipos romanos e introduz, em 1500, os primeiros tipos baseados na letra cursiva da Chancelaria Papal, que hoje identificamos como itálicos. Encomendados ao gravador Griffo (Figuras 5 e 6), são tipos menores, mais limpos e mais legíveis. É a vitória da técnica do *punchcutter* (gravador de punções) sobre a pena dos escribas.

Figura 4 Eusebius, De Evangelica Praeparatione, Veneza: Nicolas Jenson, 1470. Tipo romano de Nicolas Jenson, o primeiro a ser conscientemente projetado de acordo com ideais tipográficos libertados dos modelos manuscritos. **Fonte** COLUMBIA UNIVERSITY PRESS, 2016.



Figura 5 Fonte de Griffio para a publicação de Pietro Bembo, De Aetna dialogus, Veneza, Aldus Manutius, 1495. **Fonte** BIBLIOTECA NAZIONALE MARCIANA, 2016.

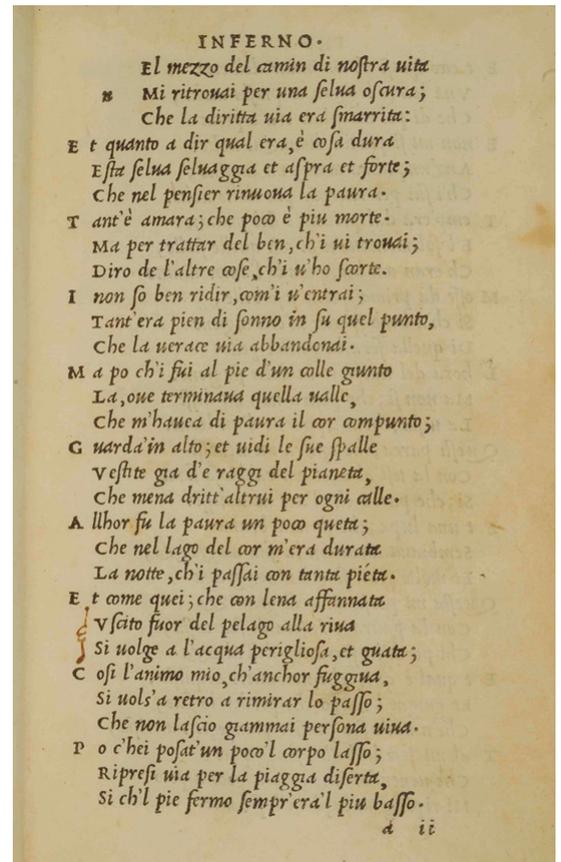
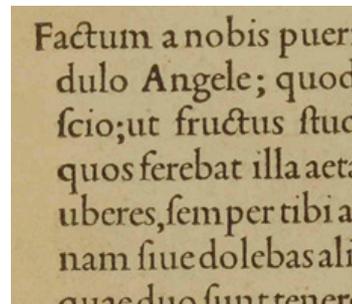


Figura 6 Página de Dante Alighieri, Le Terze Rime, Veneza, Aldus Manutius, 1502, com fonte cursiva de Griffio, 1501. **Fonte** BIBLIOTECA NAZIONALE MARCIANA, 2016.

Griffo trabalhava para Aldus, o mais importante editor do início do século XVI, que escolheu utilizar a itálica em sua popular série de autores clássicos. Foi uma escolha comercial, uma vez que os tipos eram mais estreitos e portanto ocupavam uma área menor. Uma das consequências do uso desta fonte mais econômica: os livros foram reduzidos em tamanho. Se tornam livros mais compactos, práticos e baratos, cujos temas clássicos estavam dirigidos aos acadêmicos que povoavam as jovens universidades e representam o início uma nova era na edição (STEINBERG, 1996: 9-11).

As transformações que ocorrem no desenho de tipos nos últimos 30 anos do século XV e início do XVI provocam uma mudança na visualidade do livro impresso e por consequência na cultura gráfica do período. Esta noção, tratada por Roger Chartier (2006) em seu livro *Inscrever e Apagar*, é um conceito proposto por Armando Petrucci, que afirma que cultura gráfica de uma sociedade é o conjunto dos objetos escritos, e também das práticas para sua produção, provenientes de um determinado tempo e lugar. Sob este conceito encontram-se reunidas as diferentes formas de escrita, e sua variedade de usos – manuscritos, pinturas, impressos e epígrafes –, e a pluralidade de utilizações (CHARTIER, 2002:78).



Figura 7 Luca Pacioli. *Divina Proportione*,
Veneza: A. Paganius Paganinus, 1509.
Fonte COLUMBIA UNIVERSITY PRESS, 2016.



Figura 8 Albrecht Dürer. *Underwysung
der Messung*, Nuremberg, 1525.
Fonte COLUMBIA UNIVERSITY PRESS, 2016.

Os editores e os designers de tipos se tornam figuras centrais no universo do livro impresso no século XVI. Os primeiros são responsáveis por todo o processo de produção dos livros, iniciando pela seleção dos textos a serem publicados, até a escolha do formato, fontes tipográficas, ilustração e acabamento. A criação e produção dos tipos de metal se torna uma profissão independente das empresas impressoras. Estabelecem-se profissionais dedicados apenas ao desenho e fundição de tipos, em ambientes distintos dos editores, como Claude Garamond, que segue a tradição dos tipos romanos venezianos.

Por aproximadamente 300 anos, os métodos para imprimir textos (especialmente as prensas) pouco mudaram, por outro lado, as várias atividades relacionadas à impressão foram sendo refinadas (TWYMAN, 1998: 64-66). É a tipografia e a ilustração que provocam as mais importantes alterações no livro até o final do século XVII.

Além dos tipos franceses de Estienne e Garamond, o Renascimento também buscou a construção geométrica racional e lógicas humanistas no desenho e produz manuais de construção de alfabetos como o de Pacioli (1509) (Figura 7), Albrecht Dürer (1525) (Figura 8) e Geoffroy Tory (1529),

No século XVII, tipos de metal começaram a ser cortados em tamanhos melhores e melhor definição. Ornamentos tipográficos floresceram como recurso para decoração da página impressa. Mesmo permanecendo a limitação do tamanho do papel passível de ser colocado na máquina, a página menor permite que várias páginas sejam impressas em uma única passada. Como consequência, esquemas de imposição de página surgem nos manuais técnicos nesta época. As tintas de impressão também melhoraram. O resultado foi a redução do preço dos livros e o estabelecimento de editores comercialmente importantes, como Elzevir, nos Países Baixos, que publicavam livros pequenos com letras miúdas. O menor preço ampliou o mercado dos livros, estimulando a leitura.

Além da Holanda, os principais aprimoramentos tipográficos ocorreram na Inglaterra, com Caslon e Barkerville, e na França (Figuras 9, 10 e 11). As fontes de Caslon, por suas qualidades formais e legibilidade se tornaram reconhecidas como a fonte nacional do país. Baskerville altera o eixo do contraste das letras, modernizando-as.

O aperfeiçoamento das técnicas de gravação, seja na fundição de tipos, seja produção de imagens gravadas, são responsáveis pela alterações visuais mais relevantes neste período. Após 1800, mudanças significativas nos desenhos de tipos, que os alfabetos de Baskerville anteciparam, ocorrem nas fontes criadas por Didot e Bodoni (Figura 12). Os alfabetos, cujas características principais eram tomadas de empréstimo da lógica dos movimentos e contrastes gerados pelo movimento da mão que caligrafava com uma pena, agora assumem formas independentes, novos contrastes, modularidades, eixo vertical. O tipos de metal começaram a ser cortados em tamanhos melhores e com melhor definição. Ornamentos tipográficos floresceram como recurso para decoração da página impressa.

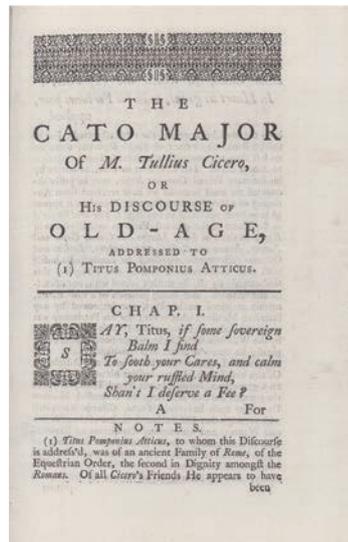


Figura 9 Fonte de Caslon. Página de rosto de Benjamin Franklin, 1744. Fonte STEINBERG, 1996.

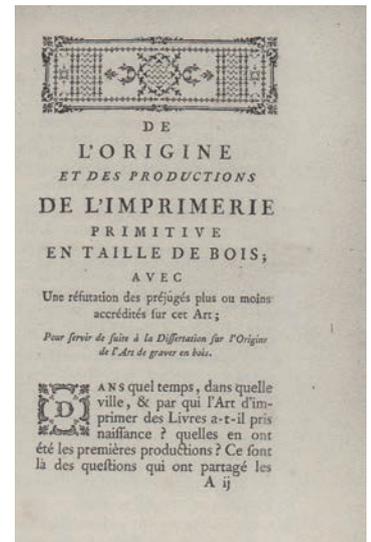


Figura 10 Fournier le Jeune, *De l'Origine e des Productions de l'imprimerie*, 1759. Fonte STEINBERG, 1996.

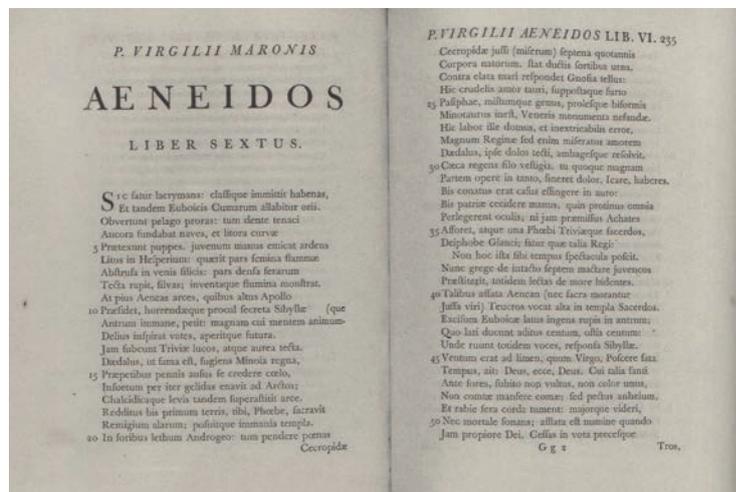


Figura 11 Páginas de *Bucolica*, de Virgílio, fonte e impressão de John Baskerville, 1757. Fonte STEINBERG, 1996.

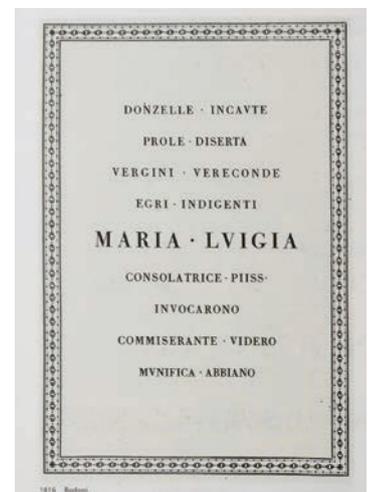


Figura 12 Página de Bodoni, 1816. Fonte STEINBERG, 1996.

Ao longo deste período, em relação às imagens, ocorreram mudanças significativas. As gravuras em madeira que inicialmente eram lineares, para poderem ser coloridas a mão, passam a se tornar imagens monocromáticas expressivas, graças a Dürer. Ele demonstra que linhas tracejadas podem criar texturas, para sugerir volume e valor tonal nas imagens lineares, elevando-as a um novo patamar. Gravuras em madeira eram im-

pressas junto ao texto por apresentar a mesma altura que os tipos, portanto predominantemente utilizadas na ilustração de livros. A gravura em metal já envolvia um segundo processo de impressão, muito mais lento e em outra oficina. Mesmo assim, como a técnica permite uma qualidade de imagem muito superior e com mais detalhes, era a solução utilizada quando estes requisitos estavam envolvidos. Para trabalhos comerciais, que exigiam rapidez, a gravura em madeira de topo, mais dura, com goivas usadas nas gravuras em metal era a preferida.

Adrian Frutiger (1999: 138) trata da relação da técnica com a forma das letras, afirma que a letra tipográfica do século XV cuja técnica está baseada na gravação de uma punção de aço duro (através da retirada de material da peça) que será utilizada para gravar uma matriz geram “letras robustas e claramente desenhadas” cuja impressão “produzia uma imagem vigorosa e imprecisa das letras”. Já no século XVIII segue o autor, a impressão a “talho doce”, isto é os processos de entalhar uma placa de metal com buril, determinou (expressão do autor) o desenho da forma.

Quem conhece essa técnica compreende facilmente como ela provocou, naquela época, uma alteração no estilo da escrita, como podemos ver nos tipos Bodoni, Waunbaum, Didot etc. A gravação em cobre estimulava os artesãos a desenhar traços e serifas bem finos. O contraste ampliado entre as linhas de conexão muito finas e traços descendentes muito espessos conferiu as letras uma aparência que ainda hoje é usada com o nome “clássica” (FRUTIGER, 1999:138).

Em relação a litografia afirma que é evidente sua influência no desenvolvimento dos caracteres de impressão tipográfica. “Com a independência do buril, ocorreu uma inevitável inovação no desenho de caracteres. Serifas e traços eram desenhados conforme a preferência dos desenhistas...” concluindo “A oferta de tipos nas fundições se enriqueceu” (FRUTIGER, 1999:138).

Bringhurst (2005) afirma que as letras são parte da ciência e, simultaneamente, da arte, e têm mudado com o tempo, “do mesmo modo que a música, a pintura e arquitetura, e a elas são atribuídos os mesmos termos históricos aplicados a esses campos” (BRIGHURST, 2005: 135) (Figura 13). A fonte tipográfica atua no âmbito do espaço impresso, a página, sendo um livro composto por páginas combinadas, duas a duas, que são apresentadas de forma sequencial. Assim, é impossível ignorar a importância da relação entre os componentes do texto impresso e a área da página. O arranjo, a ordenação das informações na página impressa, também evoluem historicamente. Os escribas egípcios escreviam em linhas longas, adaptadas ao formato dos rolos de papiros. Os livros impressos assumiram tamanhos e proporções dos códices medievais baseados em relações geométricas conhecidas há milhares de anos.

A página impressa do final do século XV nasce a partir da visualidade do códice mas se utiliza de tipos mais pesados e rústicos, a página do século XVI apresenta uma maior clareza e regularidade nos tipos, enquanto que a página dos séculos XVII e XVIII tiram partido da liberdade que lhes oferecem as técnicas de gravação, se distanciando da tradição manuscrita.

Garamond
Old Style



Baskerville
Transicional



Bodoni
Moderna



Clarendon
Egípcia



Univers
Sem serifa



Figura 13 Evolução do desenho das fontes tipográficas dos séculos XVI, XVII e XVIII.

Fonte Das autoras

A revolução industrial no século XIX é o pano de fundo das inovações tecnológicas na produção e composição de tipos, e na impressão, impulsionadas pela ampliação do mercado que gerou necessidades comunicacionais. Este contexto técnico e econômico envolveu toda a sociedade novecentista, que passou a receber um fluxo cada vez mais intenso de informações não requisitadas, influenciando sua cultura gráfica. Por outro lado a forte demanda de impressos levou a modificações na visualidade do produto impresso.

As duas últimas décadas do século XIX foram palco de avanços consideráveis na automação da composição de textos e na produção de maquinário mais eficiente e rápido, cujos efeitos sobre a população se fizeram sentir de forma espetacular mas indireta. Estas mudanças tecnológicas, no entanto, afetaram comportamentos, possibilitando a existência de uma imprensa ilustrada cada vez mais influente, veículo de propaganda, e apoiaram a existência de embalagens pictóricas para os produtos industrializa-

dos, foco deste trabalho. Não é possível separar estas mudanças que se operam no campo da indústria gráfica e a resposta que a sociedade dá a elas. A convergência destas técnicas, que assistimos hoje com a predominância da tecnologia digital, é um fenômeno do fim do século XX (Figura 14).

Figura 14 Cartaz de 1859, com diversas fontes do século XIX.

Fonte DUKE UNIVERSITY LIBRARIES, 2016.

MEETING
 AT THE
TOWN HALL!
Friday, December 2d.

John Brown,
 The heroic Apostle of Freedom, suffers
MARTYRDOM
 ON A VIRGINIA GALLOWS TO-DAY!

The Church bells in Ravenna will be tolled from one to two o'clock, P. M., that being the supposed hour of execution—the hour during which the spirit of the murdered Martyr will wing its flight to the bosom of its murdered, crucified Savior.

At 7 o'clock this (Friday) evening, a meeting will be held at the Town Hall, and will be addressed by

O. P. BROWN,

And perhaps by others. The village clergymen will be present, and the meeting will be opened and closed with prayer.

The Ladies and Gentlemen of Ravenna, who hate oppression, and all its bloody, revengeful, savage barbarities, and who sympathise with the devoted Martyrs of Liberty, are invited to be present.

Friday Morning, Dec. 2, 1859.

L. W. Hall & Son, Printers, Ravenna, Ohio.

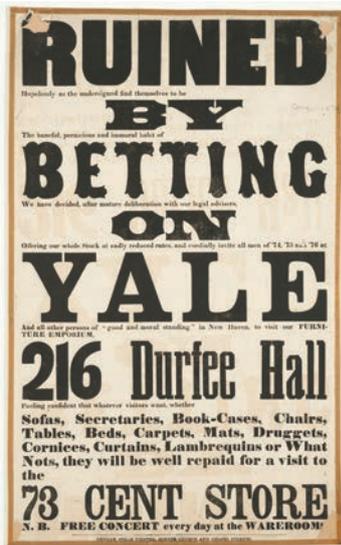


Figura 15 Cartaz de 1859, com diversas fontes do século XIX.

Fonte DUKE UNIVERSITY LIBRARIES, 2016.

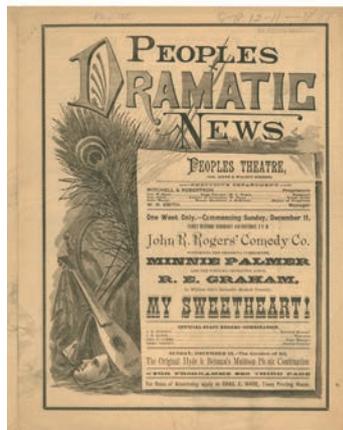


Figura 16 Página de rosto de catálogo, 1889

Fonte DUKE UNIVERSITY LIBRARIES, 2016.

A partir do tipo moderno de eixo vertical e alto contraste, desenvolveram-se fontes com serifas quadradas, com espessuras exageradas. Eram estilos utilizados apenas títulos de livros que foram aos poucos sendo utilizados pela publicidade. Capitulares ornamentadas, características dos códices, foram apropriadas novas funções deixando os livros e ganhando as ruas. A demanda por novidades levou a criação destes estilos de letras em profusão, para utilização aonde era necessário chamar a atenção, algumas se tornaram padrão em situações muito específicas como é o caso dos pôsteres de circo. Esse gosto pelo exagero favoreceu a utilização de tipos decorativos e ornamentados, como as letras toscanas, que subsistem até hoje (Figura 15).

The most visible contribution made to print culture by ephemera was the introduction of bold and arresting typefaces [...] by the end of the eighteenth century, printers of London theater bills had begun to use large letterforms on their posters to attract attention, occasionally printing them in red... The designs of these letters took entirely new forms and provided models that all the important British type-founders of the 1820s began to emulate. There followed a profusion (some would say “plethora”) of new typefaces in the specimen books issued by type-founders, including the appropriately named fat face, the Antique or Egyptian, the shaded—all redolent of their choice of words—and the perverse Italian ... And later there were decorated types and bold sans serifs (TWYMAN, 2008:31-32).

Interessante notar, também, a revalorização do tipo sem serifa antes utilizado apenas em impressos de menor valor e efêmeros, que passa a ser utilizado em demais publicação até chegar aos livros, tipos para leitura de textos longos. O tipo sem serifa será protagonista de mudanças fundamentais na visualidade dos impressos no século XX.

A página do século XIX é reflexo destas transformações, sejam litografadas, sejam tipográficas, diferentes estilos tipográficos, bold, fantasia, decorados, são aplicados lado a lado em milhares de produtos (Figura 16). Segundo Gray (1976), as letras decorativas marcam o início da tipografia moderna. As serifas quadradas e exageradas imperam, as relações tradicionais de proporcionalidade da forma das letras são rompidas. É a época da velocidade e da abundância. Novas necessidades levam ao surgimento de novas estratégias e técnicas para atingi-las. A impressão colorida, nunca abandonada, chegou a níveis de perfeição com a cromolitografia em 1880.

Chromolithography provided late 19th century society with virtually every kind of color printed artifact, from prestigious reproductions of medieval manuscripts through to throwaway scraps. It became the workhorse of color printing until was replaced it by three- and four-colour printing photomechanical processes. These methods began to be applied to color printing before the 19th century closed, in the first few decades of the 20th century made substantial inroads into the color printing market, initially in relation to letterpress printing. Nevertheless, they took the best part of fifty years to oust chromolithography completely for certain kinds of work such as brochures, show cards and posters (TWYMAN, 1998:64-66).

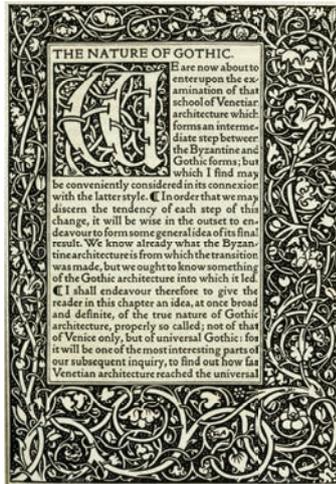


Figura 17 William Morris, 1894.

Fonte STEINBERG, 1996.

Com século XX afirma-se a composição mecânica a quente (monotipo e linotipo), e também o uso da fotolitografia, que permite a inclusão de fotografia e cores no impresso. Estas técnicas permitem uma maior experimentação gráfica, amplamente explorada pelos movimentos artísticos. O mecanicismo aliado ao excesso visual da era vitoriana do século XIX provocam uma reação, um retorno a uma estética mais “clássica” da tipografia (Figura 17). Segundo Willen, houve uma reação contra a produção em massa de impressos:

The unbridled commercialism and laissez-faire approach to nineteenth-century letters inevitably provoked a backlash. Artists of the Arts and Crafts, Art Nouveau, and similar movements returned in the late 1800s to the artisan production values of the early Renaissance and pre-printing era, emphasizing craft above commercialism. Calligraphers and typographers like Edward Johnston (1872–1944) and William Morris (1834–1896) dismissed the mass-produced, typically crude fat faces in favor of humanist, often hand-drawn letterforms (WILLEN, 2009:13).

A tecnologia de fundição impulsionou novos designs de tipo para texto e títulos (display), sejam novidades, sejam revivals. Frederic Goudy e Morris Fuller Benton podem ser citados como exemplos de designers que atuaram neste período. Benton à frente da American Type Founders – ATF foi responsável pelo desenvolvimento de famílias sem serifa como Alternate Gothic, Franklin Gothic, News Gothic, e tipos display para propaganda como Century Oldstyle, Stymie, Cheltenham. Além da Century Schoolbook – fonte exemplo de legibilidade – criou também o primeiro revival do trabalho de Bodoni, influenciando uma era de releituras de fontes tipográficas da renascença que segue até os dias de hoje. Frederic Goudy (1865–1947) foi um dos mais prolíficos designers de tipos da América, desenvolveu uma variedade de fonte que revelavam sua originalidade e técnica. Movimentos artísticos do início do século refletiram seus princípios em produtos impressos, utilizando a tipografia como plataforma visual.

The mechanized brutality of World War I effectively ended the Art Nouveau movement and ushered in several new strains of lettering and typographic experimentation. Dadaists and Futurists sought to destroy the meaning of language by pushing the boundaries of legibility and readability. Modernist designers in the de Stijl movement and at the Bauhaus experimented with scrupulously geometric interpretations of the alphabet that removed all humanist traces from their letterforms. Melding the machine age with populist and socialist ideals, Bauhaus designers attempted to create pure and mechanical forms of the alphabet, unencumbered by history’s baggage (WILLEN, 2009: 14).

Assim como ocorreu com os refinamentos aplicados ao alfabeto romano ao final do Renascimento, os avanços tecnológicos e a experimentação encontraram uma voz mais sofisticada e prática em meados do século XX. A grande contribuição dos designers de tipos do século XX foi a fonte

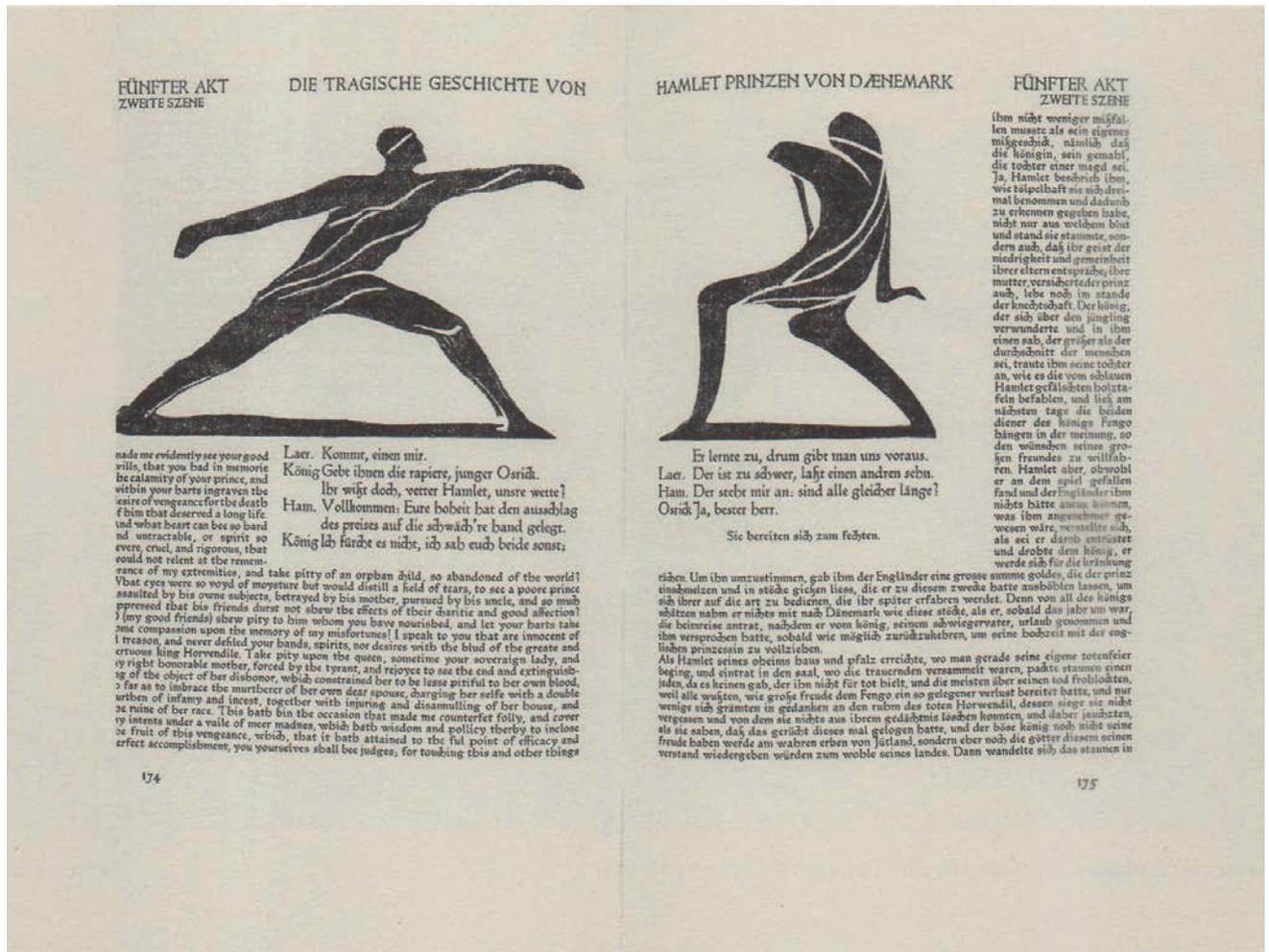


Figura 18 Página dupla de livro, impresso em Weimar, 1928.

Fonte STEINBERG, 1996.

sem serifa humanista, largamente utilizada em livros (Figura 18). Famílias tipográficas como Helvetica e Univers personificam os valores uma sociedade moderna. Não seria demasiado dizer que as mesmas forças que impulsionaram as inovações tipográficas da Renascença guiaram o design de tipográfico modernista.

As duas últimas décadas do século XIX foram palco de avanços consideráveis na automação da composição de textos e na produção de maquinário mais eficiente e rápido, cujos efeitos sobre a população se fizeram sentir de forma espetacular mas indireta. Estas mudanças tecnológicas, no entanto, afetaram comportamentos, possibilitando a existência de uma imprensa ilustrada cada vez mais influente, veículo de propaganda, e apoiaram a existência de embalagens pictóricas para os produtos industrializados, foco deste trabalho. Não é possível separar estas mudanças que se operam no campo da indústria gráfica e a resposta que a sociedade dá a elas. A convergência destas técnicas, que assistimos hoje com a predominância da tecnologia digital, é um fenômeno do fim do século XX (CUNHA LIMA, 2000: 2).

Ao longo do século XX e até o presente, ciclos de experimentação têm se tornado progressivamente mais curtos. As inovações tecnológicas seguem em um ritmo cada vez mais rápido, em relação a composição depois do linotipo e monotipo podemos citar a fotocomposição, a fotoletra, a letreset, todas refletindo-se no objeto impresso. A mais importante revolução certamente é a composição virtual, a computação gráfica. O computador eliminou diversos profissionais da cadeia de produção, o designer hoje acumula as funções do desenho da letra, da composição, da paginação. A liberdade que a ferramenta proporciona estimula a experimentação. Observa-se nos dias de hoje a emergência dos tipos vernaculares valorizando a cultura popular do ao longo do mundo, inclusive no Brasil.

The 1990s modernist revival, digital experimentation, and a reinvigoration of hand-made lettering have all taken place against the backdrop of the Internet, where the entire history of type and lettering rests at designers' fingertips. Myriad styles live side by side in an exponentially growing volume of online content, while words and letters play an even more central role in day-to-day life. Simultaneously, the knowledge and tools for conceiving lettering and type have become more accessible, spreading to a more diverse section of the population. Although the power to define and dictate the standards of the alphabet is less concentrated, it is no less potent (WILLEN, 2009:15).

No entanto as facilidades e oportunidades geradas pela tecnologia digital em relação ao livro ainda estão sendo testadas. Poucas alterações ocorreram no final do século passado em relação a forma do livro. Em relação ao livro digital, certamente, da mesma forma que o livro impresso descolou-se do códice manuscrito, este ainda está se estabelecendo enquanto linguagem, e encontrará sua identidade.

Os códices manuscritos faziam parte da cultura gráfica de Johann Gutenberg no momento em que este inicia o projeto que resultou na configuração do processo de impressão. Manuscritos eram produzidos de forma individual e lenta. O que ele tinha em mente era a busca de uma maneira de ampliar a capacidade de produzi-los. E o produto que concebeu, naturalmente, se parecia com um deles. O livro impresso adquiriu características que o distanciavam do manuscrito ao longo da somatória de colaborações de cada tipógrafo que se envolveu com a tecnologia desenvolvida por Gutenberg. As maiores inovações, ao menos ao longo dos primeiros séculos, ocorreram no desenho e na técnica de fundir tipos que influenciaram a organização das informações da página impressa. Permitiram alterações nas dimensões dos livros que ampliaram suas formas de utilização. Aumentando o público, criam-se mercados. Paulatinamente, a cada alteração na materialidade do livro, a cultura visual de sua época é transformada.

Segundo Cunha Lima (2000) o prestígio do livro enquanto objeto gráfico permeia toda a história da imprensa, obscurecendo outras formas de comunicação impressa de menor durabilidade e importância aparente, por esta razão o foco deste artigo restringiu-se aos livros. É possível identificar a época de um objeto impresso porque este está profundamente

imbrincado em seu contexto econômico, social e tecnológico e sua visibilidade influencia e é influenciada por este mesmo contexto.

Os livros são espelhos de seu tempo – cultura gráfica

A história do livro nos mostra que este não é um objeto fixo, imutável, as mudanças observadas estão relacionadas a aspectos do contexto histórico, da técnica e dos avanços tecnológicos que se interpõem entre o texto, o tipógrafo, o produto gráfico e o leitor.

Segundo Ladislav Mandel (2006:18) o vocabulário de uma língua é o repertório de todos os seres, objetos e ideias de um grupo humano. As formas escriturais que traduzem esta língua se servem, por sua vez, do repertório visual e sedimentar do grupo. “Uma língua e uma escrita fixam o indivíduo dentro de uma comunidade social no seio de uma cultura.”

Chartier comenta, em seu livro *Inscrever e apagar*, sobre a noção de cultura gráfica proposta por Armando Petrucci, que afirma que cultura gráfica de uma sociedade é o conjunto dos objetos escritos, e também das práticas para sua produção, provenientes de um determinado tempo e lugar. Sob este conceito encontram-se reunidas as diferentes formas de escrita, e sua variedade de usos – manuscritos, pinturas, impressos e epígrafes –, e a pluralidade de utilizações (CHARTIER, 2002: 78). MCKENZIE (2009) afirma que é impossível tratar da cultura do livro sem de voltar para as questões relativas a sua materialidade, isto é a impressão, a *mise-en-page*, a tipografia, tendo para isso estudado os impressores a tecnologia.

Neste processo produtivo complexo, o objeto impresso é fruto da demanda de um cliente, das escolhas do compositor/designer, das restrições técnicas de seu momento histórico. E se manifesta no âmbito da materialidade e visibilidade.

O design gráfico, tal como o conhecemos é expressamente comunicacional que nasce da necessidade de, num ambiente de massa, agregar valores simbólicos a determinados bens, sejam estes concretos ou não. Para tal lança mão de instrumental simbólico que se expressa materialmente no plano da visibilidade. De forma a veicular estes valores a preservação deste mesmo caráter simbólico. (VILLAS-BOAS, 2002:19)

Para Bringhurst, a tipografia apesar de ser uma manifestação visual relacionada a seu tempo, é invisível para o público comum.

[...] se a tipografia faz algum sentido, ele é visual e histórico. O lado visível da tipografia está sempre a mostra, e o material para seu estudo é vasto e difundido. A história das letras e de seu uso também é visível para quem tem acesso a manuscritos, inscrições e até livros antigos, mas em grande parte invisível para quem não tem. (BRINGHURST, 2005:15)

E mesmo invisível a produção de sentido ocorre no âmbito do leitor/consumidor e por esta razão precisa ser seriamente considerado.

[...] o design transforma ideias sobre o mundo e relações sociais na forma de objetos. Somente com a investigação desse processo e com a mudança no nosso foco para longe da figura do designer é que poderemos compreender adequadamente o que é design e apreciar quão importante ele tem sido para representar as ideias e as crenças por meio das quais assimilamos os fatos materiais do cotidiano e nos ajustamos a eles (FORTY, 2008:329-330).

Os objetos da cultura gráfica, portanto, são frutos de uma sociedade e seu tempo. Nesta categoria estão incluídos a propaganda, os impressos oficiais ou religiosos, os efêmeros, as inscrições vernaculares, livros, sejam impressos, sejam inscritos, sejam manuscritos. Objetos estes sujeitos a intenções específicas, a processo de edição, composição e produção. Como em um jogo, os valores envolvidos são parte de contextos históricos, técnicos, econômicos e práticas culturais compartilhadas.

No amplo campo discursivo onde os significados são negociados, o design torna visível formas culturais compartilhadas, permitindo que o objeto gráfico seja espelho de seu momento histórico.

Nosso interesse, nesse artigo, foi examinar a tradição do livro impresso, reconhecendo que poucas mudanças se operaram na sua forma nas últimas décadas, e na sua maior parte ocorreram pelas facilidades oferecidas ao designer para testar soluções projetuais com os programas de edição computadorizados. Já no âmbito dos tipos, os tipos sem serifa humanistas, reunindo uma elegante simplicidade com proporções e desenho objetivando maior legibilidade, têm sido uma tendência bem vinda, em especial para os textos longos de livros e similares.

Referências

- BAINES, Phil, HASLAM, Andrew. **Type and typography**. New York: Watson-Guptill, 2005.
- BAYERISCHE STAATSBIBLIOTHEK. **BSB-Katalog**. Disponível em: <<https://opacplus.bsb-muenchen.de/metaopac/start.do>>. Acesso em: 26 Ago. 2016.
- BIBLIOTHÈQUE MAZARINE. **Mazarinum**: Les collections numériques de la Bibliothèque Mazarine. Disponível em: <<http://mazarinum.bibliotheque-mazarine.fr/>>. Acesso em: 26 Ago. 2016.
- BIBLIOTECA NAZIONALE MARCIANA. Biblioteca digitale. Disponível em: <<http://marciana.venezia.sbn.it/la-biblioteca/biblioteca-digitale>>. Acesso em: 26 Ago. 2016.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico**. São Paulo: Cosac Naif, 2005.
- CHARTIER, Roger. **Os desafios da escrita**. São Paulo: UNESP, 2002
- _____, **Inscrever e apagar: Cultura escrita e literatura nos séculos XI-XVII**. São Paulo: UNESP, 2006.
- _____, **Entrevista concedida a Isabel Lustosa - Conversa com Roger Chartier**. Disponível em: <<http://p.php.uol.com.br/tropico/html/print/2479.htm>>. Acesso em: 12 Jul. 2016.
- COLUMBIA University Press, Rare Book & Manuscript Library. **Type to print: The book & the specimen book**. Disponível em: <https://exhibitions.cul.columbia.edu/exhibits/show/type_to_print/roman>. Acesso em: 12 Jul. 2016.

- CUNHA LIMA, Edna L.; ARAGÃO, I.; FARIAS, Priscila. **Catálogos de tipos móveis: contribuições para a história (tipo)gráfica brasileira**. In: 5o Congresso Internacional de Design da Informação, 2011, Florianópolis. Anais do 5o Congresso Internacional de Design da Informação. Florianópolis: Estação das Letras e Cores, 2011. p. 1-18.
- DUKE UNIVERSITY LIBRARIES . Digital collections. Disponível em: <<http://library.duke.edu/digitalcollections/>>. Acesso em: 12 Jul. 2016.
- FORTY, A. **Objetos de desejo**: Design na sociedade desde 1750. São Paulo: Cosac Naif, 2007
- FRUTIGER, Adrian. **Sinais e Símbolos**: Desenho, projeto e significado. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- GRAY, Niccolle. **Nineteenth Century Ornamented Typefaces**. Los Angeles: University of California Press, 1976.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência**. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.
- MANDEL, Ladislav. **Escritas**: Espelho dos homens e das sociedades. São Paulo: Edições Rosari, 2006
- _____, **O poder da escrita**. São Paulo: Edições Rosari, 2011
- MCKENZIE, D. F. **Printers of the Mind**: Some Notes on Bibliographical Theories and Printing. In: Studies in Bibliography, Vol. 22 (1969):1-75. Bibliographical Society of the University of Virginia.
- MEGGS, Philips. **História do Design Gráfico**. São Paulo: Cosac Naif, 2009.
- SMITH, Marilyn Crafton. **Culture is the Limit**: Pushing the boundaries of graphic design criticism and practice. Visible Language, 28 (4):298-316 , 1994.
- STEINBERG, S.H. **Five hundred years of printing**. Londres: The British Library and Oak Knoll Press, 1996
- TWYMAN, Michael. **The British Library guide to printing**. Londres: The British Library, 1998.
- _____, **The long-term significance of printed efemera**. RBM: A Journal of Rare Books, Manuscripts, and Cultural Heritage, 9 (1):19-57, 2008.
- VILLAS-BOAS, André. **Identidade e Cultura**: Design Gráfico. Rio de Janeiro: 2AB, 2002
- WILLEN, Bruce, STRALS, Nolen. **Lettering & type**: creating letters and designing typefaces. New York: Princeton Architectural Press, 2009

Recebido: 30 de Julho de 2016

Aprovado: 14 de Agosto de 2016

Leopoldo Augusto Leal e Vicente Gil Filho*

O jogo como método de projeto em design gráfico

* **Leopoldo Augusto Leal** é doutorando em Arquitetura e Design na FAUUSP, pós-graduado em Design Gráfico pelo Centro Universitário Senac (2004). Sua monografia, “A Ilha Tipográfica”, foi publicada com apoio da Prefeitura de São Paulo. Graduado em Desenho Industrial - Habilitação em Programação Visual pela Universidade São Judas Tadeu (2001). Como designer, desenvolveu projetos para o Banco Itaú, cerveja Bohemia e Aeroporto Internacional de São Paulo. Atualmente é diretor de design na Landor, professor na pós-graduação do Centro Universitário Senac, na Miami Ad School - ESPM e no IED São Paulo.

<leopoldoaleal@gmail.com>

Vicente Gil Filho possui graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (1976), mestrado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (1990) e doutorado em Arquitetura e Urbanismo pela Universidade de São Paulo (1999). Atualmente é professor doutor da Universidade de São Paulo. Tem experiência na área de Design e Comunicação, com ênfase em Design Gráfico e Comunicação Visual, atuando principalmente nos seguintes temas: Design de Identidade Visual, Design de Inte-

Resumo Este trabalho visa demonstrar que o jogo pode ser um método de projeto em design gráfico, compreendendo o jogo como um ato de divertimento e recreação. Esse conceito foi abordado pelos autores Johan Huizinga, em *Homo Ludens*, Richard Sennet, em *O Artífice*, e também pelo designer Paul Rand, que descreve o jogo como um elemento indissociável à prática do design. Para apresentar como os processos do jogo funcionam, recorreu-se ao autor Mihaly Csikszentmihalyi, que descreve o fluxo e o feedback durante o processo de jogar. Para exemplificar esses conceitos teóricos na prática de projeto, foi desenvolvido um exercício com os alunos da disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Design Editorial do Centro Universitário Senac, em abril de 2015.

Palavras chave Design Gráfico, Jogo, Método de Projeto, Prática de Projeto, Tipografia.

The game as a design method in graphic design

Abstract This paper aims to demonstrate that playing can be a project method in graphic design, by understanding play as an act of entertainment and recreation. This concept was addressed by the authors Johan Huizinga, in *Homo Ludens*, Richard Sennet, in *The Craftsman*, and also by the designer Paul Rand, who describes play as an inseparable part of design practice. To show how the play processes work, one resorted to the author Mihaly Csikszentmihalyi, who describes the flow and feedback during the process of playing. To exemplify these theoretical concepts in project practice, an exercise was developed with students who attend the Typography class for the postgraduate degree in Editorial Design at Senac University Center, in April 2015.

Keywords Graphic Design, Play, Design Method, Design Practice, Typography.

ratividade, Design Ambiental e Design Promocional. Em 2014, foi eleito Presidente da CG (Comissão da Graduação) da FAUUSP.
<vgil@usp.br>

Introdução

O presente trabalho nasceu de um exercício com os alunos da disciplina de Tipografia do curso de Design Editorial da pós-graduação do Centro Universitário Senac, em abril de 2015. A proposta desse exercício foi que os alunos conhecessem os valores íntimos e extrínsecos da tipografia, conforme descrito pelo professor e escritor Michael Twyman (1986). Valores íntimos são compreendidos como os elementos relacionados aos caracteres, como variações de peso, de estilo e de cor, enquanto os valores extrínsecos são compreendidos como a configuração de um texto, que pode ser de maneira linear, listas, matrizes ou ramificações.

Para que os alunos conhecessem os valores íntimos e extrínsecos das letras, o exercício se baseou no conceito do jogo que é abordado pelos autores Johan Huizinga, em *Homo Ludens*, Richard Sennet, em *O Artífice*, e nas entrevistas com o designer americano Paul Rand, que descreve o jogo como um elemento indissociável à prática do design. E para compreender sobre a prática e o *feedback* durante o processo de jogo, foi estudado o autor Mihaly Csikszentmihalyi (1999), que explica o conceito de fluxo. Foi utilizada a definição específica da palavra jogo descrita no dicionário Houaiss (2001): “designação genérica de certas atividades cuja natureza ou finalidade é recreativa; diversão, entretenimento”. Com essa definição é possível afirmar que a palavra jogo se aproxima do significado da palavra “play” em inglês, que é citada por Paul Rand.

No jogo, são necessárias disciplina e a criação de algumas regras claras. E dentro desses limites um universo de possibilidades criativas pode tomar forma. O desafio se configurou em duas etapas: a primeira consistiu no desenho de uma letra a mão em grande formato, utilizando-se somente papel e grafite; a etapa seguinte consistiu no fornecimento das regras e elementos para que os alunos trabalhassem no desenvolvimento de dez cartazes experimentais.

O exercício foi executado individualmente, e durante o processo de projeto foi recomendado que os alunos produzissem um número grande de peças, pois quanto mais praticassem, maior seria o conhecimento das ferramentas e de novas possibilidades criativas. Sabe-se que o fazer por si só não traz crescimento técnico, então duas aulas foram dirigidas para a análise e *feedback* dos exercícios em desenvolvimento, para que os alunos visualizassem os exercícios dos colegas, ouvissem os comentários do professor e posteriormente aprimorassem seus próprios projetos.

Acredita-se que esta pesquisa possa auxiliar e reforçar que é possível criar projetos gráficos em situações limitantes e que estabelecer limites não é deixar as coisas chatas e áridas. Usar o jogo como método de projeto é poder brincar livremente dentro de um espaço delimitado, e a partir de diversas experimentações coisas surpreendentes podem ocorrer.

Esta pesquisa apresenta um breve levantamento teórico sobre o jogo como método de projeto, as regras e as etapas de desenvolvi-

mento do exercício com os alunos e apresentação dos resultados finais. Todas as imagens dos exercícios foram cedidas pelos alunos e as fotos do processo foram registradas pelo autor desta pesquisa.

O jogo como método de projeto

O ato de jogar ou brincar muitas vezes é associado somente ao universo infantil, e a ideia de trabalho é entendida como algo sério e sisudo. Sennet (2012, p. 301) apresenta o contrário e afirma que a rotina da habilidade artesanal é inspirada pelas brincadeiras infantis e exemplifica quando o trabalho começou a ficar uma coisa muito séria:

(...) uma linha divisória entre o jogo e o trabalho foi traçada num estudo de Johan Huizinga, *Homo Ludens*. Este grande livro mostrava que, na Europa pré-moderna, os adultos se divertiam com os mesmos jogos de cartas, as mesmas brincadeiras de faz de conta e até os mesmos brinquedos que os seus filhos. Para Huizinga, a dureza da Revolução Industrial levou os adultos a deixar de lado seus brinquedos; o trabalho moderno é “sério demais”. Dessa forma, sustentava ele, quando a utilidade domina, os adultos perdem um elemento essencial da capacidade de pensar; perdem aquela curiosidade livre que se manifesta no espaço aberto do jogo, na sensação de apalpar o feltro.

Sennet (2012, p. 300) completa demonstrando que o jogo auxilia na socialização, no desenvolvimento cognitivo das crianças e sugere o respeito às regras e que a compensação dessa disciplina acarreta na possibilidade de experimentar com regras. Sabendo que o jogo não é algo exclusivo do universo infantil, Marieke Amalieh Bülow (*DESIGN TO PLAY*, 2012, p. 27) declara que jogar não é algo concedido a algumas pessoas específicas. Ela explica que é algo implícito em todas as pessoas e que estas podem desenvolver novas habilidades e ainda aprimorar o modo de jogar.

O jogo pode ser divertido mesmo que o produto final seja sério. Esta afirmação é do notável designer americano Paul Rand. Quando perguntado se jogar é divertido ou se essas duas coisas têm sentidos distintos, sua resposta foi:

Não necessariamente. É um modo de trabalhar. Um produto pode ser muito sério, mesmo que seu espírito seja bem-humorado. Eu penso em Picasso. Sua famosa cabeça de touro, feita de um assento e um guidão de bicicleta, é certamente jogar com humor. Picasso é quase sempre bem-humorado – mas isso não descarta a seriedade – quando ele cria imagens que são o contrário do que se poderia esperar. Ele pode colocar um peixe em uma gaiola, ou uma flor com pequenos touros subindo pela haste. A noção de levar as coisas fora de contexto e dar-lhes novos significados é intrinsecamente engraçado (HELLER; ELIONOR, 1998, p. 10, tradução livre).

As ideias de Mihaly Csikszentmihalyi (1999) vão ao encontro dessa temática dos jogos, afirmando que o trabalho é uma espécie de jogo:

O que muitas vezes passa despercebido é que o trabalho é muito mais parecido com um jogo do que a maioria das outras coisas que realizamos durante o dia. Ele geralmente tem metas claras e regras de desempenho; oferece feedback ou na forma de saber que terminamos bem uma tarefa, em termos de vendas mensuráveis, ou pela avaliação de nosso supervisor. Uma tarefa geralmente encoraja a concentração e evita trações; também permite uma quantidade variável de controle e – pelo menos idealmente – suas dificuldades correspondem às habilidades do trabalhador. Assim, o trabalho tende a ter a estrutura de outras atividades intrinsecamente recompensadoras que fornecem fluxo, tais como jogos, esportes, música e arte (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 62).

No universo do design gráfico, o ato de projetar é jogar, pois limites são estabelecidos por indagações: O que seria este projeto? Para quem seria? Qual a verba? Mesmo em projetos experimentais, limites também são estabelecidos, como os tipos de materiais, processos e ferramentas. Dessa maneira, reconhecer e estabelecer limites para projetar é, na verdade, criar as regras do jogo, e dentro dessas regras algo surpreendente poderá acontecer. Huizinga (2000, p. 14) afirma: “Todo jogo tem suas regras. São estas que determinam aquilo que ‘vale’ dentro do mundo temporário por ele circunscrito”. Paul Rand concorda com Huizinga, em entrevista concedida a Steve Heller, respondendo quando questionado sobre o que é o instinto de jogo:

É o instinto de ordem, a necessidade de regras que, se forem quebradas, estragam o jogo, criam incertezas e indecisões. “O jogo é tenso”, diz Johan Huizinga. “É o elemento de tensão e solução que governa todos os jogos solitários de habilidade.” Sem o jogo, não haveria Picasso. Sem jogo, não haveria nenhuma experimentação (HELLER; ELIONOR, 1998, p. 9, tradução livre).

Paul Rand (HELLER, 1998, p. 9), na mesma entrevista, explica que para jogar é necessário criar regras e que todas as regras são customizadas e adequadas para cada tipo de jogo. Rand ainda relata que não existe fórmula no trabalho criativo e que ele produz diversas variantes para um projeto por causa da sua curiosidade. Essa variação resulta em diferentes respostas visuais, sendo algumas pequenas e outras mais radicais, até chegar a uma ideia original. Rand define que este processo não seria nada mais que um jogo de evolução.

O processo de fazer, ou seja, participar do jogo em si é essencial, pois somente projetar regras, definir limites, processos e ferramentas não significa que o projeto se construirá por si só. Fazendo uma alusão ao universo culinário, seria afirmar que ao criar uma receita de um bolo, este se faria por si só ou que com a mesma receita teríamos resultados idênticos, o que é uma inverdade. As variações de tempo, temperatura, experiência da

pessoa que está executando a tarefa, ambiente e ingredientes influenciam muito no resultado final. Michael Golec, no livro *Education of Graphic Designer* (1998), relata sobre a questão do jogo levantada por Paul Rand:

O campo do jogo, ou o que Rand chama de “princípio do jogo,” é uma prática discursiva entre o objeto (tipografia, ilustração e fotografia), a mão e suas múltiplas relações. As regras são importantes, e Rand afirma que sem elas “não há motivação, teste de habilidade ou recompensa final – em suma, nenhum jogo” (HELLER, 1998, p. 105, tradução livre).

Essa prática discursiva entre as ferramentas, materiais e a mão reforça a ideia de que o projeto ocorre no fazer, mas para este fazer é necessário haver limites que sirvam como um teste de habilidade em que a superação gera uma recompensa ao jogador. “Em suma, o jogo inaugura a prática, e a prática é uma questão ao mesmo tempo de repetição e modulação” (SENNET, 2012, p. 304). Nessa prática, em que ocorre a busca da excelência, “o jogo negocia entre o prazer e o rigor, segundo Schiller; suas regras equilibram a ação humana” (SENNET, 2012, p. 301).

Mihaly Csikszentmihalyi descreve o fluxo como o momento em que uma pessoa está imersa num prazer indescritível ao fazer determinada tarefa. Pode ser qualquer atividade que tenha meta clara, ofereça *feedback*, seja desafiadora e regras que meçam o desempenho. Vemos esses itens nos jogos e nas brincadeiras. “O fluxo costuma ocorrer quando uma pessoa encara um conjunto claro de metas que exigem respostas apropriadas” (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 37). Para entrar numa atividade que ocorra fluxo é preciso organização e disciplina. Mihaly descreve:

(...) organizar-se para um jogo de basquete leva tempo – é preciso trocar de roupa, planejar as coisas. É preciso passar por pelo menos meia hora de exercícios tediosos a cada vez que a pessoa se senta diante do piano antes que a prática comece a ser divertida. Em outras palavras, cada uma das atividades que produzem fluxo exige um investimento inicial de atenção para que possa ser agradável. É preciso ter essa “energia de ativação” disponível para apreciar atividades complexas. Se uma pessoa está cansada demais, ansiosa ou não possui a disciplina para vencer o obstáculo inicial, terá de se contentar com algo que, embora menos apreciável, é mais acessível (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 70).

A disciplina e as regras não restringem o jogar. As regras auxiliam na criação de limites, que proporcionam a visualização clara do que se pode ou não fazer. O desenvolvimento de determinada prática se instaura no fazer sucessivo de modo disciplinado e consciente, porém praticar mesmo de maneira disciplinada e repetitiva não significa sucesso no desenvolvimento das habilidades e fluxo. Mihaly (1999, p. 37) explica que as atividades de fluxo são aquelas que oferecem *feedback* imediato, deixando claro o desempenho. Completa dizendo:

Quando as metas são claras, o feedback compatível e os desafios e habilidades estão equilibrados, a atenção se torna ordenada e recebe total investimento. Devido à exigência total de energia psíquica, uma pessoa no fluxo está completamente concentrada. Não há espaço na consciência para pensamentos que distraiam, para sentimentos incoerentes. A autoconsciência desaparece, no entanto a pessoa se sente mais forte do que de costume. O senso de tempo é distorcido: as horas parecem passar como minutos. Quando todo o ser de uma pessoa é levado ao funcionamento total do corpo e da mente, o que quer que se faça torna-se digno de ser feito por seu próprio valor; viver se torna sua própria justificativa. No foco harmonioso das energias físicas e psíquicas, a vida enfim se torna realmente significativa (CSIKSZENTMIHALYI, 1999, p. 38).

A cada etapa de um jogo é possível analisar se houve melhora na prática ou não. “Não se joga porque é fácil, mas porque é difícil. Jogar é desafiador e atrai as crianças (...) uma motivação nasce da essência do jogo e garante uma contínua evolução através dele” (DESIGN TO PLAY, 2013, p. 13, tradução livre). Dorthé T. La Cour explica que jogando é possível gerar soluções inesperadas, pois quando se está jogando, barreiras são ignoradas, dando abertura a novas possibilidades (DESIGN TO PLAY, 2013, p. 23).

O método de jogo em design é uma atividade enriquecedora e que desperta o prazer no desenvolvimento das etapas de projeto. Ann Charlotte Thorsted explica que o jogo funciona como uma plataforma de lançamento para inventividade e para a criação de soluções originais (DESIGN TO PLAY, 2013, p. 16). O método de jogo é desafiador e eleva a motivação do designer de maneira intrínseca, em que a motivação maior é o prazer de desenvolver uma tarefa bem-feita e poder se divertir com o que está sendo desenvolvido.

Exercício proposto aos alunos

Primeira etapa

Objetivo: Desenhar uma letra em formato A2 utilizando papel branco e grafite preto.

Na primeira etapa do exercício, os alunos tiveram que desenhar a mão uma letra maiúscula ou minúscula de uma tipografia que mais gostassem, utilizando papel branco no formato A2 e grafite preto. No desenvolvimento dessa etapa do projeto, diversas indagações surgiram: qual grafite usar? Mais macio ou mais duro? Como preencher toda a forma da letra? Como desenhar a letra com as proporções corretas em grande formato? Os alunos tiveram que responder essas questões escolhendo suas próprias ferramentas e desenvolvendo seus próprios métodos para executar o desenho em formato A2. A escolha desse formato foi para que indagações de projeto surgissem e os alunos tivessem que fazer escolhas e resolver esses pequenos problemas sozinhos.

Para desenhar a letra, alguns alunos montaram um *grid*, outros fizeram decalque de uma impressão e um terceiro grupo desenhou a partir

de uma projeção. A escolha da utilização do grafite preto foi para que os alunos se concentrassem somente no desenho da forma da letra, porém eles tiveram que descobrir que tipo de grafite se adequava melhor ao desenho e no preenchimento da letra. Após a avaliação da letra desenhada (Figuras 1 e 2), os alunos tiveram que digitalizar essa letra, sendo que o arquivo deveria estar obrigatoriamente em escala de cinza e com o fundo inteiramente branco. A dificuldade encontrada por todos foi como digitalizar uma imagem no formato A2. Alguns fotografaram a letra e outros digitalizaram por partes. Nessa etapa do projeto, as letras foram entregues em arquivo digital (Figura 3).



Figura 1 Alunos analisando as letras desenhadas a mão.

Fonte Fotografia de Leopoldo Leal



Figura 2 Alunos analisando as letras desenhadas a mão.

Fonte Fotografia de Leopoldo Leal



Figura 3 Letras desenhadas a mão pelos alunos. Da esquerda para a direita e de cima para baixo: “g” Baskerville minúscula, desenhada pela aluna Susan Pereira Siqueira; “b” Cambria itálica minúscula, desenhada pela aluna Beatriz Silva Pereira dos Santos; “A” Bodoni maiúscula, desenhada pela aluna Cristiane Tonon Silvestrin; “d” Georgia minúscula, desenhada pela aluna Jessica Teles de Souza; “g” Daun Penh minúscula, desenhada pelo aluno Gabriel da Silva Leles; “g” Elephant maiúscula, desenhada pela aluna Beatriz Selerges; “k” Didot minúscula, desenhada pela aluna Caroline Sayuri Ohashi.

Fonte Dos autores.

Segunda etapa

Objetivo: Desenvolver dez cartazes no formato A4 utilizando somente os seguintes elementos: letra digitalizada na etapa 01 do exercício, uso do *grid* de 4 colunas (Figura 4), texto de uma receita de mousse de maracujá (texto abaixo) e escolha de uma família tipográfica para vestir esse texto.

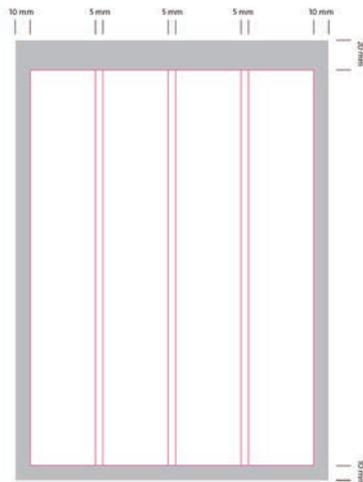


Figura 4 Imagem do grid estabelecido pelo professor para o desenvolvimento dos projetos.

Fonte Ilustração de Leopoldo Leal.

Receita de mousse de maracujá

Ingredientes

- 2 caixas de gelatina de maracujá
- 2 xícaras de água quente
- 1/2 xícara de suco de maracujá
- 2 xícaras de leite
- 1 lata de leite condensado
- 1 lata de creme de leite sem soro

Modo de preparo

Prepare a gelatina com a água quente. Depois é só bater todos os ingredientes no liquidificador e colocar numa travessa para gelar. Tempo de preparo: 15 min. Rendimento: 6 porções.

Esse exercício teve caráter experimental, porém os alunos tiveram que seguir algumas regras. O formato e o *grid* eram fixos. O fundo do papel deveria ser branco e todos os elementos em preto. A letra digitalizada seria um elemento gráfico de apoio que poderia ser cortada livremente. Para diagramar o texto da mousse de maracujá, deveria ser eleita uma família tipográfica que poderia ser a mesma da letra desenhada, porém somente seria aceita uma família tipográfica: dentro dessa família seria permitido o uso de diferentes pesos e tamanhos. O texto da receita de mousse de maracujá poderia ser suprimido livremente. Somente poderiam ser utilizados esses elementos descritos e de maneira nenhuma poderiam ser acrescentados outros elementos e cores.

O objetivo desses cartazes não foi informar a receita de mousse de maracujá corretamente, mas criar experimentações gráficas livres desenvolvidas dentro das regras apresentadas. Outro ponto importante foi que os alunos desenvolvessem um número razoável de alternativas e que o processo fosse divertido.

Antes da entrega final houve uma pré-apresentação para que os alunos mostrassem o que haviam desenvolvido aos colegas e obtivessem *feedback* do professor. O número mínimo de criações foi estipulado em dez cartazes, para que os alunos não se acomodassem fazendo somente uma proposta e não investissem tempo em novas possibilidades.

Exercícios desenvolvidos

Cada aluno desenvolveu no mínimo 10 propostas de cartazes: dentre estas, uma foi eleita como o melhor cartaz desenvolvido pelo aluno. Abaixo serão apresentados os cartazes de cada aluno.

Susan Pereira Siqueira

Tipografia desenhada: Baskerville

Família tipográfica: Baskerville

É possível verificar nesta série de exercícios que a aluna seguiu as regras solicitadas e produziu variações que extrapolaram positivamente os limites da letra desenhada, transformando-a em um apoio na diagramação do texto (Figura 5).

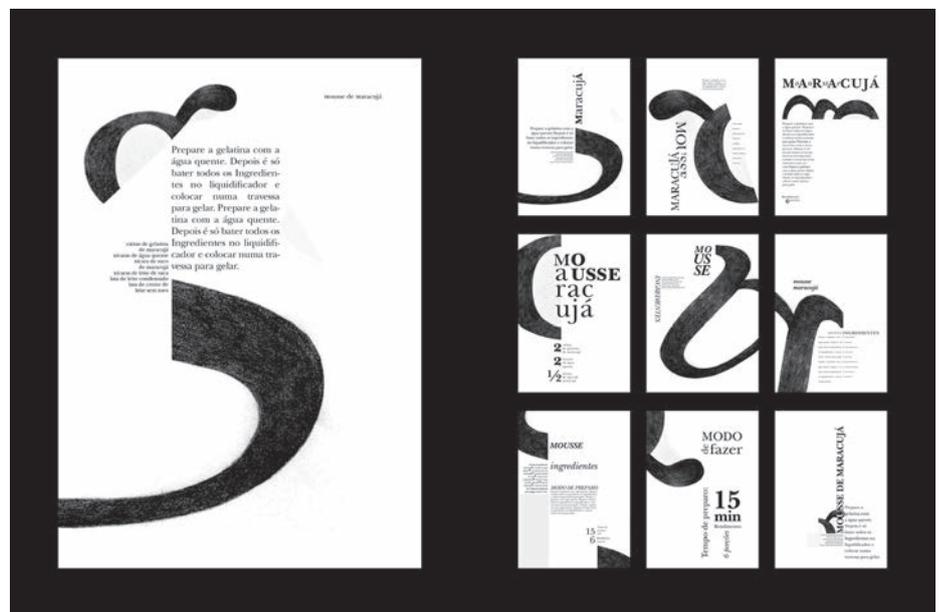


Figura 5 Dez cartazes desenvolvidos pela aluna Susan Pereira Siqueira para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.

Fonte Dos autores.

Beatriz Silva Pereira dos Santos

Tipografia desenhada: Cambria

Família tipográfica: Cambria

Nesta série de exercícios, a aluna conseguiu reduzir ao máximo as informações, mas respeitando as regras estabelecidas. Ela trabalhou não se importando mais com o significado do texto da mousse de maracujá. Esse texto foi somente o pretexto para que a brincadeira iniciasse e diversas novas possibilidades gráficas tomassem forma nos cartazes. Outro ponto interessante foi como a aluna utilizou as imperfeições da letra desenhada para criar novas configurações (Figura 6).

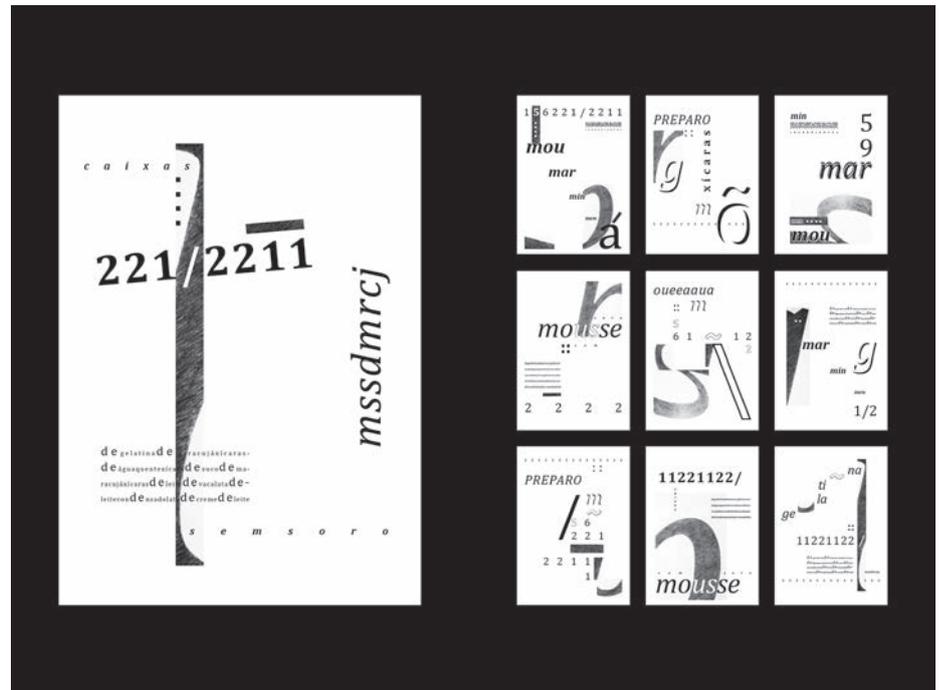


Figura 6 Dez cartazes desenvolvidos pela aluna Beatriz Silva Pereira dos Santos para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.
 Fonte Dos autores.

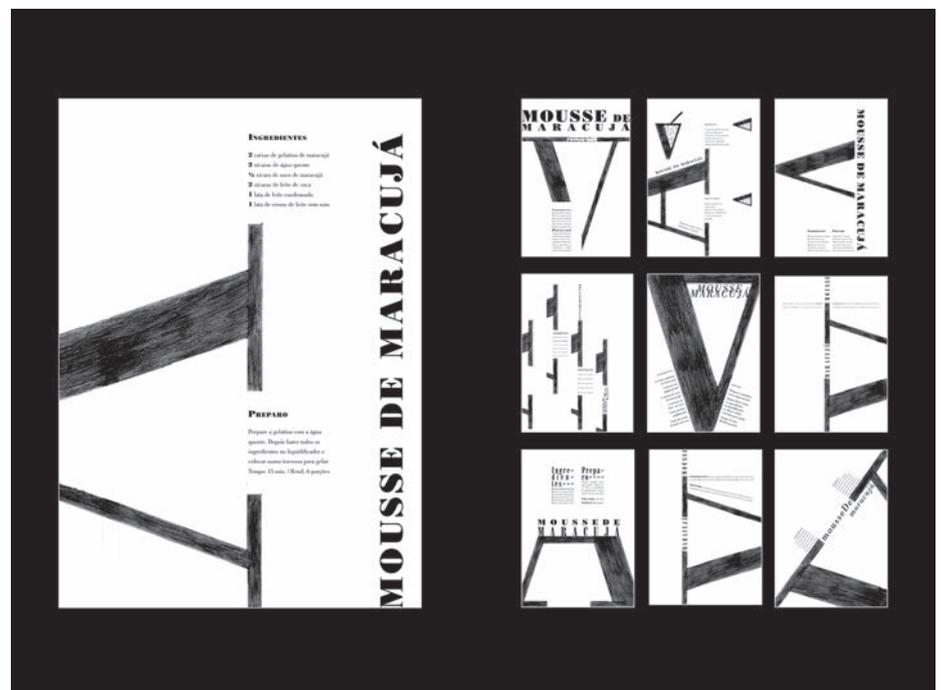


Figura 7 Dez cartazes desenvolvidos pela aluna Cristiane Tonon Silvestrin para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.
 Fonte Dos autores.

Cristiane Tonon Silvestrin

Tipografia desenhada: Bodoni

Família tipográfica: Bodoni

Nesses cartazes, a aluna manteve os elementos íntegros. Podemos ler os textos e entender que se trata de uma receita de maracujá, porém os resultados gráficos apresentam o uso de alinhamentos instigantes entre a letra desenhada e o texto da mousse de maracujá (Figura 7).

Jessica Teles de Souza

Tipografia desenhada: Georgia

Família tipográfica: Georgia

Um fato curioso ocorreu no processo de desenvolvimento desses cartazes. Um ruído gráfico que veio da letra digitalizada (linha abaixo da letra no cartaz grande ao lado). Na apresentação prévia, foi discutido que esse elemento apareceu por acaso e poderia ser visto como uma falha, porém acabou sendo absorvido no projeto e serviu de apoio na diagramação dos números. No processo de criação, alguns fatores inesperados trazem felizes surpresas. Esse acaso fortuito poderia passar despercebido caso não fosse reconhecido como algo interessante para o projeto (Figura 8).

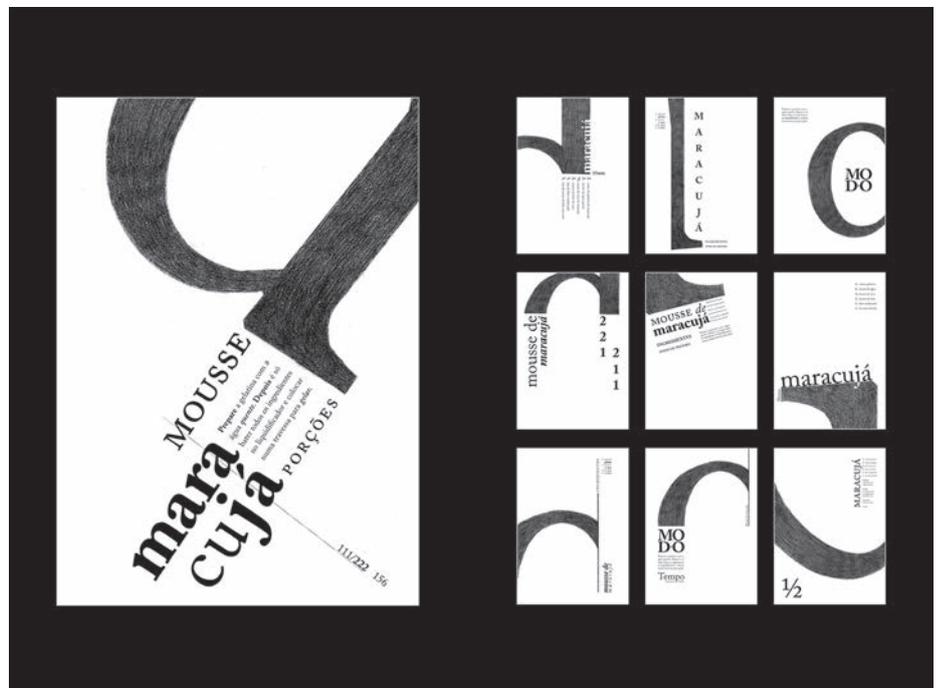


Figura 8 Dez cartazes desenvolvidos pela aluna Jessica Teles de Souza para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.

Fonte Dos autores.



Figura 9 Dez cartazes desenvolvidos pelo aluno Gabriel da Silva Leles para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.

Fonte Dos autores.



Figura 10 Dez cartazes desenvolvidos pela aluna Beatriz Selerges para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.

Fonte Dos autores.

Gabriel da Silva Leles

Tipografia desenhada: Daun Penh

Família tipográfica: Garamond

O aluno manteve o texto o mais íntegro possível trabalhando principalmente em possibilidades em que a informação fosse entendida da melhor maneira possível. Utilizando a letra desenhada como elemento de apoio, o aluno trabalhou com grandes manchas de contraste entre o branco da folha e o preto da letra desenhada (Figura 9).

Beatriz Selerges

Tipografia desenhada: Baskerville

Família tipográfica: Baskerville

As imperfeições na captação da imagem da letra auxiliaram na criação de uma textura na letra desenhada. Dessa maneira, o ruído foi incluído no projeto (Figura 10).

Caroline Sayuri Ohashi

Tipografia desenhada: Didot

Família tipográfica: DIN

Nesses cartazes, a aluna deu mais ênfase ao texto utilizando a família tipográfica DIN. A letra desenhada foi utilizada em pequenos detalhes em alguns cartazes (Figura 11).

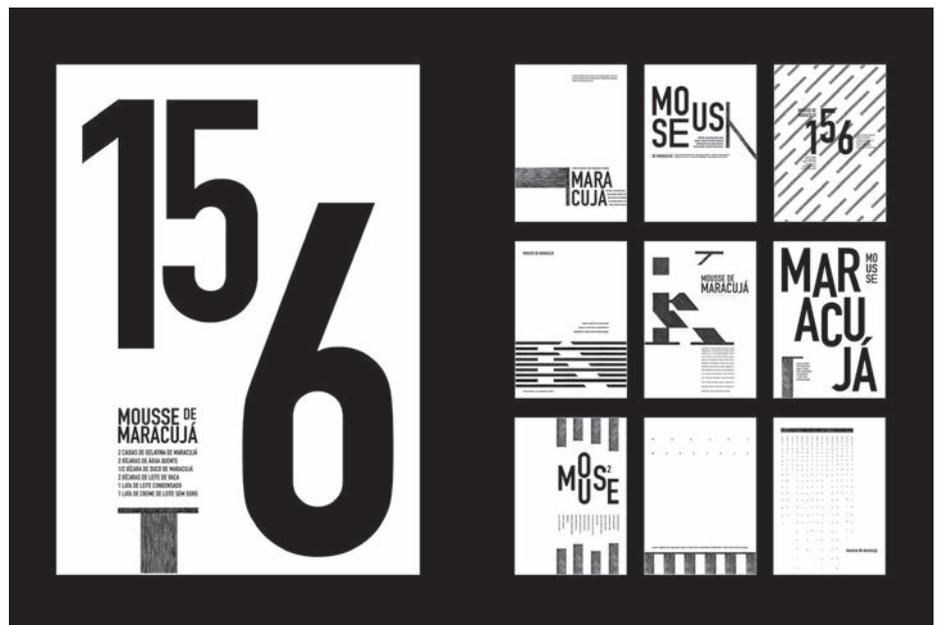


Figura 11 Dez cartazes desenvolvidos pela aluna Caroline Sayuri Ohashi para a disciplina de Tipografia do curso de pós-graduação em Editorial em 2015.

Fonte Dos autores.

Considerações finais

O jogo é feito de regras, e trabalhar com regras não significa que o processo será chato ou entediante. Pelo contrário, não ter regras dificulta o processo, pois os praticantes precisam de metas claras e que o processo seja desafiador. Jogar requer empenho, disciplina e criação de regras customizadas. O produto final do jogo não são regras, e sim a resultante que se ocasiona na prática do jogo.

O ato de jogar está associado à diversão e recreação, porém quando se fala em regras, a ideia é diferente, vindo à mente seriedade e falta de criatividade. Todo jogo possui regras, e estas não restringem a criatividade nem deixam a ação burocrática. O jogo ajuda a criar limites que impulsionam a criatividade e auxiliam na construção de ideias inovadoras. O jogo também é uma prática discursiva, em que o praticante equilibra mente e corpo, manipulando materiais, ferramentas e refletindo sobre o que está sendo produzido. Resultados notórios virão da experiência, disciplina e empenho dos jogadores. Estar aberto aos momentos fortuitos que aparecem na prática também faz parte do processo. Ficar de olhos abertos aos ruídos, resíduos ou elementos que saiam do controle é imprescindível, pois eles poderão dar um novo rumo ao processo. A excelência no jogar e a habilidade de identificar esses casos fortuitos estão associados diretamente à experiência, repertório e empenho.

O jogo pode ser um método de design, pois limites são estabelecidos ou são definidos no início de um projeto. Os limites são as regras do jogo, que devem ser compreendidas profundamente. Depois de algum tempo trabalhando dentro dos limites estabelecidos, identifica-se um universo de possibilidades, e é neste momento que a prática começa a ficar divertida e prazerosa, o tempo passa num piscar de olhos. O designer se sente como uma criança que está brincando, não vê o tempo passar e fica triste porque está tarde e deve ir para cama. Este sentimento ocorre quando a prática é desafiadora e possui metas claras.

Compreendendo o jogo como um método de projeto, o exercício apresentado aqui neste artigo teve como objetivo fomentar respostas gráficas livres, que aparentemente não tinham uma função específica, mas certamente essa prática ficará na mente desses alunos, aumentando o repertório gráfico deles. Em projetos futuros, esses alunos poderão retomar as habilidades aprendidas nesse processo.

Este estudo indica que não se precisa de tantos elementos para a prática criativa. Com alguns elementos, regras claras e com uma prática disciplinada, ideias novas e imprevistas ocorrerão. Apenas uma letra desenhada a mão, uma receita de mousse de maracujá e um *grid* simples deram forma a diversos cartazes distintos. Os exercícios dos alunos reforçam que os elementos iniciais são apenas pretextos para dar início à prática. A meta desse exercício foi clara: desenvolver dez cartazes no formato A4, sendo apresentadas todas as regras e elementos necessários para a prática. O desafio veio do modo como os alunos deveriam usar e criar ferramentas

e fazer escolhas durante o processo, como definir que grafite deveria ser usado para desenhar a letra. O desafio também veio nas tentativas de fazer algo diferente do dia a dia de trabalho e ainda de se sentir desafiado pelos resultados dos colegas, não de maneira competitiva, mas na análise e na troca de experiências de como os colegas desenvolveram os seus exercícios. O *feedback* foi um elemento importantíssimo nesse processo, pois sem ele o projeto não cresce. O crescimento ocorreu a partir das análises dos trabalhos, em que alunos e professor conversaram sobre as propostas prévias. A repetição e a disciplina não são o bastante para chegar à excelência. Pode-se ficar 100 anos executando a mesma tarefa e permanecer no mesmo patamar. O *feedback* de outra pessoa ou até mesmo uma autoanálise faz com que haja outro olhar sobre o projeto, um olhar crítico que provoca uma reflexão no que pode ser melhorado e elevado a outro patamar.

A partir deste estudo e dos projetos desenvolvidos conclui-se que o jogo pode ser um método de projeto em design e que o processo pode ser divertido e instigante. O ilustre designer Paul Rand soube jogar, mas isso não significava que o design sempre deveria ser uma brincadeira, pois para ele pode existir design sem jogo, mas nunca design sem ideia.

Referências

- CSIKSZENTMIHALYI, Mihaly. **A Descoberta do fluxo**. Trad. Pedro Ribeiro. São Paulo: Editora Rocco, 1999.
- DESIGN TO PLAY. CAMP SUMMARY**. Kolding, Dinamarca: Kolding School of Design e D2i – Design to innovate, 2013.
- HELLER, Steven; ELIONOR, Pettit. **Design Dialogues**. Nova Iorque: Allworth Press, 1998.
- . **The Education of a Graphic Designer**. Nova Iorque: Allworth Press, 1998.
- HOUAISS, Antônio. **Dicionário Houaiss da Língua Portuguesa**. Rio de Janeiro: Ed. Objetiva, 2001.
- HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens – O jogo como elemento da cultura**. Trad. João Paulo Monteiro. São Paulo: Editora Perspectiva, 2000.
- SENNET, Richard. **O Artífice**. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Editora Record, 2012.
- TWYMAN, Michael. L. **Articulating graphic language: a historical perspective**. In: WROLSTAD, Merald E. & DENNIS, F. Fisher (ed.). **Towards a new understanding of literacy**. Nova Iorque: Praeger Special Studies, 1986. p. 188-251.

Érico Lebedenco e Rafael Neder*

Fundamentos do resgate tipográfico

* **Érico Lebedenco** é carioca residente em São Paulo. Diretor de arte, designer gráfico e de tipos. Formado em Design Gráfico pelo SENAI-RJ, graduado em Desenho Industrial pela UNESA e especialista em Tipografia (Lato Sensu) pelo Centro Universitário Senac-SP. É um dos idealizadores e apresentadores do DiaCrítico, canal de design no YouTube especializado em temas relacionados à tipografia. Membro da organização do encontro de tipografia DiaTipo São Paulo nos anos 2014 e 2015. Também em 2015, teve seu projeto tipográfico Gaspar Italic selecionado como destaque na 11ª Bienal Brasileira de Design Gráfico – ADG Brasil. Desde 2010 participa de debates e realiza workshops de introdução a tipografia para estudantes e jovens profissionais. <ericolebedenco@gmail.com>

Rafael Neder é designer, professor e pesquisador. Seus principais focos de concentração são design de tipos, tipografia e design de interação. Mestre em Design pela Universidade Anhembi-Morumbi, especialista em Marketing e Comunicação pelo Centro Universitário de Belo Horizonte UNI-BH e designer gráfico graduado pela UEMG. Atua como professor desde 2004 e atualmente leciona na Universi-

Resumo Esse estudo tem como objetivo investigar o processo de resgate tipográfico presente no design de tipos e na criação de fontes digitais. Embora a prática do resgate tipográfico exista na tipografia desde a impressão com tipos móveis, ela não é apresentada com a devida relevância nos livros especializados no assunto, sendo frequentemente citada como apenas uma das muitas práticas existentes no design de tipos. Portanto, por se tratar de um assunto pouco abordado com a devida densidade na literatura especializada, este estudo almeja um caráter de fundamentação para o campo. Logo, a partir de uma revisão das principais características dessa prática, de seus procedimentos metodológicos mais recorrentes e de seus limites, buscou-se elencar um conjunto de parâmetros que possa auxiliar desenvolvimento de fontes digitais desta natureza.

Palavras chave Tipografia; Design de tipos; Resgate tipográfico; Fontes digitais; Metodologia de design.

The fundamentals of type revival

Abstract *The goal of this work is to investigate the process of type revival present in the type design field. Although this practice exists since the creation of the movable type system, it is not presented with due relevance in specialized literature and often quoted as just one of the many possible practices in type design. Because this a rare investigated subject in the design literature, this study is intended to help in the foundation of this practice. Therefore, it was set a list of parameters that may help in this kind of font development, based on the review of the main aspects of this practice, its most common methods and its limits.*

Keywords *Typography, Type Design, Type Revival, Fonts, Design Methodology.*

dade FUMEC (MG) nos cursos de Design, Design Gráfico e Publicidade e Propaganda e no Centro Universitário SENAC (SP) na especialização em Tipografia. Tem trabalhos profissionais publicados em periódicos especializados e já foi agraciado em premiações nacionais e internacionais. Sua dissertação “A Prática Contemporânea da Impressão Tipográfica no Design Gráfico Brasileiro” foi selecionada como finalista no 29º Prêmio Design Museu da Casa Brasileira. <rafael@rafaelneder.com.br>

Como citar este artigo:

LEBEDENCO, Érico; NEDER, Rafael. Fundamentos do resgate tipográfico . **DAT Journal Design Art and Technology**, [S.l.], v. 1, n. 1, p. 52-70, out. 2016. Disponível em: <<http://www.datjournal.com.br/index.php/djl/article/view/26>>. Acesso em:

Introdução

É possível observar que as formas dos tipos foram se alterando gradualmente desde o surgimento da tipografia. Nos primeiros impressos tipográficos do século XV os tipos copiavam a letra gótica e a letra humanista, já os subsequentes passaram a refletir sua própria materialidade, do metal à tela (WILHIDE, 2011). Bomeny (2010) observa que o desenho da letra sempre foi influenciado pelo espírito de sua época e pelos desenvolvimentos tecnológicos nela existentes.

Porém, mesmo com os padrões estéticos e culturais de um período sendo materializados em novos tipos, algumas características formais tornaram-se paradigmas projetuais, tanto no design de tipos quanto no seu uso em design gráfico. Deste modo, alguns tipos históricos passaram a ter suas formas adaptadas para novas tecnologias ou inspirando novas criações. Bringhurst observa que:

A tipografia é um ofício antigo e uma velha profissão, bem como uma fronteira tecnológica permanente [...]. Preservar o sistema significa estar aberto às surpresas e às dádivas do futuro, mas também significa manter o futuro em contato com o passado (BRINGHURST, 2005, p. 213-214).

Frente à essa complexidade, Esteves (2012) observa que o resgate tipográfico ou histórico, tema deste estudo, está entre os fatores que motivam a criação de novas fontes e não apresenta seus limites ou termos bem definidos. A maioria das suas referências se encontra em inglês, o que pode gerar divergências na interpretação de determinados conceitos. Soma-se à questão a dificuldade de articular as características intrínsecas da atividade. Shaw (2012) observa que a essência do design de uma fonte é indescritível e capturá-la em um resgate é uma realização muito subjetiva. Por isso os profissionais possuem opiniões muito diferentes sobre como descrever e classificar um projeto desta natureza, chegando a questionar a validade de se criar mais resgates (SHAW, 2012; LICKO, 1996; VANDERLANS, 1996; DOWNER, 1996).

Os designers que desenvolvem esta categoria de projeto defendem que os melhores tipos do passado devem estar disponíveis em novas tecnologias, para que se mantenha uma continuidade histórica e cultural, possibilitando o benefício do conhecimento de antigos tipógrafos (SHAW, 2012). Downer (1996) identifica a existência de dois grupos de profissionais que realizam o resgate tipográfico. O primeiro é composto por designers inexperientes, que praticam a atividade para aprimoramento técnico, desenvolvendo a percepção e a habilidade no desenho dos glifos. Já o segundo grupo, composto por designers experientes, realiza esta prática como uma maneira de homenagear grandes artistas do passado ou como estratégia competitiva de mercado.

Se esta é uma prática tão presente na tipografia, quais são seus fundamentos? É possível apontar o que define um resgate, uma adaptação, uma cópia, um projeto inspirado ou mesmo um resgate mal executado? Para res-

ponder esses questionamentos, busca-se identificar as características elementares de um resgate tipográfico e suas principais abordagens. Um conjunto de indicações para a criação de fontes digitais de resgate tipográfico é definido ao término destas análises, com a definição de uma terminologia apropriada e seus limites conceituais.

Sobre a terminologia utilizada

Ao traduzir o livro *Elementos do Estilo Tipográfico*, de Robert Brin-ghurst (2005), André Stolarski observa que em inglês o termo *type* pode significar tipo ou tipografia. Porém, a sutil diferença que existe entre *type* e *typography* está naquilo que enfatiza – o produto ou a atividade – e não encontra equivalente direto em português. Neste contexto, adota-se a definição feita por Farias (2004), que considera *tipografia* como o conjunto de práticas e processos envolvidos na criação e utilização de símbolos ortográficos e para-ortográficos para fins de reprodução.

O termo tipo, compatível à *typeface* é interpretado como um desenho particular para um conjunto de símbolos, reproduzidos em impressos ou em telas. Os termos *caractere* ou *face do tipo* serão considerados sinônimos. Já o termo *glifo*, neologismo originário do inglês *glyph*, pode ser entendido como "uma versão – uma encarnação conceitual e não material – do símbolo abstrato chamado caractere" (BRINGHURST, 2005, p. 357). Deste modo, compreende-se que em uma fonte digital contemporânea, um mesmo caractere pode apresentar diferentes glifos, com variações formais associadas ou não ao seu valor.

O significado adotado para *fonte* é delimitado por Farias da seguinte maneira:

[O] termo fonte deveria ser reservado a conjuntos de caracteres implementados como tal, isso é: conjuntos para os quais foram determinados não apenas os desenhos de suas faces, mas também as características métricas e de espaçamento que determinam a relação entre estes e outros glifos (FARIAS, 2004).

De encontro com a pesquisadora, entende-se uma *fonte digital* como um arquivo de dados eletrônicos contendo um amplo conjunto de instruções para a correta reprodução dos glifos, juntamente com informações que regulam o espaço entre as letras, palavras e linhas.

A nomenclatura em inglês do objeto deste estudo, *type revival*, também apresenta uma variação semântica que pode causar equívocos de interpretação. A tradução adotada neste texto, *resgate tipográfico*, oferece significados mais próximos ao seu equivalente estrangeiro. A palavra resgate amplia a noção de recuperação, somando-se a ela as ideias de cumprir, desempenhar ou executar novamente, algo que foi privado por perda, destituição ou destruição. Relacionando estes conceitos com os tipos, é possível interpretar o termo como a recuperação das formas dos glifos, de modo que seu uso e seu reconhecimento sejam possíveis, oferecendo a sua reintegra-

ção como material de trabalho e ferramenta de comunicação. Contemplando a área de atividade, considera-se também a recuperação das propriedades físicas ou de material intelectual relacionados à tipografia, tal como eram originalmente, bem como reintegrá-los de forma adequada para uso contemporâneo. A escolha deste termo em oposição à outros, se dá porque os conceitos e o uso da palavra *resgate* já ocorrem na literatura sobre tipografia em português (GOMES, 2010; FARIAS, 2001; WILHIDE, 2011 e BOMENY, 2010). E outros termos, como *revificação* ou *revitalização*, podem apresentar o sentido de dar maior eficiência. O que implica em uma modificação entendida como melhoria funcional e pode provocar divergências. Esta melhoria pode ser interpretada por outro profissional como falha, má execução ou interferência prejudicial ao design.

O termo *tipográfico*, por sua vez, é utilizado por oferecer uma amplitude semântica similar ao original, fazendo alusão a área de atividade completa. Em convergência com as definições de Farias (2004), pode-se adotar *resgate tipográfico* para projetos de criação de fontes, digitais ou não, relacionados à recuperação, adequação tecnológica, inspirados em letreiramentos históricos, alfabetos litografados ou de xilografuras, entre outras possibilidades. Não limitando-se apenas aos tipos originalmente produzidos em metal, madeira ou fotocomposição. Inclusive, esta variação pode auxiliar na classificação dos diferentes resgates.

Fundamentos teóricos

É necessário analisar as diferentes opiniões sobre como se configura um resgate tipográfico para que se esclareça suas principais características. Para Licko (1996), a criação de fontes digitais de resgate tipográfico estendeu a busca pela perfeição. Embora a maioria reproduza os tipos usados em chumbo, almeja-se uma qualidade inatingível. Segundo ela, raramente os designers capturam o calor e a suavidade oferecidas pelo ganho de ponto e o acúmulo de tinta da impressão tipográfica. Assim, esta evolução se apresenta particularmente estranha considerando que o desenvolvimento tecnológico na criação de tipos reduziu as restrições e ofereceu maior liberdade de expressão.

Por outro lado, Lo Celso (2000) observa que há um sentido mais sutil de resgate implícito na história da impressão. O constante processo de imitação/inação, impulsionado pela comunidade tipográfica e mantido pelo conservadorismo dos leitores em sua necessidade de formas convencionais e imediatamente reconhecíveis. Ele reconhece que o resgate tipográfico é compreendido muitas vezes como a simples conversão tecnológica, porém esta característica isolada não define corretamente a atividade.

Muitas decisões são necessárias ao se adaptar um original para uma nova produção, abrindo espaço para interpretações (KELLY, 2011). O modo como o designer de tipos articula diferentes fatores faz com que o projeto seja considerado imitação, redesign, homenagem ou outras classificações. Bigelow e Seybold (1981) propõe que o resgate ocor-

re quando o modelo original se estende mais para o passado, além da fase tecnológica ou cultural anterior, diferente de uma adaptação.

Downer, por sua vez, define um resgate tipográfico como:

[...] uma releitura moderna de um design de tipos antigo, especialmente um que se originou em uma época inicial da história da tipografia e, portanto, representa uma tecnologia considerada obsoleta para os padrões de composição atuais. Isto implica que qualquer interpretação digital de um design original criado em um período ligeiramente mais antigo desta era digital não é um resgate, porque a tecnologia digital não se tornou obsoleta; nem mesmo a maioria dos formatos de fontes (DOWNER, 1996, p.10).

O fator histórico e o tecnológico se mostram determinantes para a classificação. O histórico é dividido em duas fases. A primeira é identificada como o momento passado, quando ocorre a criação ou o uso corrente do design original. O segundo é o momento no qual se realiza ou se propõe o resgate. Esses dois não podem ser diretamente seguidos, pois não haveria o distanciamento histórico-cultural necessário. O que configuraria a atividade como *adaptação*.

O fator tecnológico é de grande influência, pois conceitualmente não é possível resgatar algo que já está presente na tecnologia contemporânea. Caso esteja em uma diretamente anterior à predominante, novamente será considerada uma adaptação e não um resgate. Em relação à essa questão, tome-se como exemplo a Bíblia de 42 Linhas (figura 1). Em relação a ela Lo Celso observa:

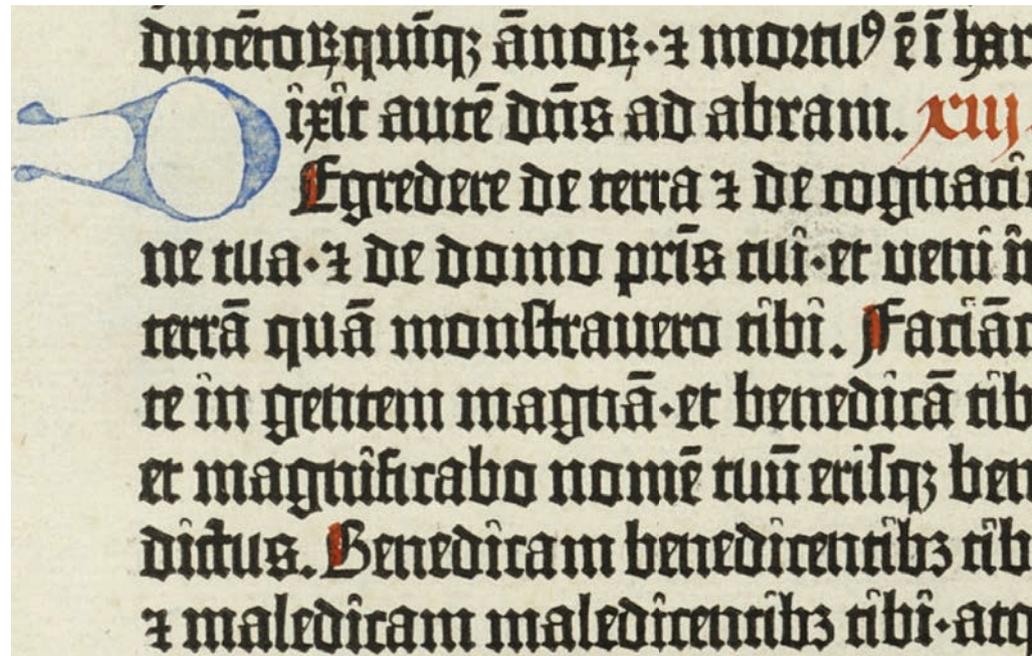
[...] parece claro que a metáfora comum sobre a imitação do manual de escribas medievais feito por Gutenberg para os incunábulo poderia ser aplicado com sucesso em outros casos históricos. Situações semelhantes podem ser verificadas na mudança da composição manual para a composição mecânica, máquinas de fundição e composição de tipos para a tecnologia de fotocomposição e da fotocomposição para o meio digital (LO CELSO, 2000, p.5).

Shaw (2012) observa que os resgates tipográficos foram temas de muitos debates no curso dos últimos 120 anos, e tendem a ocorrer em momentos de mudanças tecnológicas abruptas, quando os profissionais discutem a melhor maneira de seguir adiante. Boa parte dos tipos antigos foi ressuscitada neste período. De 1960 a 1980, a maioria foi desenhada para fotocomposição, e a partir de 1980, projetados para o suporte digital (BRINGHURST, 2005). Muitos deles foram regravados anteriormente como tipos de fundição ou como matrizes de linotipo ou monotipo.

Percebe-se que estes avanços são causas ou consequências de mudanças de paradigmas em suas respectivas épocas. Por isso, não é possível classificar um resgate tipográfico apenas com base na tecnologia. É necessário considerar os critérios de escolha do design original e as decisões tomadas em relação a sua dualidade histórica.

Figura 1 Detalhe da Bíblia de 42 linhas produzida por Gutenberg. Repare que os primeiros tipos impressos, criados por Gutenberg, copiavam as formas das letras góticas usadas pelos escribas até então. Além do corpo de texto em preto, é oportuno observar que, as capitulares (em azul) e as notas (em vermelho) foram grafadas à mão.

Fonte BIBLIOTHÈQUE MAZARINE. Disponível em: <<http://mazarinum.bibliothèque-mazarine.fr/>>. Acesso em: 01 Out. 2016.



Em muitos casos o termo *clássico* é usado como argumento para a realização de um resgate, porém esta atribuição se baseia em critérios subjetivos que podem não ser aceitos pelos pares no campo do design gráfico e de tipos. Shaw (2012) sinaliza que os resgates tipográficos envolvem questões que ultrapassam a simples indagação se deveriam existir. Ele também identifica que descrever a obtenção um resgate é a tarefa mais difícil, uma vez que existem muitos níveis de resgate, como fac-símiles, adaptações tecnológicas, atualizações e resgates puros. Desta forma, é necessário identificar quais são os níveis mais recorrentes para se propor uma classificação.

Jane Patterson expõe a seguinte opinião:

Ao criar um resgate tipográfico, eu fico definitivamente mais preocupada com a preservação do projeto original. [...] um resgate não é sobre criatividade. Trata-se de uma reprodução fiel de uma criação já existente (*apud* DOWNER, 1996, p. 13) .

A transposição dos glifos de uma tecnologia ultrapassada para outra mais moderna pode ser considerada como o primeiro nível de um resgate. Neste caso as formas originais são reproduzidas da maneira mais fiel possível, evitando interferências pessoais.

Matthew Carter (*apud* DOWNER, 1996) reconhece que existem diferentes níveis de fidelidade ao original, desde representações literais até *improvisações sobre o tema*. Para ele, sua fonte Big Caslon é a que mais se aproxima de uma origem histórica específica, já que os tamanhos 72, 60 e 48 pontos de Caslon foram utilizados como modelos. Ele decidiu compartilhar em sua fonte a maior parte das características presentes neste trio (Figura 2).

Carter comenta:

Big Caslon

Figura 2 Big Caslon, de Matthew Carter (1994).

Fonte DOWNER, 1996, p.11.

Para mim, a tarefa de projetar um resgate histórico não é fazer uma reconstrução fiel, mas capturar uma essência que deve envolver interpretação e síntese. Quer se trate de melhoria é outra questão. Eu não podia aspirar a melhorar qualquer dos originais que eu tenho revitalizado, exceto no sentido de concentrar em um tipo de letra as melhores qualidades de um conjunto maior de trabalho (*apud* DOWNER, 1996, p. 12).

Assumindo a possibilidade de interferência, um resgate pode apresentar alterações propositais na forma dos glifos. No caso de Carter, é uma opção que sintetiza um conjunto de características importantes da família tipográfica. A prática do resgate tipográfico é um exercício de compreensão do modelo original. Ainda sobre a relação entre fidelidade e a interferência deliberada, Fred Smeijers observa:

[...] a combinação das melhores qualidades de vários exemplos de um mesmo tipo ou estilo pessoal em um único tipo novo pode se tornar parte do trabalho de fazer um resgate. A síntese é inevitável, muitas vezes deliberada. Às vezes, porém, um designer de tipos resiste conscientemente ao desejo de misturar ou combinar elementos de destaque ao fazer um resgate, a fim de manter a integridade de um projeto particular (*apud* DOWNER, 1996, p.13).

Lo Celso (2000) exemplifica que os tipos Centaur, Dante, Times New Roman, Caledonia, Sabon e Galliard são casos de síntese. Resultados de pesquisas profundas em designs clássicos. Não são cópias, mas recriações executadas por pessoas que conseguiram equilibrar tradição e sentido de futuro (Figura 3).

Figura 3 Exemplos de casos de síntese no Resgate Tipográfico. Centaur (1929), Dante (1955), Times New Roman (1931), Caledonia (1938), Sabon (1965) e Galliard (1978).

Fonte Dos autores, 2016.

Centaur

Caledonia

Dante

Sabon

Times New Roman

Galliard

Para Jonathan Hoefler existe algo além da adaptação fiel ou desta síntese:

Mais importante do que as virtudes de uma fonte histórica é o diálogo entre o objeto original e sua restauração, no qual as intenções de ambos os designers estão articuladas [...] pode ser considerado mais como uma interpretação do que uma réplica; o objetivo torna-se não imitar as formas de um tipo, mas transmitir o seu espírito (*apud* DOWNER, 1996, p. 12).

Shaw (2012) reconhece que o verdadeiro desafio é o quão bem um resgate consegue manter o espírito do seu modelo original, mesmo adaptado para funcionar em novas tecnologias e circunstâncias. Considerando a subjetividade do trabalho, compreende-se pela proposta de Hoefler que o designer pode e deve se permitir interferir no design, de modo a expor sua interpretação daquele trabalho. Esta adaptação é resultado da percepção dos originais em um novo momento histórico-cultural, inspirando novas ideias.

As alterações realizadas no processo de resgate podem ocorrer, em maior ou menor quantidade. De forma direta, quando o designer deixa explícito que o resultado do seu projeto é uma interpretação. E indireta, porque os glifos precisam se adequar a novos suportes e mecanismos, para os quais não foram projetados originalmente. Percebe-se que o resultado nunca será 100% fiel ao original, mesmo que esta seja a intenção do designer, pois se ajustam à novos parâmetros técnicos e culturais no momento do resgate.

Um exemplo desta influência é a Golden Type, de William Morris, projetada em 1890 como uma reinterpretação do tipo romano de Jenson, mas com serifas inferiores em formas slabs (Figura 4). Por mais que Morris desprezasse as fontes usadas na publicidade de seu tempo, seu trabalho foi influenciado, conscientemente ou instintivamente, por esta tendência (TAM, 2002).

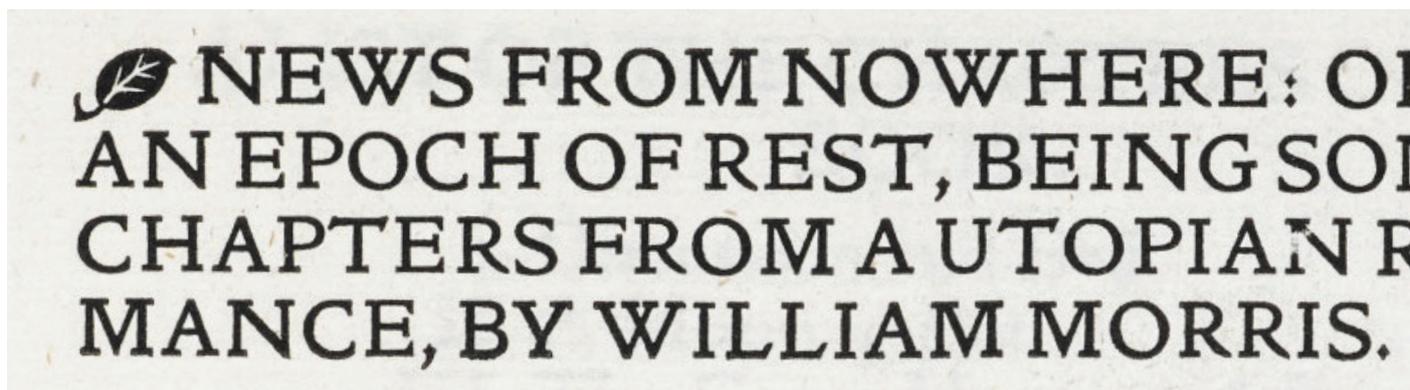


Figura 4 Detalhe da fonte *Golden Type* de William Morris em uso no livro *News from Nowhere* de 1892.

Fonte BRITISH LIBRARY. Kelmscott Press edition of William Morris's *News from Nowhere*. Disponível em: <<http://www.bl.uk/collection-items/news-from-nowhere-by-william-morris>>. Acesso em: 20 fev. 2016.

Com foco nas interferências propositais, Keith Tam (2002) exemplifica que ao projetar a fonte Charter, Matthew Carter intencionava criar um resgate dos tipos de Fournier, porém acrescentou novas características ao desenho para enfrentar os novos desafios de reprodução. Neste caso, as serifas foram adaptadas para formas slabs, embora mantivesse pura a elegância dos glifos originais (Figura 5).

ABCDEF GHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ &
 ABCDEF GHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ I234567890
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz I234567890
 ABCDEF GHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ &
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Figura 5 Bitstream Charter Regular e Italic, 1987. Quando a Bitstream pela ITC, foi renomeada como ITC Charter em 1987.

Fonte RE, Margaret (org.). *Typographically Speaking: The Art of Matthew Carter*. Nova Iorque: Princeton Architectural Press, 2003, p.78.

Ao lançar a família Mrs. Eaves, Zuzana Licko (1996) conta que decidiu por uma linha de projeto não explorada. Segundo ela, o acentuado contraste no tipo Baskerville era novo na época de sua criação, devido ao desenvolvimento tecnológico na impressão e produção de papel.

Um aspecto do tipo de Baskerville que eu pretendia reter é a de grande abertura e leveza do conjunto. Para alcançar este objetivo enquanto reduzia o contraste, tive que oferecer aos caracteres minúsculos uma proporção mais ampla. A fim de evitar o aumento da largura de todo o conjunto, eu reduzi a altura de x. Consequentemente Mrs. Eaves tem a aparência de ser composta em tamanho um ponto menor do que o tamanho de tipo recorrente em texto com minúsculas (LICKO, 1996, p.5).

Figura 6 Mrs Eaves, de Zuzana Licko (1996), resgata de modo mais livre os tipos Baskerville do século 18.

Fonte LICKO, 2009

ABCDEF GHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklm
 nopqrstuvwxyz

Licko (1996) reconhece que determinados aspectos provavelmente contradizem as intenções de Baskerville, mas sua proposta foi explorar os elementos que se tornaram familiares e legíveis para o leitor de hoje, oferecendo sua própria interpretação de um tipo mais solto (Figura 6).

A aparente liberdade de adaptação durante o processo de resgate, juntamente com versões para tecnologias diferentes, geram uma confusão de nomes, atribuições e licenças em relação as fontes oferecidas no mercado. Downer (1996) observa que nem todos os tipos oferecidos pelos fabricantes como resgates autênticos são de fato genuínos.

Como a máquina de cada fabricante foi feita de modo diferente, toda adaptação de um padrão de tipos anterior que fosse oferecido, era esperado e permitido pelos tipógrafos, que houvesse variação do seu modelo de alguma maneira. Além disso, não havia forma possível para que cada fabricante protegesse seus tipos adaptados tanto na fidelidade quanto legalmente, exceto por chegar a um nome que já estava em uso e buscar uma marca registrada do mesmo. Isto explica em parte porque tantos tipos de aparência similar têm diferentes nomes comerciais e porque tantas interpretações diferentes de tipos tradicionais apresentam nomes semelhantes (DOWNER, 1996, p.16).

A ideia de clássicos revisitados adquiriu uma alta reputação durante o século XX e as demandas de uma grande indústria tipográfica na América e na Europa transformaram este revisionismo em uma atividade lucrativa para as empresas de distribuição de tipos (LO CELSO, 2000).

Esta prática é atestada pelas incontáveis Garamonds existentes. Algumas são inspiradas nos tipos do tipógrafo francês, outros em impressos de qualidades variadas e há ainda os que são atribuídos erroneamente. Por exemplo, a ITC Garamond, desenhada por Tony Stan, foi lançada em 1975 e muitos acreditavam ser um resgate dos tipos de Claude Garamond (DOWNER, 1996; CARDINALI, 2004). Porém, nesta época a ITC produzia muitos tipos com apelo para a publicidade, apresentando maior altura de x, espaçamento mais apertado, entre outros modismos. Inclusive seu material de vendas anunciava o tipo como *rephrased* (reformulada) e não *revival*. Downer (1996) comenta que o resultado dos esforços de Stan foi uma série de tipos tão distante dos originais que certos aspectos parecem ir contra a estética do tipógrafo renascentista. Esta e outras Garamonds comprovam o impacto das decisões tomadas no desenvolvimento de resgates tipográficos, tanto na escolha do original quanto nas adaptações (figura 7).

A atribuição em um projeto desta natureza pode ser uma armadilha. Kelly (2011) adverte que a origem do tipo pode ser identificada de forma errada e se atribui uma autoria equivocada, e complementa:

Mesmo quando a atribuição é correta, a escolha do tamanho do modelo original para a nova fonte pode ser um problema. Antes do advento da máquina de corte de punções pantográfica em 1880, cada tamanho de cada estilo era cortado à mão. Inevitavelmente, há variações entre os ta-

manhos, não só por causa das diferenças inerentes ao trabalho manual, mas também devido a modificações gerais introduzidas pelo puncionista para compensar as variações na percepção ótica em tamanhos diferentes. Essa variação pode ser muito significativa, e afetar de maneira relevante a aparência do texto em uma página (KELLY, 2011, p.13).

- A) Garamond Adobe
- B) Garamond Stempel
- C) Garamond Simoncini
- D) Garamond Monotype
- E) Garamond ITC

Figura 7 Variações da Garamond. De cima para baixo em A) versão de Robert Slimbach para Adobe, 1988; B) Fundidora Stempel (versão digital Linotype), 1924; C) Francesco Simoncini, 1958; D) Fritz Max Steltzer para Monotype, 1922; e E) Tony Stan para ITC, 1970.

FONTE: LO CELSO, 2000.

Percebe-se que o material contendo a representação do tipo original e o método usado influenciam no resultado obtido. Lo Celso (2000) reconhece que o conceito de imitação se torna mais complexo e deixa espaço para várias opções.

Em diversos casos são utilizadas muitas fontes de referência diferentes para que se recupere as formas dos glifos; ou ainda com a mesma referência de origem mas com métodos diferentes para traçar as letras. E além da origem dos tipos e do método selecionado, os aspectos distintivos do projeto também podem ser reforçados devido às diferentes intenções dos designers (CELSO, 2000, p.6).

O método adotado pode variar de acordo com as intenções do designer, porém Kelly apresenta os quatro passos principais usados por Morris na criação de um resgate tipográfico:

- 1º – Pesquisar os melhores exemplares do design em questão;
- 2º – Utilizar fotografia e ampliações para ajudar a revelar o verdadeiro caráter das letras;
- 3º – Buscar a essência do design; não uma mera reprodução servil de imagens fotográficas;
- 4º – Adaptar o projeto para produção e uso atual (KELLY, 2011, p.6) .

Shaw (2012) observa aspectos discutíveis nestes passos. Segundo o pesquisador, um dos mais controversos no resgate é a natureza da qualidade do modelo que se baseia. Por sua vez, Lo Celso (2000) questiona qual seria a referência mais adequada, considerando que o criador do design original desenvolveu o tipo para ser impresso sob determinadas condições. A punção, o tipo de metal ou a forma impressa?

Os critérios para a escolha dos melhores exemplares também são discutíveis. O parâmetro estético é subjetivo, dependendo do julgamento feito pelo designer. Além disso, a intenção do projeto pode variar de uma reprodução fiel, passando por uma inspiração ou interpretação, chegando até mesmo a extrapolação de características. A forma impressa é a referência mais usada para um resgate tipográfico, uma vez que esse material oferece as melhores oportunidades de acesso. Ainda assim, a aparência dos tipos está sujeita ao estado de conservação dos suportes.

Os tipos móveis ou matrizes originalmente gravados em madeira ou metal podem fornecer um maior entendimento das suas formas, complementando a observação dos impressos. Melhor ainda, seria consultar os desenhos originais, porém quanto mais antigo for o tipo, mais difícil é encontrar este material.

O segundo passo consiste na ampliação dos melhores exemplares para análise das formas dos caracteres. Sobre este ponto Kelly ressalta:

[...] o estudo informado e a seleção dos primeiros espécimes impressos é fundamental. Em primeiro lugar, o melhor impresso deve ser fotografado, e as letras são mais nítidas quando entintadas ligeiramente abaixo do normal, onde os detalhes do original podem ser mais facilmente percebidos. [...] Também deve ser determinado quais as páginas que representam a versão mais pura do trabalho do puncionista original (KELLY, 2011, p.12).

Shaw (2012) critica a colocação de Kelly quanto ao uso obrigatório da fotografia. A ampliação é necessária para a análise das formas e uma alternativa para isso é a digitalização por meio de um scanner e softwares gráficos.

O terceiro requer atenção especial porque definir a essência de um tipo é muito subjetivo. O mais recorrente é tentar compreender o desenho

dos glifos e a intenção do autor com base nos documentos impressos. Lo Celso (2000) expõe que é necessário remover o ruído e a distorção existentes para alcançar a maior fidelidade possível. Ele apresenta as sugestões de Bigelow & Seybold (1981) possibilitando a restituição da forma dos glifos por dois caminhos. Primeiro, corrigindo suas deformidades ao compreender a origem da degradação (tipos ou matrizes defeituosas, impressão ruim, papel de má qualidade, mal estado de conservação, e outros). Segundo, reconstruir os glifos a partir das deformidades, utilizando o conhecimento das reais características do design original (com base nos modelos das letras, características anatômicas, conhecimento do trabalho do autor, comparação com outras fontes e *specimens* em melhor qualidade).

O último passo apresentado, engloba um conjunto de decisões técnicas que visa a adequação dos caracteres para novos mecanismos, de modo que a fonte criada seja eficiente em tecnologia contemporânea.

O designer também deve levar em conta a ética no seu trabalho, já que não é possível recriar a atitude de outro profissional. Para Vanderlans (1996) há uma grande confusão sobre o uso de *sampling* e cópia das formas tipográficas. Ele questiona se o processo utilizado altera a concepção de cópia.

Qual é a diferença, por exemplo, entre se tomar um pedaço de papel vegetal e traçar sobre uma impressão de um specimen antigo e alterá-lo um pouco (como foi feito quando Tschihold criou a Sabon), e copiar os dados digitais de uma fonte digital existente e alterando ligeiramente as coordenadas? A diferença, claro, é a quantidade de trabalho envolvido em fazer desenhos a partir do zero, sejam eles digitais ou analógicos. Além disso, e talvez mais importante, quando as fontes se tornaram digitais, tornaram-se protegidas pelas leis de direitos autorais de software, tornando-se ilegal copiar e revender o código digital. Independentemente do quanto você pode alterá-lo, é simplesmente contra a lei fazê-lo. Mas não é impossível de fazer. (VANDERLANS, 1996, p.8).

Se uma das premissas do resgate tipográfico é copiar o design de um profissional do passado, em qual momento o designer que resgata é considerado autor do projeto? Vanderlans (1996) amplia esta questão indagando se é possível identificar o quanto é necessário mudar um projeto para reivindicar sua autoria. Como é de se esperar, não há uma resposta clara. A ética, as regras ou as normas de conduta que regem a profissão, é tudo que existe como guia.

Levando em conta o inerente diálogo entre o trabalho dos dois profissionais, quanto mais livre for a adaptação, enquanto síntese, interpretação ou extrapolação das formas, mais autoria pode ser creditada ao profissional que realiza o resgate. Neste contexto adota-se uma postura de co-autoria inevitável porque quanto mais distante do design original, menos o projeto será considerado um resgate tipográfico.

Classificação e indicações para a realização de um resgate

As informações recolhidas estão organizadas de forma a propor uma classificação dos resgates tipográficos, seus limites teóricos e um conjunto de indicações para auxiliar o designer de tipos. Essa classificação está baseada em: distanciamento histórico, tecnologia utilizada e, principalmente, na atitude do designer em relação ao original.

Os quatro níveis fundamentais de resgate tipográfico existem entre dois extremos. O primeiro é a réplica, no qual o projeto é considerado uma *adaptação fiel* do design original, em uma tecnologia e/ou momento histórico diretamente posterior ao seu uso ou criação. O extremo oposto é a novidade. Um *design inédito* sem vínculo direto com projetos antigos e nem tecnologias ultrapassadas, criado em momento histórico, cultural e tecnológico distante do primeiro.

A *reprodução fiel* é o primeiro nível de um resgate. Configura-se como a adaptação tecnológica de um design pertencente a um período histórico distante, criado em uma tecnologia ultrapassada. Neste projeto, o designer pretende ser o mais fiel possível ao original, evitando ao máximo sua interferência nas formas e nas relações dos glifos.

O segundo nível é a *síntese formal ou estilística*. Esta prática vai além da adaptação tecnológica. Não se almeja fidelidade extrema a um tipo específico, mas a reprodução de características que definem uma família tipográfica ou descrevem o trabalho de um profissional de um período histórico e tecnológico antigo. O importante é perceber quais são os atributos elementares e transcrevê-los para o suporte digital de modo que respeitem os originais.

A *interpretação* ocorre no terceiro nível e o designer possui papel ativo de co-autor. O resultado não é uma representação submissa ao antigo, mas uma interpretação do design original sob a ótica contemporânea. Neste resgate, novas características são acrescentadas sem prejudicar as originais.

O último nível fundamental de um resgate tipográfico é a *exploração formal*. Assumindo que a interferência do designer é inevitável, adota-se uma liberdade de trabalho maior. Permite-se explorar as formas originais, de modo a produzir uma releitura, que extrapola características do original em detrimento de outras. É importante destacar que não se retiram características elementares, pois deste modo deixaria de se configurar como um resgate, se enquadrando no estágio de transição posterior.

A partir do momento que o designer seleciona referências antigas de um estilo, modelo de letra ou trabalho de um profissional para a criação de uma fonte nova, sem obrigação de se manter fiel as características originais, ele está fazendo um *design inspirado* e não um resgate. O profissional retira características indesejadas e utiliza apenas as que acredita serem mais relevantes. Quanto mais se afasta do modelo original, mais se aproxima do extremo de um *design inédito*. Não há atribuição direta a nenhum profissional do passado.

propriamente dito e o que é do suporte. Um cuidado especial deve ser reservado aos impressos feitos com antigos tipos móveis, pois cada fonte era projetada para o seu respectivo tamanho ótico e gravados manualmente por pessoas diferentes. Os próprios tipos podem ser estudados, como também as matrizes, punções e até mesmo os desenhos originais. Porém quanto mais antigo o design original, mais difícil é ter acesso a este material.

O último grupo diz respeito a historicidade do original. São informações sobre o período histórico, características culturais, biografia do criador e práticas profissionais da época, que podem auxiliar na compreensão do design e na correta adaptação para uma nova tecnologia, sem ocorrer anacronismos (quadro 2).

INFORMAÇÕES DO DESIGN ORIGINAL QUE DEVEM SER ANALISADAS DE ACORDO COM:			
SISTEMA USADO	MATERIAL DE ESTUDO	HISTORICIDADE	
Modelos de escritas históricas (suas formas e construção)	Desenhos originais	Biografia e trabalhos do criador	
Litreiros (uso comercial, industrial e métodos de produção)	Punções	Histórico do tipo, da fonte ou do modelo de letra	
Matrizes manufaturadas para impressão direta (xilografia e litografia por exemplos)	Matrizes em metal, madeira ou fotográficas	Análise dos suportes no contexto histórico	
	Tipos		
Tipos	Móveis (em metal ou madeira)		Specimens, catálogos e/ou manuais
	Mecanizados: composição a quente (Linotipo, Monotipo e outros)	Documentos impressos (devidamente identificados)	Práticas profissionais na criação e no uso dos tipos originais
	Fotográficos: composição a frio (fotocomposição e letras transferíveis)	Reproduções ou documentos digitalizados (em casos de material muito antigo ou raro)	Informações culturais e filosóficas da sociedade em que está inserido

Quadro 2 Informações relevantes para análise e criação de resgates tipográficos

Fonte Dos autores

O conteúdo destes três grupos auxiliam as decisões tomadas pelo designer durante o processo de trabalho e oferecem um maior nível de capacitação para a avaliação de um resgate tipográfico. Quanto mais informações forem adquiridas, maior será a chance de um resultado estético e técnico de qualidade.

PASSO	OBJETIVOS	ATIVIDADES
1	Pesquisa do design original e seleção das melhores amostras.	<ul style="list-style-type: none"> ¶ A escolha do design original, que dependera da sua relevância estética e cultural, do acesso ao material de estudo e da disponibilidade para consulta constante durante o processo de trabalho; ¶ Pesquisas históricas e técnicas relacionadas ao design original selecionado; ¶ Digitalização e seleção de amostras para cada letra, número, símbolo, pontuação e outros elementos tipográficos; ¶ Análise comparativa para a seleção das melhores amostras, levando em consideração: nitidez, proporção, coerência formal, frequência, entre outros.
2	Ampliação das amostras e desenho.	<ul style="list-style-type: none"> ¶ Ampliação das amostras selecionadas e impressão; ¶ Desenho manual destas amostras (é comum o uso de papel vegetal, lápis, canetas e tinta); ¶ Estudo das formas e das relações existentes entre os elementos construtivos; ¶ Análise comparativa com os originais; ¶ Seleção e digitalização dos melhores exemplares.
3	Vetorização e padronização anatômica.	<ul style="list-style-type: none"> ¶ Vetorização dos desenhos; ¶ Adaptações técnicas para o novo suporte digital; ¶ Padronização dos elementos anatômicos das letras; ¶ Espaçamento básico; ¶ Testes de impressão preliminar e comparação com o design original.
4	Adaptação para uso contemporâneo, validação com o original e finalização da fonte.	<ul style="list-style-type: none"> ¶ Refinamentos estéticos e técnicos para aceitação contemporânea do design; ¶ Ajustes de espaçamento e kerning; ¶ Testes de impressão e comparação com o design original; ¶ Programação, ajustes de hinting para visualização em tela e outras necessidades técnicas para a finalização da fonte.

Quadro 3 Principais passos para a criação de fontes digitais de resgate tipográfico

Fonte Dos autores

A metodologia pode variar bastante de acordo com o material adquirido, as informações coletadas e a proposta de trabalho. Mesmo assim, é possível definir uma sequência básica de passos usando as práticas identificadas neste estudo. No quadro 3 são apresentados os principais passos para a criação de uma fonte digital de resgate tipográfico, juntamente com seus respectivos objetivos e atividades.

A pesquisa histórica e o estudo de documentos são indispensáveis e podem aumentar muito a duração do projeto em comparação a outros de design de tipos. Algumas atividades – como desenho, vetorização e espaçamento – são repetidas diversas vezes até se alcançar o resultado ideal. Juntamente com a constante análise comparativa entre o original e o seu redesign.

Considerações finais

Não é o objetivo deste estudo esgotar os questionamentos sobre o tema, buscou-se apenas fornecer subsídios que auxiliem designers gráficos e de tipos em projetos de resgate tipográfico. Para tanto, buscou-se identificar e compreender os limites metodológicos e conceituais de um resgate tipográfico. Mesmo sendo uma prática realizada desde os primórdios da tipografia, delimitar as características essenciais de um resgate é um grande e controverso desafio. As recorrências e questões levantadas na revisão da literatura permitiram um entendimento consistente sobre essa prática, identificando-se fatores que devem convergir para que o projeto seja verdadeiramente considerado um resgate tipográfico. Constatou-se que o acréscimo ou a retirada de algum fator se revela decisivo para a sua correta classificação. Por isso, maiores estudos das características complementares de um resgate se mostram necessários. Contudo, também percebe-se a possibilidade de um aprofundamento da questão a partir de novas subclassificações utilizando as informações relacionadas à tecnologia de impressão utilizada, a natureza do suporte e a historicidade do tipo original.

Mesmo com a identificação destes fatores, os limites projetuais podem se apresentar flexíveis de acordo com as intenções dos profissionais envolvidos no resgate tipográfico. Principalmente em relação à subjetividade relacionada ao reconhecimento da essência de um tipo. Para se esclarecer esta questão é necessário um estudo específico sobre como as formas tipográficas e as suas deformidades mais recorrentes nos impressos influenciam nesse aspecto tipográfico. Portanto, mais do que utilizar as informações relacionadas à anatomia geral de um tipo é necessária a adoção de uma abordagem conceitual em relação à essa essência.

As características técnicas e estruturais do desenvolvimento de uma fonte de resgate tipográfico são equivalentes as existentes na criação de uma inédita. Porém o trabalho de resgate não oferece liberdade equivalente, já que deve ser fiel às principais características da fonte original. Identificou-se uma preocupação constante sobre a atitude do designer de tipos durante o processo de trabalho. Em sua grande maioria, são as escolhas adotadas que definem o verdadeiro direcionamento do projeto e não as tecnologias utilizadas ou suportes estudados. Fica claro que um grande distanciamento da aparência original tende a descaracterizar por completo o projeto. Sendo assim, esse modelo de trabalho é reconhecido como uma co-autoria de design, ficando evidente que as questões éticas e conceituais se mostram mais influenciadoras no julgamento de qualidade do que aparentavam inicialmente.

Ao final deste estudo, constata-se que as informações coletadas e analisadas servem positivamente como parâmetros sistemáticos para a criação de fontes digitais de resgate tipográfico, bem como critérios para julgamento de qualidade do resultado obtido neste tipo de projeto.

REFERÊNCIAS

- BIGELOW, Charles., SEYBOLD, Jonathan. **Technology and the Aesthetics of Type: Maintaining the 'Tradition' in the Age of Electronics.** The Seybold Report, 1981. Disponível em: <<http://bigelowandholmes.typepad.com/bigelow-holmes/2015/05/digital-type-archaeology-1.html>>. Acesso em: 14 nov. 2015.
- BOMENY, Maria Helena Werneck. **Os manuais de Desenho da Escrita.** São Paulo: Ateliê Editorial, 2010.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do estilo tipográfico.** Tradução André Stolarski. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- CARDINALI, Luciano. **Garamond: letras que bailam.** São Paulo: Edições Rosari, 2004.
- DOWNER, John. Copping an Attitude. **Emigre**, Sacramento, n. 38, p. 10-19, Spring, 1996.
- FARIAS, Priscila. **Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica.** Anais do P&D Design 2004 - 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (versão em CD-Rom sem numeração de página). FAAP: São Paulo.
- _____. **Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias.** Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- GOMES, Ricardo Esteves. **O design brasileiro de tipos digitais: A configuração de um campo profissional.** São Paulo: Blucher, 2010.
- HENESTROSA, Cristóbal; MESEGUER, Laura; SCAGLIONE, José., **Cómo crear tipografías.** Madrid: Tipo e Editorial, 2012.
- KELLY, Jerry. **Type revivals.** Nova York: The Typophiles, 2011.
- LICKO, Zuzana. **Mrs Eaves.** Emigre, Sacramento, n. 38, p. 1-5, 1996.
- _____. **Mrs Eaves: A typeface designed by Zuzana Licko.** Berkeley: Emigre, 2009.
- LO CELSO, Alejandro. **A discussion on Type Design Revivalism.** Dissertação (MA in Typeface Design). University of Reading, Reading, 2000. Disponível em: <http://academic.typeculture.com/wp-content/uploads/2016/02/tc_article_23.pdf>. Acesso em: 14 nov. 2015.
- SHAW, Paul. **Book Review—Type Revivals.** Disponível em <<http://www.paulshawletterdesign.com/2012/09/book-review-type-revivals/>>. Acesso em: 13 ago. 2015.
- TAM, Keith. **The “revival” of slab-serif typefaces in the twentieth century.** Dissertação (MA in Typeface Design). University of Reading, Reading, 2002. Disponível em: <<http://keithtam.net/documents/slabserif.pdf>>. Acesso em: 14 nov. 2015.
- VANDERLANS, Rudy. Copping an Attitude. **Emigre**, Sacramento, n. 38, p. 6-9, Spring, 1996.
- WILHIDE, Elizabeth. **Como criar em Tipografia.** Belo Horizonte: Editora Gutenberg, 2011.

Recebido: 20 de Fevereiro de 2016

Aprovado: 15 de Março de 2016

Buggy Leonardo A. Costa, Lia Alcântara Rodrigues,
Laryssa Deyse de Lima Silva*

A tipografia comercial de Caruaru: história de algumas gráficas

* **Buggy Leonardo A. Costa** é mestre em design pela UFPE; especialista em gestão de empresas pela Fundação Dom Cabral; fundador da primeira digital type foundry nordestina, a Tipos do aCASO, do Laboratório de Tipografia do Agreste, em Caruaru; do Laboratório de Tipografia do Ceará, em Fortaleza; e dos cursos de design gráfico e design de produto da AESO, em Olinda. Também é professor do Curso de Design da UFC, em Fortaleza; da Pós-graduação em Design Estratégico da UNIFACS, em Salvador; e vice-presidente da Comissão Editorial da Serifa Fina. Como músico participou ativamente do Manguebeat tocando baixo no DMP & os Fulanos; como designer conquistou vários prêmios nacionais e internacionais e como autor escreveu três livros, um deles, O MECOTipo, referência no ensino de design brasileiro. Como artista realiza anualmente o trabalho performático carnavalesco Sopa de Letrinhas e está produzindo o projeto transmídia Conversas com o Tipógrafo J. Borges.
<buggy@tiposdoacaso.com.br>

Lia Alcântara Rodrigues é doutoranda em Design na UFPE, professora assistente do curso de Design da UFC e presidente do conselho editorial da Serifa Fina. Foi professora do curso

Resumo A cidade de Caruaru abriga um fragmento da história da tipografia brasileira que não está devidamente registrado nos livros. Com o intuito de contribuir para uma melhor consignação de tais fatos, inquiriu-se parte da indústria gráfica caruaruense promovendo entrevistas e vasculhando documentos a fim de enriquecer os poucos relatos existentes sobre o tema. O elenco de importantes personagens remanescentes da trajetória tipográfica local; o registro do relato de alguns deles; o levantamento de indícios que corroboraram com a longevidade das tipografias no interior de Pernambuco; a descoberta de inconsistências na proeminente obra do ilustre professor Luiz do Nascimento (1994); e, sobretudo, alguns apontamentos a respeito de oportunidades para que o design local persevere com a impressão tipográfica e possa ampliar seu campo de atuação são algumas das principais contribuições deste trabalho.

Palavras chave Caruaru, Tipografia, História, Design, Gráfica.

Letterpress printing at Caruaru: history of some print shops

Abstract *The city of Caruaru houses a fragment of Brazilian typography history that is not properly registered on books. In order to contribute to a better assignment of such facts, researchers inquired some members of the graphic industry in Caruaru, promoting interviews and scouring documents to enrich the few existing reports on the subject. The cast of important remaining characters in local typography; the record of their speeches; some findings that corroborated the longevity of the printers on the countryside of Pernambuco; the discovery of inconsistencies on the prominent work of the illustrious Professor Luiz do Nascimento (1994); and, above all, some notes on opportunities for local design to persevere on typography and expand their working field are some of the main contributions of this work.*

Keywords Caruaru, Typography, History, Design, Printing.

de design da UFPE-Caruaru, coordenadora dos cursos de Design Gráfico e Design de Produto da AESO-FIBAM em Olinda/PE, gerente de produtos da Tipos do aCASO e da Nina Bookbinding. É professora integrante do Laboratório de Tipografia do Ceará e concentra suas pesquisas nas áreas de inovação, mobiliário e tipografia.

<liaalcantara@yahoo.com>

Laryssa Deyse de Lima Silva é graduada em Design pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) em 2014. Designer atuante no mercado gráfico de Caruaru.

<larinha_dayse@hotmail.com>

Introdução

O objetivo geral deste trabalho é registrar parte da história de algumas gráficas comerciais (aquelas que atendem a encomendas de pessoas físicas e jurídicas que não intencionam o noticiário de cunho jornalístico) de Caruaru, para que se possa compreender melhor a evolução tipográfica na cidade. Outros objetivos decorrentes deste esforço são: (a) O elenco de importantes personagens remanescentes do mercado gráfico tipográfico local; (b) O registro de suas vozes; (c) A compreensão da importância de algumas gráficas tipográficas para a história local; e (d) A checagem de alguns aspectos relativos a história da tipografia em Caruaru registrados em livros.

Ruiz (1985, p. 131), define uma pesquisa de teor analítico como um “conjunto de etapas e processos a serem vencidos ordenadamente na investigação dos fatos ou na procura da verdade”.

Desta forma, os métodos utilizados nesta pesquisa visam compreender como algumas gráficas tipográficas marcaram a história na cidade de Caruaru, buscando relatos de pessoas ou parentes que a vivenciaram e que possa fornecer alguma contribuição para esta pesquisa. Desta forma, o estudo pode ser caracterizado como de natureza dedutiva, já que parte de conceitos ditados pelos participantes, para deduzir-se a história. Marconi e Lakatos (2001) descrevem uma pesquisa de natureza dedutiva como sendo um estudo que parte de conceitos gerais, teorias e leis, para aplicações em fenômenos particulares, assim fazendo uma conexão descendente.

Em complementação, foi utilizado o método de procedimento histórico, que “consiste em investigar acontecimentos, processos e instituições do passado para verificar a sua influência na sociedade de hoje” (MARCONI; LAKATOS, 2010, p. 89). A técnica utilizada foi a entrevista, que segundo a autora, consiste em um encontro de duas pessoas, a fim de que uma delas conceda a outra informações sobre um determinado assunto normalmente de cunho social. Para selecionar os entrevistados, conduziu-se uma enquete com 10 pessoas que vivem no ramo tipográfico em Caruaru para que estes indicassem as gráficas de maior relevância na história da tipografia caruaruense que ainda estivessem em atividade. A partir daí, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas, em que o entrevistador tem liberdade para direcionar as perguntas a fim de explorar o máximo possível do entrevistado (MARCONI; LAKATOS, 2010).

Para enriquecer os dados obtidos através das entrevistas, ao término de cada uma delas foi solicitado aos entrevistados documentos que ilustrassem as informações dadas sobre suas trajetórias tipográficas, o que ocasionou a coleta de algumas interessantes peças tipográficas de relevância histórica.

Realizou-se ainda uma coleta de dados junto à JUCEPE (Junta Comercial de Pernambuco), à Receita Federal, ao SINDUSGRAF/PE (Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Pernambuco) e ao SINTEGRA (Sistema Integração de Informações sobre Operações Interestaduais com Mercadorias e Serviços).

Tipografia e jornais em Pernambuco

Considerando a hipótese de que a tipografia tenha sido primeiramente instalada em Recife, Silva (1988) subscreve que Antônio Joaquim de Melo, adquirira uma tipografia em Recife. Em sua obra *Biografias de alguns poetas, homens ilustres da Província de Pernambuco*, 3v, Recife 1856-59, II, p. 255, o autor diz que:

Em 1706 ou pouco antes, abriu-se pela primeira vez na cidade do Recife de Pernambuco uma tipografia, que começou por imprimir letras de câmbio, e breves orações devotas; mas tendo a ordem Régia de 8 julho do mesmo ano, ordenado ao governador de Pernambuco, que mandasse sequestrar as letras impressas e notificar os donos delas e oficiais da tipografia, que não imprimissem, nem consentissem que se imprimissem livros nem papéis alguns avulsos; a tipografia desapareceu. (SILVA, 1988, p. VIII).

Com a Impressão Régia (1808-1810) houve uma liberação para as gráficas funcionarem, então em 1815 em Pernambuco, o comerciante Ricardo Fernandes Castanho, mandou buscar de Londres um prelo, a primeira impressora oficial registrada no estado. Mas, por falta de mão de obra qualificada ficou inoperante até 1817, quando acontece a explosão da revolução pernambucana (SILVA, 1988), e a impressora é mantida nas mãos de revoltosos.

Com a presença do impressor inglês James Prinches em solo pernambucano, juntamente com um marinheiro francês e dois frades, os revoltosos aproveitaram-se deles para difundir seus ideais (COSTA apud. Lima, 1997), surgindo assim a Oficina Tipográfica da República de Pernambuco (RIZZINI, 1968), na qual Silva (op. cit.) nomeia como a Oficina Tipográfica da 2ª Restauração de Pernambuco, também chamada de Oficina Tipográfica da República de Pernambuco 2ª vez restaurada. Nela, os revoltosos imprimiram seu manifesto em 28 de março de 1817, *O Preciso*, que divulgava os últimos acontecimentos quanto à conspiração da revolução (MACHADO, 2010).

Posteriormente é lançada a Lei Orgânica, que proclamava a liberdade de imprensa, mas o impressor ou autor continuava responsável pelas obras, estando sujeito às leis impostas (SILVA, 1988).

Sabendo do “mau uso” da tipografia de Recife, o Príncipe Regente manda confiscar e levar a tipografia para a corte. Em 1820, o governador Luiz do Rego Barreto, autorizou a construção de um prelo para aproveitar os tipos que teriam ficado, instalando a Oficina do Trem de Pernambuco, que publicou o primeiro jornal em 1821, o *Aurora Pernambucana* (NASCI-MENTO, 1994). Segundo Camargo (2003), a tipografia foi vendida a particulares com o nome de *Typographia Nacional*.

Começaram a surgir jornais periódicos, como a publicação do *Segarra* em 1821; em 1822 do *Relator Verdadeiro*, *Gazeta Extraordinária do Governo*, *O Conciliador Nacional*, *O Marimbondo*, *Gazeta Pernambucana*, *Gazeta do Governo Temporário* e *Gazeta do Governo Provisório*; em 1823 a *Gazeta Extraordinária Pernambucana*, *Diário da Junta do Governo*,

Sentinela da Liberdade na Guarita de Pernambuco, Diário da Junta do Governo de Pernambuco, Escudo da Liberdade do Brasil, Diário do Governo de Pernambuco e O Caheté (SILVA, 1988).

O tipógrafo pernambucano Antonino José de Miranda Falcão (1798-1878) tomou posse da Typographia Nacional, que passou a se chamar Tipografia de Miranda e Comp., e em 7 de novembro de 1825, publica o primeiro fascículo do Diário de Pernambuco (SILVA, op. cit).

Vários jornais surgiram conforme mostra o quadro 1. De acordo com Oliveira (1986), em 15 de janeiro de 1916 circulou pela primeira vez o jornal Imprensa Oficial, destinado à divulgação dos atos do Executivo, com oficinas gráficas funcionando em uma sala do antigo Ginásio Pernambucano (Rua da Aurora), quando circulou pela última vez em agosto de 1920. Então o jornal Diário do Estado o sucedeu em 29 de março de 1924, com oficinas nas dependências da antiga Casa de Detenção, na Rua Floriano Peixoto, composto em linotipos, impresso em máquina plana Heidelberg. Em 1967, o governador Nilo de Sousa Coelho, resolve criar o CEPE – Companhia Editora de Pernambuco, em 01 de dezembro de 1967, firmando a empresa gráfico-editora oficial do Estado, funcionando em prédio próprio à Rua Coelho Leite, nº 530, em Santo Amaro, dotada de um parque gráfico que era uma das mais completas do país.

Enquanto a tipografia em Recife já estava bem instalada e avançada, na cidade de Caruaru no período do século XIX a tipografia começava a se firmar tomando seus próprios rumos.

Tipografia e jornais em Caruaru

A imprensa inicialmente era voltada à política, mas depois de algum tempo começou a se produzir jornais voltados à outras visões. É nesse período que a tipografia chega a Caruaru, quando a imprensa já tinha deixado de ser exclusivamente política, para ser também jornalística profissional. Fez parte do grande avanço cultural o caruaruense Belarmino Maria Austregésilo Augusto de Ataíde, no período pós-República (MACHADO, 2010).

Segundo Nascimento (1994), o primeiro jornal que surgiu em Caruaru foi O VIGIA, no dia 23 de abril de 1899, impresso em tipografia própria que tinha como gerente Horácio Silva. Vários exemplares não existem mais para a comprovação de quando deixou de circular, assim não se pode afirmar, mas as últimas edições disponíveis d'O Vigia datam 14 de dezembro de 1901. Na mesma tipografia foi impresso O Corypheu, publicado em 15 de novembro de 1900. O Vigia saindo de circulação foi substituído pelo jornal O Caruaruense em 24 de dezembro de 1901. Em 26 de setembro de 1908 este jornal adquiriu novas fontes tipográficas melhorando seu aspecto gráfico e mudou-se para a Rua 15 de novembro, nº 9, onde encerrou sua circulação no dia 20 de dezembro de 1919, atingindo o número 52. Muitas outras tipografias surgiram com impressões dos jornais que cada vez mais tomavam conta da cidade, como mostra o quadro 02.

JORNAL	INÍCIO DAS ATIVIDADES	LOCAL DE IMPRESSÃO	TÉRMINO DAS ATIVIDADES
O Homem	13/01/1876	Tipografia Correio do Recife	30/03/1876
Jornal da Tarde	22/05/1885	Rua das Laranjeiras, nº 18, Recife-PE	07/06/1885
O Abolicionista	20/06/1883	Tipografia Universal, à Rua do Imperador, nº 50, Recife-PE	20/07/1883
A Tribuna	08/09/1881	Tipografia Central à Rua do Imperador, nº 73, Recife-PE	30/09/1885
América Ilustrada	06/07/1871	Tipografia Americana à Rua Duque de Caxias, nº 9	01/05/1886
Folha do Norte	19/04/1883	in folio na Rua das laranjeiras	30/07/1884
O Rebate	01/05/1883	Tipografia Mercantil, na Rua das Trincheiras, nº 50.	10/11/1889
O Recife	12/01/1888	Rua das Flores, nº 24	23/01/1888
O Binóculo	19/11/1881	Rua Duque de Caxias, nº 42, depois passou a ser impresso na Rua Estreita do rosário, nº 18, 1º andar.	1898
O Artista	01/04/1888	Rua Direita, nº 98	18/03/1891
Jornal do Recife	01/01/1859	Tipografia Acadêmica, Rua do Colégio, nº 21. Em 29 de setembro de 1860 foi transferido para oficinas próprias, na Rua da Aurora, nº 54.	08/01/1938
A Academia	13/05/1888	Tipografia Econômica	Volume único
A Exposição	10/07/1887	Tipografia Central, à Rua do Imperador, nº 73	10/07/1888
Seis de Outubro	15/03/1883	Tipografia Universal	1889
A Província	06/09/1872	Tipografia do Comércio à Rua do Queimado, nº 50 (atual Duque de Caxias)	04/06/1933
A República	14/07/1887	Tipografia Industrial à Rua do Imperador, nº 75	03/11/1888
Lanterna Magica	20/01/1882	Tipografia Mercantil e depois de alguns meses passou à Rua do Rangel, nº 16, 1º andar onde funcionava a litografia de Epaminondas Mariano de Souza Gouveia	20/09/1909
O Sport	15/12/1888	Tipografia do Comércio	--

Quadro 1 Jornais

Fonte SILVA, 1988.

TIPOGRAFIAS		JORNAIS			
Nome Fantasia	Endereço	Jornal	Início de Publicação	Término de Publicação	Notas
Tipografia d'O Caruaruense	Rua Vigário Freire, 24.	O Espinho	30/11/1902	—	
		O Progresso	10/07/1903	20/11/1903	
		O Bohemio	01/11/1908	—	
		O Gato	16/05/1909	20/06/1909	
		O Direito	15/10/1916	10/12/1916	
Tipografia de M. Freitas & Azevedo	Rua 15 de Novembro, 10.	O Bloco	01/12/1907	—	
		O Grêmio	21/03/1909	28/06/1909	
		A União	15/09/1912	05/01/1936	
		O Ideal	01/01/1916	27/10/1917	
		O Mentor	Julho/1911	23/06/1912	
Tipografia Cinco de Novembro	Rua Vigário Freire, 8. Posteriormente mudou-se para o número 68 na mesma rua.	Cinco de Novembro	14/02/1914	19/05/1931	
Tipografia Electro-Primor de Freitas & Azevedo	Rua 15 de Novembro, 23.	De Tudo Eu Sei	27/04/1919	14/09/1919	
		O Ephemero	28/11/1919	27/02/1921	
Tipografia/Livraria A Primavera de Francisco Vasconcelos	Rua 15 de Novembro, 33.	Elite	Janeiro/1924	—	
		Caruaru-Jornal	05/08/1928	Janeiro/1929	Reapareceu em 03/08/1935 sendo impresso na Tipografia São José
		Gazeta Caruaru	28/03/1931	13/02/1932	
Tipografia d'Voz de Caruaru	Rua Vigário Freire, 68.	Voz de Caruaru	23/06/1931	03/10/1931	
Tipografia Martins	Rua Vigário Freire, 174. Posteriormente mudou-se para a Rua do Comércio, 299, e depois para o número 134.	Jornal de Caruaru	03/08/1929	01/03/1953	
		A Defesa	05/06/1932	25/12/1954	Em 05/06/1934, passa a ser impresso na Tipografia São José
		A Revista do Agreste	15/08/1949	—	
		Município	Jul. de 1950	03/02/1951	
		Jornal dos Novos	Nov. de 1950	Março de 1951	
		Ganga	Jan. de 1951	Fev. de 1951	
		Agreste Esportivo	08/08/1951	—	
		Gazeta Literária	1951	1954	

Quadro 2 Tipografias e Jornais de Caruaru (Continua).

Fonte Dos autores.

TIPOGRAFIAS		JORNAIS			
Nome Fantasia	Endereço	Jornal	Início de Publicação	Término de Publicação	Notas
Tipografia Martins	Rua Vigário Freire, 174. Posteriormente mudou-se para a Rua do Comércio, 299, e depois para o número 134.	O Aciano	Set. de 1952	—	
		O Abé	13/11/1954	—	
Tipografia d'O Vanguarda	Rua Vigário Freire, 171, em 1935 mudou-se para a Rua 15 de Novembro, 111, atualmente funciona Rua Francisco Joaquim, 181, Bloco B no Maurício de Nassau.	Gazeta do Comercio	Maio/1930)	—	Em 17/06/1938, passa a ser impresso na Tipografia Moderna
		Vanguarda	01/05/1932	—	O jornal existe até os dias atuais
		O Catequista	15/11/1933	—	
		O Libertário	27/05/1934	24/06/1934	
		A Reação	06/10/1934	—	
		O Momento	03/08/1935	—	Volume único
		Avante	05/01/1936	—	Volume único
		A Mocidade	14/06/1936	—	Volume único
		Álbum Revista de Caruaru	1937	—	
		A Voz do Artista	03/10/1937	—	Volume único
		Folha Acadêmica	11/08/1938	—	
		O Farol	09/06/1940	09/11/1945	
		Euterpe Jornal	22/03/1946	—	
		O Ditador	04/10/1947	20/08/1947	
Tipografia Leite & Silva	Rua Vigário Freire, 209.	O Pororoca	24/10/1931	08/07/1934	
		15 de Abril	15/04/1932	15/04/1939	
		Colunas	01/05/1933	07/01/1934	Inovou colocando o clichê do cabeçalho em sentido vertical
		O Imparcial	21/08/1933	05/11/1933	
		Ano Novo	01/01/1934	—	Volume único
Tipografia São José	Rua Vigário Freire, 09.	Alfinete	11/02/1934	—	
		Gazeta Acadêmica	27/05/1934	—	
		O Radium	17/08/1934	—	
		O Rádio	11/11/1934	—	
		O Braço Verde	04/08/1935	07/09/1935	
		Roseiral	29/09/1935	—	
		Aveloz	27/10/1935	02/02/1936	

Quadro 2 Tipografias e Jornais de Caruaru (Continuação).

Fonte Dos autores.

TIPOGRAFIAS		JORNAIS			
Nome Fantasia	Endereço	Jornal	Início de Publicação	Término de Publicação	Notas
Tipografia São José (continuação)	Rua Vigário Freire, 09. (continuação)	Cabocla	31/12/1936	06/06/1937	
		O Ginasial	21/05/1939	27/08/1939	
Tipografia Moderna	Rua Vigário Freire, 62.	A Razão	07/11/1937	—	
		O Passo	12/02/1938	—	
		A Muriçoca	24/12/1938	31/12/1938	
Tipografia Brasil	Rua 15 de Novembro, 33.	O Torpedo	31/12/1941	—	
		O 7 de Setembro	10/05/1949	—	
		O Disco Voador	24/12/1954	—	
		O Bombacha	31/12/1954	—	
Tipografia Estudantil	—	Agreste	18/05/1946	26/10/1946	
Gráfica Oliveira	Rua Vigário Freire, 248.	O Amigo da Onça	27/12/1948	—	

Quadro 2 Tipografias e Jornais de Caruaru (Continuação).

Fonte Dos autores.

Desenvolvimento do tema estudado

A fim de dar início às entrevistas, foram pré-selecionados 10 profissionais do ramo gráfico fortemente atuantes e com larga experiência na prestação de serviços tipográficos na cidade de Caruaru.

A esses profissionais foi pedido que indicassem as gráficas de maior relevância na história da tipografia caruaruense que ainda estivessem em atividade. Foi elaborada o quadro 3, que colhe os principais dados como nome, o tempo de atividade no ramo e as respectivas indicações.

Como resultado desta enquête preliminar, verificou-se que dos 05 estabelecimentos citados, 03 o foram mais de uma vez. Assim, os principais nomes ligados a estas gráficas passaram a figurar como sujeitos a serem prioritariamente ouvidos pela pesquisa (Quadro 4).

Uma relação de perguntas foi previamente elaborada para nortear as entrevistas semiestruturadas realizadas. Ao mesmo tempo em que esta estratégia deixou os entrevistados à vontade, ela assegurou a obtenção de informações para caracterização de cada empresa, tais como nome, idade, uma narrativa da sua trajetória, aspectos de seu desenvolvimento, eventual abandono do sistema de impressão tipográfico e opiniões a respeito do pioneirismo da tipografia em Caruaru.

PROFISSIONAIS DO RAMO GRÁFICO	GRÁFICAS INDICADAS				
	Gráfica do Abrigo	Gráfica Comercial	Gráfica A Defesa	Gráfica Estudantil	Gráfica Wilson
Flávio Pontes [32 anos de experiência]		X		X	
Luiz Romário [48 anos de experiência]	X		X		
Mário Queiroz [38 anos de experiência]		X		X	
Maurílio Queiroz [30 anos de experiência]		X		X	
Natanael Bezerra [28 anos de experiência]		X		X	
Paulo Brito [45 anos de experiência]		X		X	
Paulo Gomes [30 anos de experiência]		X		X	
Sílvio Alves [30 anos de experiência]			X		X
Wilson Américo [53 anos de experiência]				X	X
Zenildo Trajano [30 anos de experiência]				X	X

Quadro 3 Gráficas Indicadas

Fonte Dos autores

SUJEITOS ENTREVISTADOS	
	Sujeito 01: Ivan Galvão da Gráfica Estudantil (Fundada em 1942; 08 vezes citada na enquete preliminar; apontada como precursora no ramo e principal disseminadora da tipografia em Caruaru.).
	Sujeito 02: Luiz Gonzaga Filho , ex-funcionário e filho de Luiz Gonzaga, falecido proprietário da Gráfica Comercial (Fundada em 1963; 06 vezes citada na enquete preliminar; apontada como principal gráfica durante a década de 1960 em Caruaru.).
	Sujeito 03: Wilson Américo da Gráfica Wilson (Fundada em 1970; 03 vezes citada na enquete preliminar.).

Quadro 4 Sujeitos entrevistados

Fonte Dos autores

Além de seus depoimentos os sujeitos forneceram alguns valiosos impressos que corroboraram seus relatos, como podemos ver nas figuras 1, 2, 3, 4 e 5.

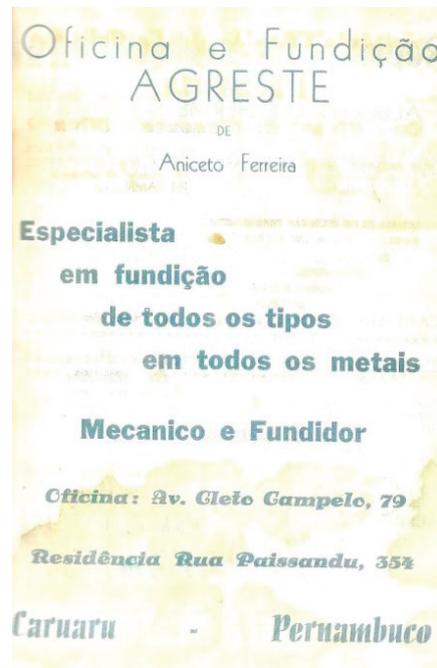


Figura 1 Panfleto da Oficina e Fundição Agreste
Fonte Gráfica Estudantil



Figura 2 Panfleto da Tipografia Caruaru juntamen-
te com outras empresas
Fonte Gráfica Estudantil

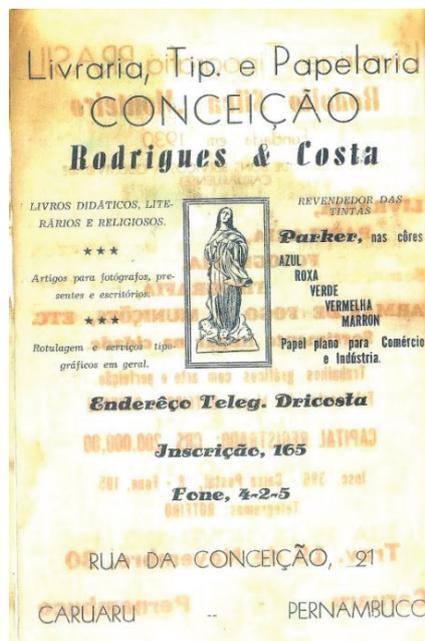


Figura 3 Panfleto da Livraria, Tipografia e
Papelaria Conceição
Fonte Gráfica Estudantil



Figura 4 Panfleto da Livraria Tipografia Brasil.
Fonte Gráfica Wilson



Figura 5 Cartão de visita do Sr. Wilson Américo da Silva
Fonte Gráfica Wilson

Em paralelo às entrevistas, foram realizadas pesquisas junto aos órgãos de registro de empresas, como a Junta Comercial de Pernambuco, JUCEPE, Receita Federal, Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Pernambuco, SINDUSGRAF/PE e Sistema Integrado de Informações sobre Operações Interestaduais com Mercadorias e Serviços, SINTEGRA.

A consulta feita ao banco de dados da Junta Comercial de Pernambuco, JUCEPE, apenas forneceu informações a respeito de duas gráficas ligadas aos sujeitos entrevistados, conforme apresentado no Quadro 5.

GRÁFICA 1	
Empresa	INDUSTRIA GRAFICA S GALVAO LTDA EPP
Endereço	Rua Duque de Caxias, 62, CEP 55100-000, Centro, Caruaru-PE
Constituição	04/05/1989
Sócios	ELISABETE MARIA TORRES GALVAO IVAN JOSE DE CARVALHO GALVAO JUNIOR
NIRE	26200558163
CNPJ	24.339.384/0001-30
Nat. Jurídica	206-2 SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA
Situação	00 REGISTRO ATIVO
Porte	EPP Empresa de pequeno porte
Objeto social	IMPRESSAO DE MATERIAL PARA USO INDUSTRIAL, COMERCIAL, ESCOLAR E PUBLICITARIO; DE JORNAIS, REVISTAS E LIVROS; COMPOSICAO DE MATRIZES PARA IMPRESSAO GRAFICA; SERVICOS DE ENCADERNACAO, PLASTIFICACAO, FOTOCOPIAS E MICROFILMAGEM.
Capital R\$	130.000,00 (CENTO E TRINTA MIL REAIS)
Capital integralizado R\$	130.000,00 (CENTO E TRINTA MIL REAIS)

Quadro 5 Dados empresariais das gráficas verificadas (continua)

Fonte Dos autores

GRÁFICA 1	
Empresa	GRAFICOM GRAFICA E EDITORA LTDA ME
Endereço	Rua Porto Alegre, 41, CEP 55100-000, Centro, Caruaru-PE
Constituição	22/02/2000
Sócios	FLAVIO LUIZ PONTES
NIRE	26200558163
CNPJ	26201214824
Nat. Jurídica	03.658.395/0001-02
Situação	206-2 SOCIEDADE EMPRESÁRIA LIMITADA
Porte	00 REGISTRO ATIVO
Objeto social	ME Microempresa
Capital R\$	IMPRESSÃO DE JORNAIS IMPRESSÃO DE LIVROS, REVISTAS E OUTRAS PUBLICAÇÕES PERIÓDICAS IMPRESSÃO DE MATERIAL DE SEGURANÇA IMPRESSÃO DE MATERIAL PARA OUTROS USOS EDIÇÃO INTEGRADA À IMPRESSÃO DE CADASTROS, LISTAS E OUTROS PRODUTOS GRÁFICOS
Capital integralizado R\$	30.000,00 (TRINTA MIL REAIS)
CAPITAL INTEGRALIZADO R\$	30.000,00 (TRINTA MIL REAIS)

Quadro 5 Dados empresariais das gráficas verificadas (continuação)

Fonte Dos autores

Junto a Receita Federal foram encontrados os comprovantes de inscrição e de situação cadastral das empresas Gráfica Estudantil (Figura 6) e Gráfica Comercial (Figuras 7 e 8).

REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 24.339.384/0001-30 MATRIZ	EMPRESA DE NATUREZA DE BENS	CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 05/05/1989
NOME EMPRESARIAL IND GRAFICA S GALVAO LTDA - EPP			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) *****			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 18.13-0-99 - Impressão de material para outros usos			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 18.13-0-01 - Impressão de material para uso publicitário 18.12-1-00 - Impressão de material de segurança 18.11-3-01 - Impressão de jornais 18.11-3-02 - Impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas 18.21-1-00 - Serviços de pré-impressão 18.22-9-01 - Serviços de encadernação e plastificação 82.19-9-01 - Fotocópias 74.20-0-05 - Serviços de microfilmagem			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - SOCIEDADE EMPRESARIA LIMITADA			
LOGRADOURO R DUQUE DE CAXIAS	NÚMERO 62	COMPLEMENTO	
CEP 55.004-301	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO CARUARU	UF PE
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA			DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 24/09/2005
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****			DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****

Figura 6 Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral do estabelecimento da Gráfica Estudantil

Fonte Dos autores

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 10.618.296/0001-62 MATRIZ	COMPONENTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 28/04/1986	
NOME EMPRESARIAL LUIZ GONZAGA PONTES - ME			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) GRAFICA COMERCIAL			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 18.21-1-00 - Serviços de pré-impressão			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS Não informada			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 213-5 - EMPRESARIO (INDIVIDUAL)			
LOGRADOURO R PORTO ALEGRE	NÚMERO 47	COMPLEMENTO	
CEP 55.004-270	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO CARUARU	UF PE
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 03/11/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Figura 7 Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral do estabelecimento da Gráfica Comercial (primeiro registro).

Fonte Receita Federal

 REPÚBLICA FEDERATIVA DO BRASIL CADASTRO NACIONAL DA PESSOA JURÍDICA			
NÚMERO DE INSCRIÇÃO 03.658.395/0001-02 MATRIZ	COMPONENTE DE INSCRIÇÃO E DE SITUAÇÃO CADASTRAL	DATA DE ABERTURA 22/02/2000	
NOME EMPRESARIAL GRAFICOM GRAFICA E EDITORA LTDA - ME			
TÍTULO DO ESTABELECIMENTO (NOME DE FANTASIA) GRAFICA COMERCIAL			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA ATIVIDADE ECONÔMICA PRINCIPAL 18.12-1-00 - Impressão de material de segurança			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DAS ATIVIDADES ECONÔMICAS SECUNDÁRIAS 58.29-8-00 - Edição integrada à impressão de cadastros, listas e de outros produtos gráficos 18.13-0-99 - Impressão de material para outros usos 18.11-3-02 - Impressão de livros, revistas e outras publicações periódicas 18.11-3-01 - Impressão de jornais			
CÓDIGO E DESCRIÇÃO DA NATUREZA JURÍDICA 206-2 - SOCIEDADE EMPRESARIA LIMITADA			
LOGRADOURO R PORTO ALEGRE	NÚMERO 41	COMPLEMENTO	
CEP 55.004-270	BAIRRO/DISTRITO CENTRO	MUNICÍPIO CARUARU	UF PE
SITUAÇÃO CADASTRAL ATIVA		DATA DA SITUAÇÃO CADASTRAL 14/05/2005	
MOTIVO DE SITUAÇÃO CADASTRAL			
SITUAÇÃO ESPECIAL *****		DATA DA SITUAÇÃO ESPECIAL *****	

Figura 8 Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral do estabelecimento Gráfica Comercial (segundo registro).

Fonte Receita Federal

Os esforços empreendidos junto ao Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado de Pernambuco, SINDUSGRAF/PE, produziram pouco efeito. Apesar de encontrados registros das três gráficas pesquisadas, os mesmos não puderam ser divulgados por ordem do sindicato. Pode-se afirmar, no entanto, que tais registros não levavam em conta datas. Esta condição, segundo funcionário do próprio sindicato responsável pelo setor de documentação, deveu-se a uma falha no processo de digitalização de dados. Lamentavelmente, essas informações perderam-se com o tempo, visto que os papéis não estão mais disponíveis para consulta.

Por fim, a busca realizada junto ao Sistema Integrado de Informações sobre Operações Interestaduais com Mercadorias e Serviços, SINTEGRA, forneceu a data de abertura da Gráfica Comercial em consonância com o declarado durante entrevista com o Sr. Luiz Gonzaga Filho (Figura 9).

The image shows a screenshot of the SINTEGRA/ICMS website. On the left is a navigation menu with buttons for 'Página Inicial', 'Informações Gerais', 'Serviços', 'Links', 'Notícias', 'Críticas e Sugestões', and 'Recepção de Arquivos'. Below the menu are links for 'Cadastro CNPJ Receita Federal' and 'Hospedado por SEFAZ-RS/ PROCERGS'. The main content area displays the following information:

SINTEGRA/ICMS
 Consulta Pública ao Cadastro do Estado de Pernambuco

IDENTIFICAÇÃO
 CNPJ/CPF: 10618296000162 Inscrição Estadual: 000947229
 Razão Social: LUIZ GONZAGA PONTES

ENDEREÇO
 Logradouro: RUA PORTO ALEGRE
 Número: 47 Complemento:
 Bairro: NOSSA SENHORA DAS DORES
 Município: CARUARU UF: PE
 CEP: 55004270 Telefone:

INFORMAÇÕES COMPLEMENTARES
 Regime Pagamento: SIMPLES NACIONAL
 Atividade Econômica: EDICAO INTEGRADA A IMPRESSAO DE CADASTROS, LISTAS E DE OUTROS PRODUTOS GRAFICOS

Situação Cadastral Vigente: Baixado Desde: 14/03/2006
 Data da Inscrição: 01/11/1963
 Credenciamento Antecipado: SIM

OBSERVAÇÃO: Os dados acima são baseados em informações fornecidas pelo contribuinte, estando sujeitos a posterior confirmação pelo Fisco.

Figura 9 Consulta pública ao Cadastro do Estado de Pernambuco da Gráfica Comercial (aqui nomeada Luiz Gonzaga Pontes).

Fonte SINTEGRA, 2016.

Discussões

Caruaru conheceu a informação impressa através dos senhores fazendeiros que se utilizavam da tipografia como meio de comunicação e serviços políticos. Com o avanço da cidade, a tipografia encontrou seu lugar, e deixou de ser exclusivamente política para ser também jornalística. Assim, no século XVIII começaram a surgir os jornais, como por exemplo O Vigia, datado de 1899.

O desenvolvimento avançava em Caruaru, crescia o número de comércios em geral e, junto com a concorrência, aumentava a necessidade de impressos comerciais como o cartaz, o panfleto, cartão de visitas, talão de pedidos, entre outros. Os jornais abriam espaço em suas colunas para anúncios comerciais e as tipografias começaram a aparecer em maior número. No século XIX tipografias como a Caruaru, a Brasil e a Conceição, já operavam em grande parte desvinculadas de jornais. A respeito dessas gráficas vale a pena ressaltar algumas curiosidades como também revelar inconsistências.

O livro *História da Imprensa de Pernambuco* de Luiz do Nascimento (1994) situa a Tipografia Brasil à Rua 15 de Novembro, nº 33, no ano de 1941; e à Praça João Guilherme, nº 36, no ano de 1949. Ele ainda menciona, sem indicar endereço, a atuação da Livraria e Tipografia Brasil no ano de 1954,

sobre a qual se pode verificar trata-se da mesma empresa ou um seu desdobramento. O panfleto produzido pela Livraria e Tipografia Brasil encontrado na coleta de dados e reproduzido na Figura 4 mostra a mesma situada à Trav. 15 de Novembro, nº 30, no ano de 1955 (aproximadamente).

É no mínimo curiosa a oferta de armas de fogo, munição, livros, artigos de papelaria, fotografia, tipografia, entre outros anunciada pelo impresso.

A incorporação de segmentos correlatos à atividade de impressão, tal qual o comércio de livros e papéis, parece ser algo comum aos empreendimentos gráficos de Caruaru. Este aspecto pode justificar a mudança de nome na apresentação ao público desses negócios, bem como sutis variações de endereço que apresentam-se como indícios de uma possível expansão física afim de acomodar o crescimento de estruturas.

Por outro lado, a motivação para o uso de nomes diversos também pode se dever a fatores tecnológicos (mudança do paradigma tipográfico para o offset, por exemplo) ou a estratégias de sobrevivência empresarial.

Grande parte das empresas que pavimentaram a História da Tipografia em Caruaru são de pequeno porte. Esta característica manteve-se ao longo dos anos e hoje muitas gráficas utilizam mais de um CNPJ. Infere-se que esta prática provavelmente se deva às altas tributações imputadas às pequenas empresas no Brasil. Isto verificou-se, por exemplo, no caso da Gráfica Comercial que mostrou utilizar duas pessoas jurídicas com cadastros diferentes. Uma registrada com o nome empresarial Luiz Gonzaga Pontes (na qualidade de empresário individual) e outra com o nome Graficom Gráfica e Editora LTDA. Atualmente esta gráfica ostenta em sua fachada os dois nomes, Graficom e Gráfica Comercial (Figuras 7 e 8). Certamente há incongruências nestes cadastros, visto que o senhor Luiz Gonzaga Pontes é sabidamente falecido. Inicialmente pensou-se que poderia se tratar de Luiz Gonzaga Pontes Filho, entrevistado nesta pesquisa, porém o mesmo explicou que, com o falecimento de seu pai, a Gráfica Comercial foi vendida para outros herdeiros e existe até hoje, como pudemos verificar nos registros da JUCEPE, pertencente aos sócios Flavio Luiz Pontes e Maria Do Socorro De Souza Pontes. O senhor Luiz Gonzaga Pontes Filho, juntamente com sua irmã, empregou o dinheiro montando outra gráfica que se chama Gráfica Caruaru, que não é objeto desta pesquisa.

Uma outra curiosidade foi apontada por um panfleto impresso na Tipografia Caruaru, reproduzido na Figura 2, no qual consta o nome do proprietário como Sr. Mário Alves da Costa. Pessoas próximas a este personagem do ramo gráfico, como o Sr. Wilson Américo, responderam que provavelmente aquela tipografia era outra que existiu há muito tempo. Seria ela a tipografia que o Jornal Vanguarda teria comprado para imprimir suas edições, instalando-se naquela propriedade. Averiguando a história do Jornal Vanguarda, constata-se que provavelmente tudo não passa de uma coincidência, pois no referido panfleto a Tipografia Caruaru era situada à Rua Sete de Setembro, nº 30. O Jornal Vanguarda, quando de propriedade do Grupo Lyra, ficava também na Rua Sete de Setembro, mas no nº 62.

Muito acontecia de o proprietário falecer ou falir e a família, não sabendo lidar com o ramo ou por outros motivos, vendia as tipografias

para outras pessoas, que assim davam continuidade ao processo tipográfico na cidade.

Desse modo aconteceu com a Gráfica Estudantil. Em 1944 Dr. Galvão (como é conhecido no meio gráfico caruaruense Ivan Galvão) comprou uma pequena tipografia de Palmares e a montou nos fundos da sua livraria, situada na Av. Duque de Caxias, nº 07, Centro, onde a porta da gráfica abria para o conhecido “Beco da Pequena de Ouro”. Em meados de 1959, Dr. Galvão recebeu uma oferta para comprar a tipografia Leite & Silva do Sr. Ariberto Torres que estava fechando. Esta gráfica é apontada na literatura como a tipografia jornalística onde foram impressos os jornais: O Pororoca em 1931, 15 de Abril em 1932, Colunas em 1933, O Imperial em 1933 e Ano Novo em 1934. O acordo de compra feito incluía tudo que estava dentro da tipografia, inclusive a permanência dos funcionários. Assim foi feito e a Gráfica Estudantil mudou-se para as instalações da Leite & Silva, na Rua Vigário Freire, nº 14, o que casou perfeitamente com os objetivos de Dr. Galvão de ampliar a livraria e separar o setor comercial do industrial.

Com o crescente aumento da demanda por material gráfico, a Gráfica Estudantil tinha necessidade de ampliar seu espaço e mudou outras vezes de lugar até suas atuais instalações na Rua Duque de Caxias, nº 62, Centro de Caruaru, Pernambuco. Apontada nas entrevistas como a principal gráfica em Caruaru, foi também responsável pela proliferação de outras gráficas na cidade. Os gráficos trabalhavam na Estudantil algum tempo e depois saíam para montar suas próprias gráficas, muitas vezes com a ajuda de Dr. Galvão. Com o crescimento do mercado gráfico, surgiram outras gráficas conhecidas como a Comercial, a Gráfica Wilson, Berg, Pontual, Brind Graf, entre outras. Pode-se dizer que foi o início de uma nova fase, pois o mais comum não era mais comprar gráficas que estavam fechando e sim comprar máquinas de outras gráficas maiores seja da cidade ou de cidades vizinhas que não usavam mais aqueles equipamentos, já desgastados. As gráficas muitas vezes preferiam comprar máquinas novas e vender as antigas. Os gráficos iniciantes no seu próprio negócio compravam essas máquinas e ajeitavam-nas de forma que conseguiam fazer impressões mesmo que não fosse com a mesma qualidade das máquinas novas.

Como exemplo, o Sr. Luiz Gonzaga explica que os rolos da máquina comprados direto da fábrica eram caros, então eram feitos por eles mesmos, que pegavam uma borracha grossa, cortavam bem picadinho, derretiam a borracha até ferver, então pegavam o varão que ficava no meio do rolo, raspavam-no bem e amarravam-no com barbante pendurando-o pra ficar na posição dentro de uma forma. Depois enchia-se a forma com aquele caldo da borracha e deixavam secar, resultando em um rolo maior do que o rolo original, que depois era cortado e montado na máquina.

Outro dispositivo que fazia com que a tipografia perdurasse, em alguns casos até os dias de hoje, era a herança do ofício, a profissão passada de pai para filho. Era muito comum ver garotos pequenos trabalhando ajudando os pais. Uma característica cultural relevante: famílias quase que inteiras formando o negócio, diminuindo a necessidade de funcionários, o que barateava

os custos dos produtos. Desde pequenas as crianças eram instigadas a trabalhar, aprendendo aquela profissão em um horário, e no outro dedicando-se aos estudos. Por este motivo muitas gráficas constituídas naquela época ainda existem até hoje.

Como aconteceu em todo o mundo a tipografia perdurou por muitos anos em Caruaru, sendo o sistema com maior vida útil em termos de comunicação impressa. À medida que crescia o número de gráficas, era necessário destacar-se para vencer a concorrência. Com isso novas impressoras foram importadas, os formatos dos impressos mudados, cores foram acrescentadas como marco das inovações. Foi notável a passagem de impressos monocromáticos para bicromáticos, em maioria utilizando as cores azuis e vermelhas ou pretas e vermelhas.

Em meados dos anos 1970 outros sistemas de impressão foram invadindo o mercado como a máquina Guerrá. O sistema planográfico tomou conta das gráficas com a offset, depois a chegada do computador, o sistema digital. No início esses avanços tecnológicos eram para poucas grandes gráficas, dado o custo das máquinas e sua manutenção. Também não havia pessoas qualificadas para manusear as máquinas, obrigando os donos de gráfica a importar mão de obra das capitais. E com isso a tipografia resistiu.

Ainda hoje há gráficas em Caruaru que sobrevivem do sistema tipográfico. Muitas se não utilizam as velhas impressoras para confeccionar todos os serviços, pelo menos as empregam para numerar serviços e fazer corte e vinco.

Em contra partida, no cenário mundial de design, o sistema tipográfico considerado obsoleto voltou a ser destaque, na tentativa bem sucedida de resgatar as origens dos sentidos, da história e das formas banidas pelos sistemas atuais, como exemplo, o relevo das letras deixado pela pressão do contato da rama com o papel nos cartões de visita, convites de casamento, etc.

Considerações finais: qual o futuro da tipografia em caruaru?

Na esfera mundial, houve um processo de transição tecnológica nas gráficas do último século. A tipografia foi o principal meio de impressão durante bastante tempo, até ser suplantada por sistemas mais modernos. Já em Caruaru, a tipografia não foi abandonada para dar espaço às novas tecnologias. Ela permanece juntamente com essas, ou em muitos casos sobrevive implacavelmente. A percepção do impresso tipográfico nesta cidade, no entanto, mudou radicalmente. O valor deste tipo de impressão está degradado. Hoje os gráficos que trabalham exclusivamente com tipografia relatam serem esses os impressos mais baratos da gráfica.

De acordo com a cultura local, muitas gráficas que hoje existem foram passadas de pai para filho, e a tendência é que assim continue acontecendo. A geração atual está mais próxima ao design, à evolução do mercado e à influência de novas tendências.

O ensino superior de design pode contribuir de forma significativa na preservação do conjunto de processos relativos ao sistema de impressão tipográfico.

Além dos saberes empregados no ato de estampar, merece destaque o modo de preparo das matrizes tipográficas pois o raciocínio empregado em sua construção difere bastante do requerido pelo universo da computação gráfica. Também a materialidade inerente aos tipos móveis pode facilitar a compreensão de certos fundamentos do design contemporâneo que representam traduções ou metáforas digitais de conceitos anteriores a computação gráfica.

Esse conhecimento prático quando experimentado durante o processo de formação profissional pode estimular o designer a introduzir a impressão tipográfica no cotidiano do seu trabalho. Ao fazê-lo, esse profissional está apto a criar novas demandas para pequenos estabelecimentos gráficos que conservem aparato tipográfico de forma a contribuir para sua perseverança no mercado. Todavia, para que isso ocorra efetivamente é preciso incorporar uma nova cultura de consumo e tratamento de insumos de produção que implica na manipulação de papéis e tintas bem mais caros do que os comumente adotados por gráficas offset; no aumento expressivo da nitidez dos grafismos reproduzidos e no controle do desperdício durante a produção.

O designer sensibilizado pela tipografia estará pronto para operar como agente multiplicador destas ideias permitindo a manutenção de pequenos empreendimentos que se abram a esta nova perspectiva de atuação.

Em Caruaru um espaço de trabalho e investigação científica do Curso de Design da UFPE instalado na cidade tem papel fundamental na articulação da Indústria Gráfica com o Design. O Laboratório de Tipografia do Agreste, LTA, promove experiências; estabelece conexões entre pessoas; e cria oportunidades nas esferas do ensino, pesquisa e extensão com o intuito de manter viva e fértil a Tipografia.

A Tipografia no Agreste Pernambucano mostra-se como um campo amplo e pouco explorado para estudos. As dificuldades encontradas ao longo desta pesquisa denunciam isto. Há poucas referências bibliográficas acerca desse assunto. Várias tratam quase sempre de gráficas tipográficas dedicadas a produção de jornais e não das chamadas comerciais.

Um dos maiores esforços despendidos por esta pesquisa foi a busca pela confirmação das datas de abertura das empresas diretamente ligadas aos entrevistados, pois como já observado, os órgãos responsáveis pela guarda de tal informação ou não podem fornecer dados de forma adequada, ou as possuem em descompasso com os fatos históricos.

A despeito do fato de não se ter verificado registros oficiais da Gráfica Wilson capazes de serem publicados é possível legitimar o relato de sua trajetória através daquilo que encontrou-se no SINDUSGRAF/PE, da verificação de sua produção e da sobreposição dos depoimentos coletados durante a pesquisa.

Assim como no caso da Gráfica Wilson, tudo leva a crer que a Gráfica Estudantil e a Gráfica Comercial de fato existem desde antes da maior parte dos registros legais de suas operações. A notoriedade pública de suas realizações no contexto local também corrobora suas trajetórias.

Este trabalho vem acrescentar ao registro de uma parte da história do design gráfico de Caruaru, que ainda precisa ser melhor estudada. A maior parte do que existe hoje a respeito da tipografia caruaruense é decorrente da documentação da trajetória dos jornais locais. Assim, percebe-se que a atenção dada ao produto de cunho jornalístico destas gráficas suplanta, muitas vezes, o interesse pelos próprios estabelecimentos e pelas suas contribuições na solução de projetos gráficos, manutenção e guarda da tecnologia tipográfica.

Quando se fala sobre esses aspectos com as pessoas do meio em Caruaru, elas citam vários casos de consertos inventivos de máquinas; reutilização de equipamentos; substituições de materiais de produção; e gestão empresarial que merecem especial atenção de pesquisas futuras. Índícios da construção de um controverso meio que oscila entre a criatividade e a ilegalidade.

Em uma conversa rápida e informal com o Sr. Luiz Romário, irmão de Rui Chapista, o melhor gráfico de Pernambuco (arrisca-se ele a dizer), descobrimos que a Tipografia Brasil, por conta da competitividade, premiava seus funcionários de acordo com a produção. Por isso ficou muito endividada, e em uma certa segunda-feira seus funcionários chegaram para trabalhar e encontraram suas portas fechadas. Não se conseguia contatar ninguém responsável pela tipografia e logo se soube que ali nada mais existia. O dono da tipografia fechou suas portas e sumiu com tudo o que estava dentro no fim de semana, sem dar nenhuma informação, para não pagar as dívidas.

Além de histórias mais remotas como as da Gráfica Oliveira, Tipografia Moderna, Tipografia São José, Tipografia Leite & Silva e Livraria Electro-Primo (indicadas na obra de Nascimento); histórias como essas, abundantes na trajetória tipográfica caruaruense, precisam ser investigadas e contadas com mais propriedade. Este trabalho revelou, sobretudo, que ainda existem pessoas vivas para contá-las.

Referências

- CAMARGO, Mário. **Gráfica: arte e indústria no Brasil: 180 anos de história**. 2ª ed. São Paulo: EDUSP, 2003.
- LIMA, Guilherme Cunha. **O Gráfico Amador: As origens da moderna tipografia brasileira**. Ed. UFRJ, Rio de Janeiro, 1997.
- MACHADO, Regina Coli Vieira. Imprensa (escrita) no Nordeste. **Pesquisa Escolar Online**, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. **Pesquisa Escolar**. Disponível em <<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/>> Acesso em: 26 de abril de 2012.
- MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 2001 .
- NASCIMENTO, Luiz do. **História da Imprensa de Pernambuco (1821 – 1954)**. Vol. 9. Recife: Ed. Universitária da UFPE, 1994.
- OLIVEIRA, J. Gonçalves de. **Subsídios à história da Imprensa Oficial em Pernambuco**. Companhia Editora de Pernambuco, Recife, 1986.
- RIZZINI, Carlos. **O jornalismo antes da tipografia**. Campanha Editora Nacional, São Paulo, 1968.
- RUIZ, João Álvaro. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 1985.
- SILVA, Leonardo Dantas. **A Imprensa e a Abolição**. Recife: FUNDAJ. Ed. Massagana, 1988.

Recebido: 31 de Julho de 2016

Aprovado: 19 de Setembro de 2016

Iara Pierro de Camargo*

Abordagem tipográfica alusiva e interpretativa em design de livros em prosa

* Iara Pierro de Camargo é doutora pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo na área de concentração Design e Arquitetura (2016) e é mestre em Arquitetura e Urbanismo pela mesma instituição e área (2011). Possui pós-graduação (especialização) em Design Gráfico pelo Centro Universitário Senac (2008), graduação em Filosofia pela Universidade de São Paulo (2005), graduação tecnológica em Projetos Gráficos para Mídia Impressa pela Universidade Anhembi Morumbi (2005) e curso técnico em Desenho de Comunicação pela ETE Carlos de Campos (1999). Atualmente leciona nos cursos de design, publicidade e editoração das Faculdades Integradas Rio Branco e desenvolve pesquisa nas áreas de design editorial, história do design e tipografia.
<iaritcha@hotmail.com>

Resumo Há duas principais abordagens para a escolha tipográfica de livros em prosa: uma abordagem funcional, que leva em consideração aspectos práticos como legibilidade, leitura e neutralidade (para que essa escolha não interfira na leitura); e uma abordagem mais subjetiva e interpretativa, que busca estabelecer relações semânticas entre o texto e as formas ou questões históricas e culturais de uma família tipográfica. Essa abordagem pode privilegiar aspectos como alusão (tipografia alusiva), atmosfera, entre outros. Neste artigo, apresentamos a argumentação de críticos, designers e tipógrafos sobre escolhas tipográficas de livros de prosa que vão além de questões funcionais, e três estudos de caso em que os designers Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, Daniel Berkeley Updike, William A. Kittredge, Wilber H. “Chip” Schilling e Elaine Ramos usaram a tipografia para estabelecer relações semânticas com o texto.

Palavras chave design de livros, tipografia, tipografia alusiva

Allusive and interpretative typographic approach in prose book design

Abstract *There are two approaches to the typographic choice for prose books: a functional one, that considers practical aspects like legibility, readability and neutrality (so that this choice doesn't interfere in reading); and a more subjective and interpretative approach, that aims to establish semantic relations between text and its forms or historical and cultural questions regarding a typographical family. This approach can privilege aspects like allusion (allusive typography), atmosphere, etc. In this article, we present the argumentation of critics, designers and typographers about typographical choices of prose books that go beyond functional questions and three case studies in which designers Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, Daniel Berkeley Updike, William A. Kittredge, Wilber H. “Chip” Schilling and Elaine Ramos used typography to establish semantical relations with the text.*

Keywords book design, typography, allusive typography.

Introdução

A escolha tipográfica para a composição de livros em prosa é muitas vezes baseada em critérios econômicos e funcionais. Muitos projetos gráficos de livros produzidos em grandes casas editoras não são feitos de forma individual, mas a partir de *templates* ou modelos, como forma de otimizar os processos. Mesmo hoje, com uma grande variedade de novas famílias tipográficas para uso em texto, muitas editoras acabam usando fontes clássicas e conhecidas, dado que se comprova pelo estudo de Danilo Pegorara Ferreira (2007), que fez um levantamento sobre a escolha de fontes para composição de livros de ficção no Brasil e verificou que a maioria delas são clássicas, como a Garamond e a Times, ou padrão em softwares de editoração eletrônica como a Minion. Nesse estudo, Ferreira (2007) analisou 32 volumes de editoras diferentes e verificou que nessas publicações a Garamond foi usada 9 vezes; a Minion 8, a Sabon 3, a Times 3, a Bembo 2, e cada uma das seguintes fontes foi usada 1 vez: Deepdene, Electra, Helvetica, Joanna, Baskerville, Palatino e Schneidler.

A partir de entrevistas com os designers de alguns desses livros, Ferreira (2007) percebeu que o uso de determinadas fontes não corresponde a uma escolha baseada em critérios estéticos específicos adequados a cada tipo e ao tema do texto, mas ao aproveitamento desses tipos em blocos de texto por economia de espaço, legibilidade ou identidade da editora.

Richard Hendel (2013, p. 7) apresenta duas ideologias relativas à escolha tipográfica para livros:

Existem duas abordagens filosóficas ao design de livros: há os que acreditam que o design deva ser neutro e atemporal, e outros que ele deva refletir o conteúdo de uma forma mais óbvia (usando tipografia ou elementos de design relativos ao tema do livro).

Hendel apresenta exemplos de designers que trabalham com base em uma ou outra dessas ideologias e, como exemplo de designer que busca estabelecer relações entre forma tipográfica e conteúdo verbal, cita como exemplo Virginia Tan, diretora de design da editora norte-americana Knopf. Em entrevista a Hendel, Virginia Tan explica sua abordagem:

A escolha de uma fonte de texto se baseia tanto na legibilidade como no fator “sabor” – eu gosto de tipografias historicamente relevantes, bem como de capturar a sensação da trama, especialmente na ficção. Se a história é masculina ou feminina, noir, romântica, de aventura, cômica ou trágica; ambientalista etc., qualquer desses fatores poderia influenciar minha escolha tipográfica. Mesmo dentro do texto em que poderia utilizar fontes mistas em extratos; um itálico para passagens descritas no texto como sendo escrito à mão, um bold sem serifa para sinalização, Times Roman composto em tamanho pequeno e condensado para um artigo de jornal. Esses são estímulos visuais para o leitor que, espero, chamam a atenção do olho e da mente para a história. Eu, pessoalmente, sou uma

leitora lenta porque inconscientemente, enquanto leio, exibio uma história como um filme em minha cabeça. Eu quero dar isso aos leitores nos livros em que trabalho (HENDEL 2013, p. 127-128).

Como se pode perceber, Virginia Tan procura aproveitar as conotações que os diferentes estilos tipográficos podem trazer. Nesse mesmo depoimento (HENDEL, 2013), explica que nem todas as editoras trabalham como ela e que muitas usam templates, sem uma escolha tipográfica específica para cada tipo de texto.

Os aspectos formais dos tipos podem carregar ideias, assim como o leiaute e demais recursos tipográficos. Existem hoje milhares de famílias de tipos digitais para texto e, apesar de muitas vezes serem um pouco semelhantes, é possível observar diversas diferenças em suas formas, como observa Claudio Rocha (2003, p. 46):

As variações de estilo podem ser muito sutis. Devem, obviamente, carregar os sinais mínimos que tornem possível sua decodificação durante a leitura. Portanto, conhecer suas diferenças e nuances permite escolher a letra mais adequada ao texto que será “vestido” por essa fonte.

Já que há tanta variação formal em fontes de texto, pode-se pressupor que essas variações estéticas podem criar significados em relação ao seu contexto, da mesma forma que uma roupa pode comunicar ideias sobre a pessoa que a veste. Roupas, assim como a tipografia, podem ser expressivas como as feitas em tecidos de cores vivas, ou neutras como um uniforme cinza. Assim, pode-se entender que quando se busca usar uma abordagem tipográfica mais neutra, a ideia é não desviar a atenção do leitor, usando soluções convencionais às quais ele já está acostumado. Quando a escolha da tipografia se baseia em critérios subjetivos e interpretativos, busca-se, na maioria das vezes, estabelecer conexões entre o conteúdo verbal e a forma tipográfica.

Embora as estratégias acima não sejam excludentes, sendo até muitas vezes empregadas em conjunto, já que não se pode eliminar da área editorial a funcionalidade do objeto para a leitura, é comum nesse campo ignorar a abordagem semântica, privilegiando apenas a funcional. Abordagens tipográficas interpretativas não são recentes e há muito tempo já se discutia a adequação da forma tipográfica com o conteúdo verbal das páginas de um livro, como, por exemplo, no século XIX, quando alguns tipógrafos procuraram usar fontes para compor seus textos que fossem historicamente relevantes (tipografia alusiva). Além dessa abordagem histórica, no início do século XX foram conduzidas pesquisas que provaram que aspectos formais dos tipos de texto podem comunicar e produzir sensações diferentes no leitor (valor atmosférico da tipografia).

Pretende-se neste artigo apresentar um breve panorama dessa abordagem tipográfica em livros em prosa a partir de diversos autores da área e apresentar estudos de caso que demonstrem esse modo de trabalho.

As ideias de valor atmosférico, alusão e interpretação para a escolha da tipografia em livros de prosa parecem ser adotados por designers em

diversos períodos da história do design editorial e da tipografia, no entanto, nas primeiras décadas do século XX, em especial nas décadas de 1920 e 1930, a abordagem alusiva ganhou muito destaque e é também apresentada neste artigo. Como este período é fundamental para entender essa abordagem, escolheu-se, como estudo de caso que apresenta estratégias mais interpretativas para a composição tipográfica, um folheto produzido em 1940 nos Estados Unidos que apresenta quatro soluções de design para um mesmo texto em prosa.

Pode-se perceber nas últimas décadas também uma crescente preocupação com a adequação tipográfica em livros que pode ser verificada tanto pelo breve panorama conceitual apresentado na quarta seção deste artigo, quanto pelo estudo de caso em que duas edições do texto *Bartleby*, o escrivão publicados pela Indulgence Press em 1995 e pela Cosac Naify em 2004 na quinta seção, refletem a preocupação de se buscar relações entre o texto literário e a tipografia.

Valor atmosférico

Como já se viu, muitos tipos apresentam variação formal. Algumas pesquisas, em especial realizadas nas primeiras décadas do século XX, indicam que a forma dos tipos pode comunicar ideias e causar diferentes impressões ou expressões na página impressa. Alguns dos termos que podem ser usados para representar essas ideias são “valor atmosférico” ou “congenialidade”.

Spencer (1969) apresenta estudos realizados nas primeiras décadas do século XX, como o experimento feito em 1933 por Poffenberger e Fanken, em que foi criada a correspondência entre vinte e nove faces tipográficas a cinco qualidades (baixo preço e qualidade inferior; dignidade; economia; luxo; força) (SPENCER, 1969). O autor apresenta também a pesquisa de Ovink, que realizou testes e “propôs avaliações sobre a adequação de treze tipos para livro a oito assuntos literários e dezessete tipos display para oito temas de publicidade” (*idem*, 1969, p. 29). Spencer explica que em seu experimento, Ovink concluiu que as faces tipográficas, em termos de “valores de atmosfera” (*atmosphere-value*), podem ser agrupadas a partir de três qualidades: luxo e refinamento; economia e precisão; força (*idem*, 1969, p. 29).

Spencer (1969, p. 29-30) usa o termo congenialidade, que se refere a uma escolha predominantemente histórica, que segundo outros autores ganha o nome de “tipografia alusiva” (*allusive typography*). A partir de Spencer entende-se, no entanto, que a congenialidade tipográfica pode apresentar instabilidade temporal, anacronismo ou ambiguidade.

Ovink (1938, p. 127) explica que “Chama-se de valor atmosférico de uma face tipográfica as propriedades e sentimentos que ela provoca no leitor” e que o leitor tem uma percepção sobre as propriedades visuais da tipografia que vai além de qualquer “julgamento de beleza ou legibilidade. A natureza e vivacidade dessa impressão é expressa pelo valor atmosférico da face tipográfica”.

Alem de “valor atmosférico” (*atmosphere-value*), Ovink (1938, p. 127) usa o termo “feeling-tone” que se refere à percepção de uma composição tipográfica “de transmitir uma mensagem e ao mesmo tempo criar certo ‘estado de espírito’ ou ‘sensação’”. O autor (*idem* 1938, p. 128) assinala que os tipógrafos franceses estiveram entre os pioneiros “na adaptação da tipografia ao caráter do texto”, citando como exemplo o editor francês Edouard Pelletan. Nesse contexto, o termo ‘valor de atmosfera’ parece apresentar um paralelo com o termo ‘tipografia alusiva’, usado por outros autores. Mas valor de atmosfera, conforme os experimentos feitos por Ovink, difere da alusão, pois o autor testa as sensações dos leitores ao ver certos tipos fora de um contexto específico, ou seja, fora das páginas de determinado livro ou de uma peça publicitária.

A partir de Priscila Farias (2001, p. 72) pode-se ampliar o grupo de pesquisadores sobre a temática da atmosfera tipográfica com R. Linkens, que procurou identificar associações a partir de um sistema de classificação tipográfica, em lugar de uma tipografia específica:

O pesquisador francês Gérard Blanchard cita um experimento efetuado pelo semiologista belga R. Linkens, no qual este testou a convergência dos “significados tradicionais” normalmente atribuídos a certas fontes. Linkens dividiu as fontes em cinco grupos – Garaldes, Réales, Didones, Mécanes e Lineales – e buscou verificar a validade de atributos tais como ‘elegância’, ‘equilíbrio’, ‘dignidade’, precisão, ‘legibilidade’, etc., habitualmente relacionados a eles. Segundo Blanchard, Linkens demonstrou que mesmo leitores pouco familiarizados com convenções tipográficas são capazes de atribuir ‘significados verbais’ distintos e convergentes para fontes de grupos diferentes (FARIAS, 2001: 72).

Mesmo que muitas vezes termos como congenialidade ou valor atmosférico não sejam usados, ideias de que a forma dos tipos transmite significados são comumente expressas por outros autores e designers, como Marshall Lee (2004: 117), que explica que faces tipográficas para uso em texto apresentam tanta variação formal quanto aquelas usadas em títulos (*display*). Particularidades formais em fontes de texto nem sempre são notadas, pois costuma-se ver os tipos em tamanhos pequenos mas, mesmo que os leitores não percebam “conscientemente as distintas características de um tipo para texto, eles podem ser afetados por elas”. Dessa maneira, para o autor, os tipos “devem ser escolhidos a partir de sua harmonia com o texto” (*idem*, 2004, p. 117).

Uma das diferenças mais perceptíveis em faces tipográficas são seus níveis de força e delicadeza. Alguns tipos são definitivamente fortes e robustos, outros são claramente leves e delicados, alguns estão no meio termo. Embora aqui, como em outras classificações de caráter, podem existir diferenças de opinião, é razoavelmente seguro dizer que quase todo mundo consideraria as fontes Caledônia, Times Roman e Monticello relativamente fortes; Granjon, Weiss, e Bodoni book, relativamente deli-

casas. Mas, em todos os casos, a sensação transmitida pelo tipo depende em parte da forma como é usado (LEE, 2004, p. 117).

Marshall Lee acredita que certas características formais são capazes de conotar personalidades tipográficas:

Tipos, assim como os rostos de pessoas, possuem características distintas que indicam aspectos do caráter, além de apenas força e delicadeza. Alguns atributos são bastante pronunciados, outros são mais sutis e sujeitos à interpretação pessoal (LEE, 2004, p. 117).

Lee cria uma lista de fontes de uso relativamente comum para composição de textos com suas respectivas características: Baskerville, clássica e elegante; Janson, arredondada e acolhedora; Granjon, arredondada, acolhedora e graciosa; Caledonia, limpa, firme, corporativa; Times Roman, rígida, fria e formal; Electra, leve, descolada e eficiente; Fairfield, imprecisa; Bodoni, dramática; Waverly, arredondada e descolada.

Para Lee (2004, p. 118) é mais importante considerar as características formais de uma fonte, ou seja, sua expressividade ou personalidade formal (e suas possíveis conotações) do que trabalhar de forma historicamente alusiva: “É o caráter do tipo, não sua história, que afeta o leitor”.

Tipografia alusiva e interpretativa

A abordagem alusiva refere-se especialmente a correspondência histórica entre algum tema do texto e a tipografia. Essa abordagem relaciona-se especialmente ao resgate histórico da impressão, que se iniciou no século XIX, por tipógrafos ingleses como William Pickering. De acordo com Lommen (2012, p. 274):

Por volta de 1840, ingleses amantes da tipografia começaram a trazer de volta para o uso alguns materiais originais de William Caslon, fundador de tipos do século XVIII, e gostaram de usar esses elementos historicamente alusivos em designs tipográficos.

Essa abordagem ganhou força, sendo praticada por integrantes do chamado Movimento da Imprensa Particular, como William Morris no final do século XIX e por tipógrafos e impressores do início do século XX, que imprimiam livros em tiragens limitadas tanto na Europa quanto nos Estados Unidos.

Stanley Morison e Kennet Day (1963, p. 7) observam que:

Na Inglaterra e nos Estados Unidos, há uma geração o estilo usual no negócio da impressão era mais eclético e retrospectivo que atualmente. A tendência na Inglaterra e nos EUA de fazer a tipografia de livros “coleccionáveis” e “alusivos” tornou-se frequente durante o último meio século. Um autor do século 16 e 17 ou do 18 era composto com tipos e decorações

similares às encontradas nas edições originais. A fórmula era que esses trabalhos fossem interpretados de maneira mais apropriada ao se recorrer a materiais do período, que criam uma atmosfera de concordância. Embora esse esforço pela alusão histórica às vezes não consiga agradar, e os teóricos da tipografia, com certa justiça, possam considerá-lo estéril como uma fórmula de design, não há dúvida de que a inspiração no “período” produziu inúmeros volumes que um colecionador que conhece e ama os livros adora possuir.

Daniel Berkeley Updike (*in* PETERSON, 2002, p. 42), importante tipógrafo e designer americano do início do século XX, era conhecido por suas práticas “alusivas” e explica no ensaio *The Essentials of a Well-Made Book*, de 1940, que embora a “invenção” da tipografia alusiva tenha sido atribuída a ele, esta é uma prática antiga, já que a tipografia gótica é há muito tempo associada a textos sagrados e jurídicos, e a tipografia romana à literatura e a outros textos “profanos”. Updike apresenta como exemplo de praticantes dessa abordagem os impressores Pickering, Wittingham, no século XIX, e Bruce Rogers e Francis Meynell da Nonesuch Press, no início do século XX.

A tipografia alusiva teve bastante destaque nas décadas de 1920 e 1930, nos Estados Unidos e Europa. Essas décadas no campo do design editorial, especialmente nos Estados Unidos, foram marcadas pela produção de livros clássicos e ilustrados, em tiragens limitadas, impressos com materiais nobres e cuidadosamente projetados por designers de renome como Bruce Rogers e D. B Updike. O trabalho desses designers se destaca pela abordagem alusiva, ou seja, esses designers baseavam suas escolhas tipográficas em sua adequação e relevância histórica com o conteúdo textual.

A abordagem alusiva, como explica Megan Benton (2000, p. 92-93), não se restringe apenas à escolha tipográfica, mas a outros elementos e materiais do livro:

Este termo de arte se referia à composição tipográfica de um livro que se baseia no estilo do local e período em que o texto foi originalmente escrito. Dessa maneira, tomam-se por referência tipos, regras, ornamentos, convenções de layouts e estilos de ilustração, comuns nessa época e nesse local. A tipografia alusiva também buscava ser fiel à gênese do texto através de decisões que envolvem a escolha do papel, cor da tinta, formato, encadernação e até mesmo os métodos de produção.

Ainda segundo Benton (2000), a tipografia alusiva também foi alvo de críticas, uma vez que, voltando-se ao passado, era difícil desenvolver um estilo propriamente contemporâneo, isto é, do início do século XX. Benton lembra também que a tipografia alusiva era acusada por alguns como uma “epidemia de roubo” e que a tipografia, também conhecida por “*period typography*”, podia ser “tediosa como um móvel antigo”.

Além da abordagem alusiva, outra abordagem semelhante é a interpretativa, que, conforme definição de Benton, refere-se à interpretação gráfica de um texto por um designer. Benton (2000, p. 102-103) explica que:

“Se o designer alusivo funcionava como um designer cenográfico, na interpretação tipográfica o designer torna-se o centro da performance, a estrela do show”, e que a escolha da tipografia tem um papel fundamental na abordagem do design interpretativo:

A tipografia é a principal ferramenta expressiva para o designer. Cada tipo de letra oferece uma mistura única de associações históricas e culturais, bem como as características visuais de cor ou qualidade de traço (firme, bold, vigoroso, delicado, frágil e assim por diante). Designers habilidosos desenvolveram sensibilidades aguçadas relativas a estas qualidades tipográficas (*idem*, 2000, p. 105).

Joseph Blumenthal, impressor e tipógrafo de livros de edições limitadas, explica que em um dos livros que projetou procurou escolher uma fonte que estabelecesse uma relação formal entre as ilustrações em xilografia e o texto. Ele explica que “essa abordagem seria chamada alusiva” (BLUMENTHAL, 1982, p. 16) ou seja, a partir dessa afirmação percebe-se que a alusão vai além da questão histórica e pode ser uma estratégia em que se procura estabelecer relações entre a tipografia e as linguagens verbal e visual (no caso ilustrações). Mesmo que Blumenthal use o termo alusivo em relação a estabelecer relações entre outras linguagens (ilustração e tipografia), devido à conotação histórica, talvez uma expressão melhor seria a abordagem interpretativa ou associativa, ou mesmo de coerência formal entre elementos gráficos do objeto livro.

Cal Swann (1991:55) trabalha com ideias similares às da tipografia alusiva, porém substitui esse termo por conotação. Para o autor os leitores podem, em alguns casos, associar a forma de alguns tipos às suas origens históricas e geográficas, como Baskerville e Bell, que remetem à Inglaterra; góticos que remetem à Alemanha e tipos modernos como Bodoni, que se relacionam com a Itália. Swann usa como argumento texto de Emil Ruder em que ele explica que vários centros europeus, ao se separarem, começaram a imprimir suas línguas nacionais com famílias tipográficas produzidas na região:

O desenvolvimento de fontes nacionais está intimamente ligado às diferenças entre as línguas daquele país. Garamond está intimamente associada com a língua francesa, Caslon com a língua inglesa e Bodoni com o italiano. Se um deles é usado para uma língua estrangeira, pode perder seu efeito. (RUDER, 1996: 44)

Além da questão geográfica, Ruder aponta para as diferenças entre as línguas, suas especificidades e, por conseguinte, suas diferenças visuais na página impressa (textura). Ele explica que apenas algumas fontes podem ser utilizadas em ampla variedade de línguas, como Meridien e Univers, ambas desenhadas por Adrian Frutiger. Sabe-se que Ruder, professor da Escola de Design de Basileia, na Suíça, foi um dos mentores do “estilo internacional”, que clamava por designs objetivos, neutros, atem-

1 Thoreau's "Cape Cod": A problem in Book Design as solved by Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, D. B. Updike, William A. Kittredge. A Keepsake of The American of Graphic Arts.

2 American Institute of Graphic Arts

3 Cape Cod, de Henry David Thoreau, descreve uma região praiana no Estado de Massachusetts, na costa leste dos Estados Unidos. O capítulo inicial, "Shipwreck", apresentado no projeto das quatro versões, apresenta o local, a etimologia do nome do local (em que o capitão Bartholomew Gosnold encontrou bacalhau na região em 1602) e o desastroso acidente com uma embarcação, que teve como consequência inúmeras mortes.

porais e "internacionais", que pudessem romper barreiras nacionais. Ruder, dessa forma, em vez de defender a tipografia alusiva, defendia uma tipografia neutra, funcional e atemporal.

Estudo de caso: 4 propostas para a AIGA

Para mostrar que alterações na escolha dos tipos modificam a percepção da página impressa de um livro, utilizaremos como exemplo o panfleto de número 67¹, publicado em 1940 pela Associação dos Designers Gráficos Americanos, a AIGA², que apresenta diferentes soluções de design para um mesmo texto em prosa criadas por quatro designers: Rudolph Ruzicka, Helen Gentry, Daniel Berkeley Updike e William A. Kittredge. O texto escolhido foi um relato de viagem de Henry David Thoreau intitulado *Cape Cod*³, que trata da jornada do autor no Estado de Massachusetts. Cada designer criou uma página de rosto, uma abertura de capítulo e uma página de texto. No folheto, além dos leiautes, foram apresentadas as justificativas de projeto redigidas por cada designer.

O primeiro leiaute foi criado por Rudolph Ruzicka (figura 1), que escolheu para o texto a fonte Fairfield de sua própria autoria. A composição do texto foi feita em tipos de corpo 12 e entrelinha de 14 pontos, com alinhamento justificado. A mancha de texto possui 31 linhas e, na largura, comporta uma média de 63 caracteres por linha. Os títulos correntes foram compostos em maiúsculas de corpo de 12 pontos espaçadas e o fólio foi recuado da mancha de texto em 1 cm. A mancha gráfica do texto é arejada, devido à própria leveza dos caracteres da Fairfield, que apresentam pouco contraste entre traços grossos e finos e relativamente baixa "altura x".

O segundo projeto é de autoria de Helen Gentry, da Gentry Press (figura 2). A designer explica que escolheu a fonte Bembo para o projeto por não ser nem "seca" nem "barulhenta".

Na página de rosto, o título foi composto em Bembo, no entanto a tipografia, de classe garalde (Bembo), em tamanho *display*, ou seja, para título, apresenta muitas irregularidades de desenho. O texto foi composto em Bembo também com corpo e entrelinha de 11/13 pontos. A mancha gráfica possui 35 linhas de texto, com rendimento médio de 58 caracteres por linha.

A terceira proposta foi projetada por Daniel Berkeley Updike, na The Merrymount Press, em Boston (figura 3). Para as páginas de texto foi utilizado o tipo Bulmer, composto em corpo 10 e entrelinha de 14 pontos com 27 linhas com um rendimento médio de 55 caracteres por linha. Como o tipo Bulmer é mais escuro (mais denso e contrastado que os tipos usados nas duas propostas anteriores), é provável que o designer tenha utilizado uma entrelinha maior para compensar a tonalidade da mancha gráfica.

A última proposta deste panfleto é de William A. Kittredge, da Lakeside Press, uma divisão de livros especiais da editora R.R Donnelley & Sons Company, em Chicago (figura 4). Kittredge explica que:

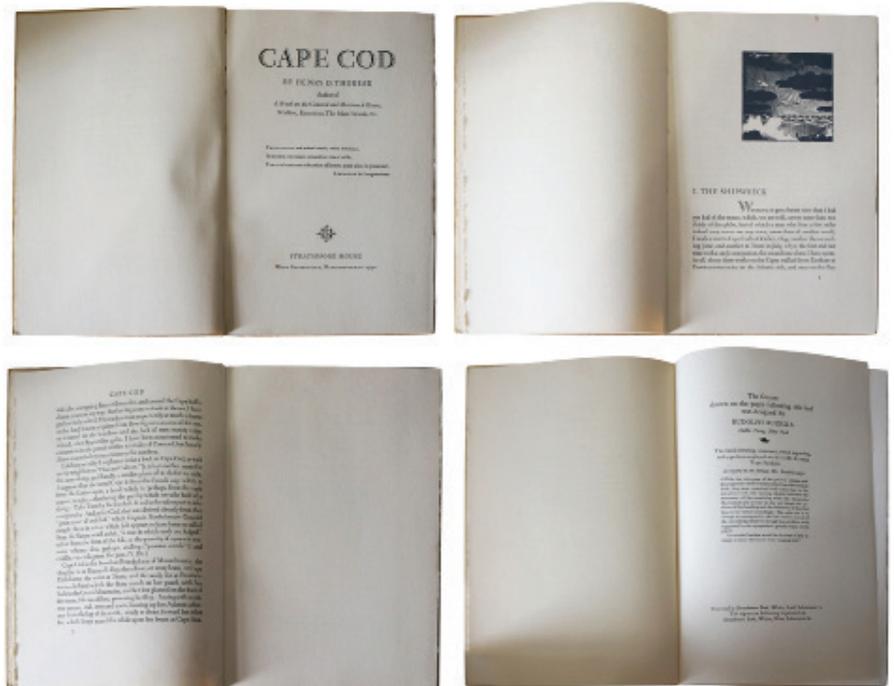


Figura 1 Proposta de design de Rudolph Ruzicka para Cape Cod. Dimensões do original: 15,5 x 23 cm. Fonte Da autora.

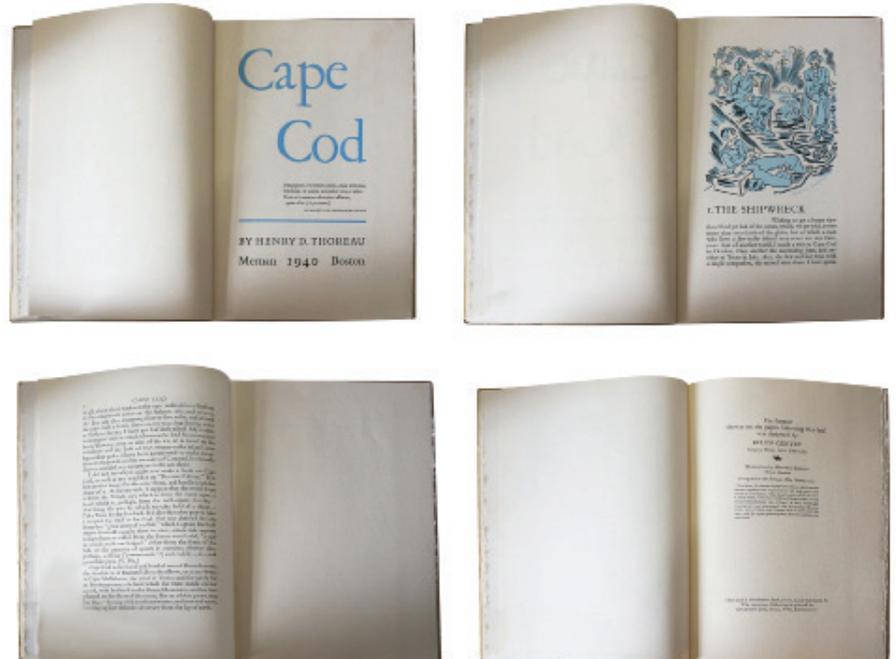


Figura 2 Proposta de design de Helen Gentry para Cape Cod. Dimensões do original: 15,5 x 23 cm. Fonte Da autora.

Ao conceber este volume de “Cape Cod” de Henry D. Thoreau, tentei imaginar um livro impresso em tipo claro impresso em preto sobre um reluzente papel branco (...). Se o livro é convencional na forma, é porque o designer quis interpretar com maior clareza os pensamentos do escritor sem se distrair com ‘truques tipográficos’.

As páginas de texto foram projetadas de acordo com as seguintes características: o texto foi composto em Scotch Roman em corpo 12 e entrelinha de 16 pontos. As entrelinhas e margens generosas provavelmente foram escolhidas para equilibrar a densidade do peso do tipo, que também apresenta contraste acentuado entre traços finos e grossos, por ser de classe moderna.

É possível perceber nesse panfleto como cada solução é uma interpretação do designer sobre o texto. Ruzicka e Gentry escolheram tipos para a composição do corpo do texto mais leves e Updike e Kittredge, tipos mais pesados, mais contrastados e expressivos, talvez para conotar certa tensão e peso e, além disso, há certa alusão histórica ao período em que o texto foi escrito, já que esses tipos são uma criação do século XIX e, apesar de Kittredge e Updike terem escolhido esses tipos mais pesados, eles compensaram usando entrelinha maior para facilitar a legibilidade⁴.

⁴ Bringhurst (2006, p. 45) assinala que tipos mais pesados requerem mais entrelinha: “Fontes como a Bauer Bodoni, com cor forte e eixo vertical rígido, precisam de muito mais entrelinha do que fontes como a Bembo, em que a cor é clara e o eixo se baseia na escrita manual”.

⁵ D. B. Updike foi o único designer convidado pela AIGA que criou um projeto com dimensões menores que os demais, tendo formato próximo ao de um livro de bolso.

Esses exemplos criados para o folheto da AIGA mostram a preocupação dessa Associação em promover o design editorial na época e, ao selecionarem quatro reconhecidos designers para criarem quatro projetos gráficos diferentes de páginas de um livro em prosa, de certa forma apontam que podem existir diversas possibilidades de leiaute para o mesmo texto e que a simples mudança da fonte é uma mudança estética substancial, pois os diferentes desenhos desses tipos podem transmitir mensagens diversas. Os designers podem ter escolhido a tipografia e os demais elementos gráficos de forma a criar uma atmosfera para o texto. Ou como no caso de Daniel Berkeley Updike, que em seu texto sobre o conceito criativo explicou que preferia um modelo compacto, funcional⁵ e que não atrapalharia a leitura, porém a fonte que ele escolheu é bastante densa se comparada às demais, o que por consequência gerou uma página mais pesada, que poderia ou não remeter à densidade do texto, especialmente sobre o início, que trata de um naufrágio. Mesmo que as páginas de texto sejam parecidas e não tenham muita ornamentação, se comparadas às páginas de abertura ou às de rosto, a escolha da tipografia, a composição da mancha das quatro edições têm densidades, tons e pesos diferentes. Assim, mesmo alterações aparentemente “sutis” podem ter algum impacto, especialmente quando as quatro edições são comparadas.

Não se pode saber qual era a real intenção do designer na escolha da tipografia, mas se o conteúdo é o mesmo, sua “entonação” visual é diferente, assim como diferentes atores ou diretores teatrais dão diferentes interpretações ao mesmo texto.



Figura 3 Proposta de design de Helen Gentry para Cape Cod. Dimensões do original: 12,7 x 19,4 cm. Fonte Da autora.

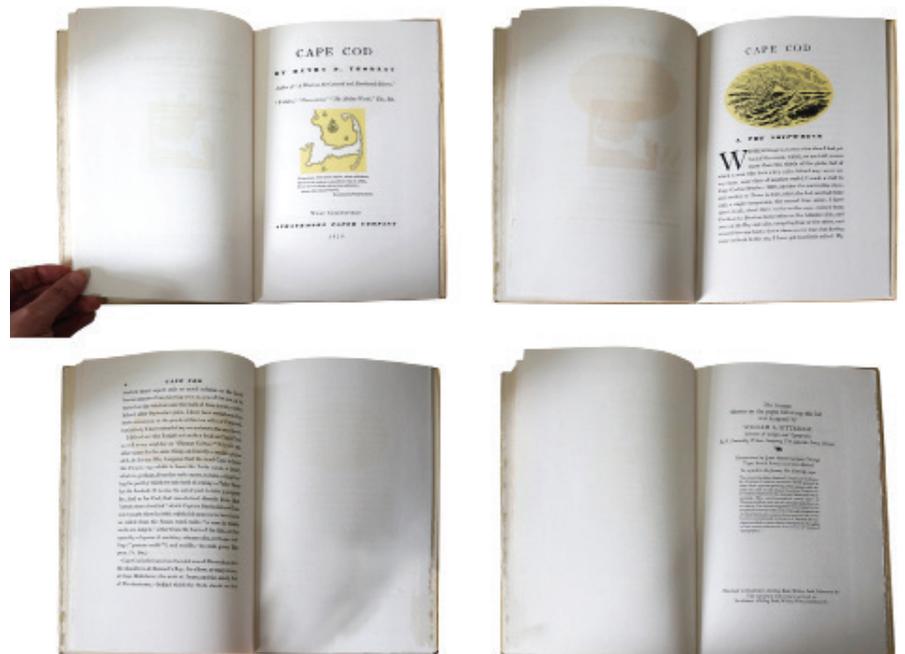


Figura 4 Proposta de design de William A. Kittredge para Cape Cod. Dimensões do original: 15,5 x 23 cm. Fonte Da autora.

A defesa contemporânea de abordagens alusivas ou atmosféricas

Como visto nas seções anteriores, as abordagens alusivas ou de valor atmosférico tiveram grande importância especialmente nas primeiras décadas do século XX, pois muito se escreveu sobre esses temas na época. No entanto, talvez por própria necessidade da produção editorial em larga escala, abordagens alusivas são menos frequentes do que abordagens funcionais. Mesmo assim, há ainda hoje os que defendem práticas que levem em consideração aspectos formais e conceituais da tipografia como forma de enriquecer a experiência da leitura.

Para Williamson (1985, p. 104), aspectos estéticos e “valores atmosféricos” influenciam a escolha tipográfica:

(...) O caráter, a origem ou a ‘atmosfera’ de uma série pode exercer uma influência sutil sobre a seleção. Sejam as letras delicadas ou robustas na aparência pode ser óbvio o suficiente; há características menos óbvias de detalhe, que podem ser percebidas, mas dificilmente descritas sem o recurso a uma extravagância de linguagem. Num sentido limitado, o caráter de uma série pode ser derivado de sua origem; para um texto relativo a um período ou a um país, um design de tipo desse lugar ou dessa época pode ser uma escolha particularmente adequada. Uma escolha alusiva como essa deve, porém, ser ponderada ante considerações práticas.

Andrew Haslam (2007) também defende uma abordagem que contemple toda a complexidade do produto editorial como exemplificado abaixo:

Quando se escolhe um tipo de letra para determinado livro, muitas questões influenciam a decisão do designer, incluindo o conteúdo, sua origem, o período em que foi escrito, seus antecedentes históricos, seu público leitor, a possibilidade de sua publicação em outras línguas, as questões práticas de legibilidade, a variedade de pesos, versaltes ou frações disponíveis na fonte, além dos custos de produção estimados. (HASLAM, 2007, p. 92)

Sutton e Bartram (1999, p. 7) acreditam que a tipografia pode transmitir o tom da voz do autor, mas que deve ao mesmo tempo ser clara e legível, ou seja, a composição deve ser funcional mas deve expressar ligeiramente a personalidade do texto.

Hochuli e Kinross (2007, p. 46) promovem uma abordagem historicamente alusiva: “qual tipografia para cada livro? Um tipo contemporâneo para literatura? Caslon para Dr. Johnson? Walbaum para Goethe? E para Homero, Dante, Henry James?”. Porém, como se pode observar na passagem a seguir, não se pode depender apenas da escolha do tipo, mas de questões que abrangem todo o projeto e a composição da página:

Cada tipografia interpreta o texto, mas a tipografia sozinha não faz nada. Os tipos manifestam-se meramente como formas de letras. O tamanho do tipo, a largura da linha, a entrelinha, a profundidade da coluna, a posição da área do texto na página, a tinta, o uso da cor e a qualidade do papel, materiais de encadernação; a presença física do livro, sua rigidez ou flexibilidade: todos esses elementos contribuem para dar sua impressão. (HOCHULI e KINROSS, 2007, p. 46)

Baines e Haslam (2005, p. 125) explicam que tipos podem ser escolhidos por motivos históricos, por exemplo, “enquanto um romance que se passa na Itália Renascentista ou no século XVIII na Inglaterra pode se beneficiar pelo uso de Bembo, ou Baskerville, respectivamente” mas que esse não deve ser o principal argumento para justificar seu uso em um projeto de livro:

O que importa é que o texto seja passível de leitura e atraente para seu público desejado hoje. Um conhecimento abrangente de história – da arquitetura e social, bem como da tipográfica – é um auxílio útil no processo de design, mas isso não deve se tornar uma camisa de força.

A partir do exposto acima, verifica-se que muitos autores concordam que a escolha do tipo pode ser usada para conotar certas ideias em relação a determinado texto, porém não se pode ignorar questões práticas. Há inúmeras fontes disponíveis para composição de textos, como já foi exposto, e cada uma delas apresenta particularidades tanto históricas quanto formais que, de forma explícita ou implícita, podem contribuir na construção de significado ou criar certa “atmosfera”. Mesmo que muitas vezes o leitor não perceba diferenças entre fontes, talvez possa ter uma experiência agradável com um leiaute bem feito, com uma página bem composta e impressa e talvez possa perceber ou estabelecer alguma relação dos elementos tipográficos e gráficos com o tema da obra.

Há projetos gráficos, porém, em que essa relação entre tipografia e conteúdo verbal em vez de sutil é um pouco mais óbvia. Pode-se usar como exemplo em que a tipografia atua como elemento expressivo e apresenta uma forte relação com o tema da obra, duas edições de *Bartleby, o escrivão*, de Herman Melville.

Estudo de Caso: duas edições de *Bartleby, o escrivão*

Nesta seção serão apresentadas duas edições de *Bartleby, o escrivão*, em que a tipografia atua como elemento chave do projeto e mantém relações com o conteúdo literário.

Bartleby, the Scrivener, publicado em 1995 pela Indulgence Press e projetado por Wilber H. “Chip” Schilling (figura 5), é uma edição especial e limitada com tiragem de apenas 100 exemplares. A fonte utilizada para a composição do texto (impressa em tipografia em metal – *letterpress*) foi a Bulmer, criada em 1928 pelo americano Morris Fuller Benton.

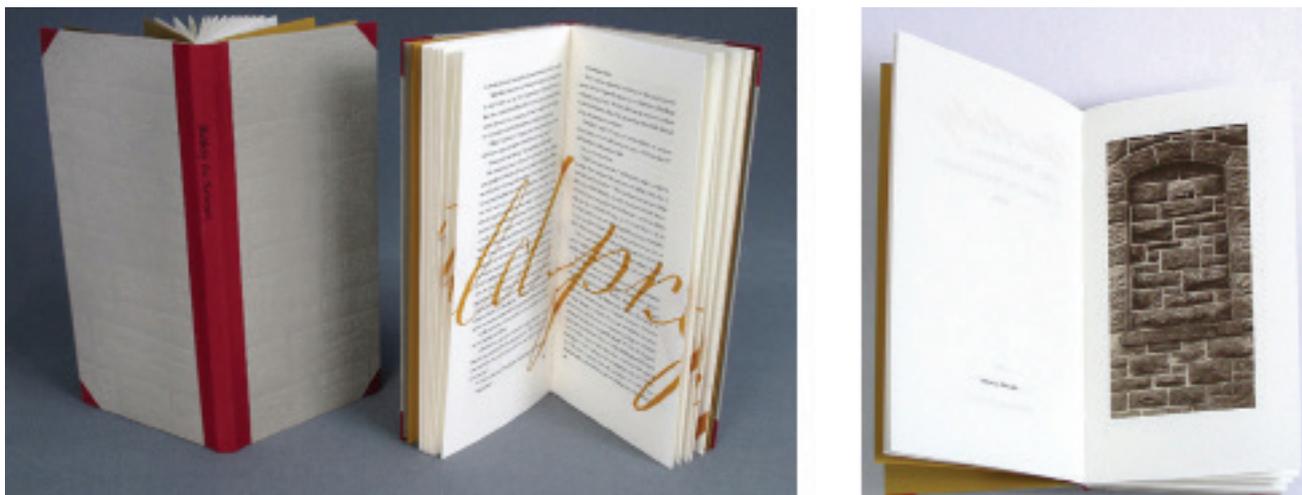


Figura 5 . Capa e páginas de *Bartleby*, da Indulgence Press. Dimensões do original: 15,2 x 30,4 cm.

Fonte Imagens do site da casa publicadora.



Figura 6 Capa e miolo de *Bartleby, o Escrivão*, publicado pela Cosac Naify em 2005. Imagens fornecidas pela editora. Dimensões do original: 16,7 x 23 cm.

Fonte Fotografia de Nino Andrés.

Nas páginas do livro há uma interferência caligráfica de Suzanne Moore que se sobrepõe ao texto. Há nesse projeto duas vozes tipográficas: a do advogado composta em Bulmer e a de *Bartleby*, caligráfica, e esta última acompanha a progressão do personagem na trama. À medida que *Bartleby* se torna mais inativo, a caligrafia torna-se cada vez mais ilegível pela escala das palavras (já que, ampliada, ela funciona mais como textura que como texto).

Muitos dos elementos utilizados por Schilling citam graficamente o conteúdo do texto e em especial a frase-chave do livro, “*I would prefer not to*” (Eu acho melhor não)⁶, em letra cursiva, que remete ao ofício de escrivão.

⁶ Tradução do termo na edição da Cosac Naify de 2005. Outra tradução possível seria “preferiria não fazer”.

Na edição de *Bartleby, o escrivão* publicada pela editora brasileira Cosac Naify e projetada por Elaine Ramos (figura 6), as escolhas tipográficas tanto da capa quanto do miolo apresentam uma interpretação tipográfica do conteúdo verbal.

Na capa do livro, a composição dos elementos textuais remete a composições tipográficas do século XIX, em que se costumava misturar diversas fontes num mesmo bloco de texto.

Para as páginas de texto, a escolha da família tipográfica Goudy OldStyle faz referência à localização geográfica: a história se passa nos Estados Unidos, o autor também é norte-americano, e a família Goudy foi desenvolvida no país pelo tipógrafo de mesma nacionalidade. O texto de *Bartleby* é composto em itálico, como uma referência à escrita cursiva e ao ofício do escrivão. É importante notar que a composição de textos em tipos itálicos (toda a mancha e não apenas ênfases no meio do texto) remete à criação dos primeiros itálicos tipográficos, cujos desenhos são inspirados na escrita cursiva criados por Francesco Griffo para Aldo Manuzio em Veneza na primeira década do século XVI com o intuito de serem utilizados para composição de livros portáteis.

Considerações Finais

A partir dessa breve apresentação de ideias relativas a uma abordagem tipográfica interpretativa e alusiva, e de alguns estudos de caso, percebe-se que isso pode ser interessante como forma de enriquecer o campo do design editorial e a experiência de leitura. A partir dos dois estudos de caso apresentados, nota-se que as relações que se estabelecem entre texto e tipografia podem ser mais sutis ou evidentes, mas em ambos os casos mostram que diferentes projetos, diferentes escolhas tipográficas podem dar diferentes vozes e “atmosferas” ao texto impresso. No entanto, todos os exemplos apresentados são do ponto de vista técnico e funcional bem feitos, ou seja, cumprem eficazmente o papel da leitura. Dessa maneira, pode-se concluir, tanto a partir dos estudos de caso quanto a partir deste panorama teórico, que a alusão, atmosfera ou interpretação não pode se sobrepor à função da leitura, ou seja, por mais que uma abordagem interpretativa seja rica em termos de design, ela não deve excluir a função da leitura, já que “Livros são feitos para serem lidos”, conforme escreveu Eric Gill. Ademais, o design do livro em prosa tem muito a ganhar se for tratado de forma específica e individual, e não de forma padronizada como se acostumou a fazer nos últimos anos. Textos específicos beneficiam-se de uma escolha tipográfica personalizada e adequada a eles.

Referências

BAINES, Phil. HASLAM, Andrew. **Type & Typography**. New York: Watson-Guption Publications, 2005.

BENTON, Megan L. **Beauty and the Book: Fine editions and cultural distinction in America**. New Haven & London: Yale University Press, 2000.

- BLUMENTHAL, Joseph. **Typographic Years: A printer's journey through a half century 1925-1975**. New York: Frederic C. Beil, 1982.
- FARIAS, Priscila. **Tipografia Digital: O impacto das novas tecnologias**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.
- FERREIRA, Danilo Pegorara. **Análise de fontes utilizadas no mercado editorial Brasileiro entre 2006 e 2007**. Trabalho de Conclusão de Curso do Centro Universitário Senac: 2007.
- HASLAM, Andrew. **O livro e o Designer II: Como criar e produzir livros**. Tradução Juliana A. Saad e Sérgio Rossi Filho. São Paulo: Rosari, 2007.
- HENDEL, Richard. **Aspects of Contemporary Book Design**. Iowa City: University of Iowa Press, 2013.
- HOCHULL, Jost. KINROSS, Robin. **Designing Books: practice and Theory**. London: Hyphen Press, 2007.
- LEE, Marshal. **Bookmaking: Editing, Design, Production**. Third Edition. New York, W.W. Norton & Company: 2004
- LOMMEN, Mathieu et all. **The book of books: 500 years of graphic innovation**. London: Thames & Hudson, 2012.
- MELVILLE, Herman. **Bartleby, o escrivão**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.
- MORISON, Stanley. DAY, Kenneth. **The Typographic Book: 1450-1935**. Chicago, The University of Chicago Press: 1963.
- OVINK, G. W. **Legibility, Atmosphere-Value and Forms of Printing Types**. Leiden: A. W. Sijthoff's Uitgeversma Atschappij N.V, 1938
- PETERSON, William S. **The Well-Made Book: Essays & Lectures by Daniel Berkeley Updike**. New York: Mark Batty Publisher, 2002.
- ROCHA, Cláudio. **Projeto Tipográfico: Análise e produção de fontes digitais**. São Paulo: Rosari, 2003.
- RUDER, Emil. **Typography: a manual of design**. Verlag: Verlag Niggli AG, 1996.
- SPENCER, Herbert. **The visible word**. London: Lund Humphries, 1969.
- SUTTON, James. BARTRAM, Alan. **Typefaces for books**. New York: New Amsterdam books, 1999.
- SWANN, Cal. **Language and Typography**. London: Lund Humphries Publishers: 1991.

Recebido: 05 de Agosto de 2016

Aprovado: 06 de Setembro de 2016

Mary Vonni Meurer de Lima e Berenice Santos Gonçalves*

Seleção tipográfica no contexto do design editorial: uma abordagem qualitativa para identificação de critérios

*

Mary Vonni Meurer de Lima possui graduação em Design Gráfico e especialização em Comunicação na Era Digital pela Pontifícia Universidade Católica do Paraná – PUCPR e mestrado em Design e Expressão Gráfica, linha de pesquisa Hipermídia, pela Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. Aluna do doutorado na mesma instituição, na linha de Mídia e Tecnologia. Professora da UFSC do curso de Design, nas disciplinas de InfoDesign, Projeto Editorial, Tipografia e Tipografia Aplicada ao Design Editorial. Também desenvolve pesquisas e orienta projetos relacionadas a tipografia e ao design editorial. <mary.meurer@ufsc.br>

Berenice Santos Gonçalves possui Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (2004), mestrado em Artes Visuais pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1997) e graduação em Artes Visuais - Bacharelado e Licenciatura pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul (1990). Atualmente exerce a função de professor adjunto na Universidade Federal de Santa Catarina onde ministra disciplinas nas áreas de Teoria da Cor e Ergonomia e usabilidade para o curso de Graduação em Design. Atua nos programas de Mestrado

Resumo O processo de seleção tipográfica constitui uma das etapas fundamentais para a o desenvolvimento de projetos de design editorial, onde a tipografia deve favorecer uma leitura imersiva. Diante do crescente número de fontes digitais disponíveis no mercado, com diferentes estilos e características este processo torna-se mais complexo principalmente para acadêmicos e profissionais em início de carreira. Buscando elencar critérios que possam orientar este processo foi realizada uma pesquisa qualitativa formalizada a partir de uma consulta a 6 especialistas em tipografia e design editorial, para identificar os critérios adotados no processo de seleção tipográfica. Ao final da pesquisa observou-se que os critérios apontados pelos especialistas corroboram e completam a revisão de literatura, acrescentando relevantes considerações sobre licenciamento de fontes e o posicionamento da publicação no mercado.

Palavras Chave design editorial, tipografia, critérios de seleção, consulta a especialistas

Type selection in the context of editorial design: a qualitative approach for identification criteria

Abstract The typographic selection process is one of the fundamental steps for the development of editorial design projects, where the typography should favor an immersive reading. Faced with the growing number of digital sources available in the market with different styles and characteristics this process becomes more complex primarily for academics and professionals in early career. Seeking to list criteria that can guide this process a qualitative research was carried out, formalized from a query to 6 specialists in typography and editorial design, to identify the criteria used in the process of typographic selection. At the end of the study it was observed that the criteria mentioned by experts corroborate and complete the literature review, adding relevant licensing considerations sources and positioning of the publication on the market.

Keywords editorial design, typography, selection criteria, expert advice

e Doutorado em Design. Desenvolve pesquisas nas linhas de Mídia e Tecnologia a partir dos seguintes eixos: “Hiperídia para Aprendizagem”, “Interfaces e interação” e “Design Editorial no contexto das tecnologias digitais”. É membro do grupo de pesquisa do CNPq “Ambientes Hiperídia para apoio ao processo ensino aprendizagem”.

<berenice@cce.ufsc.br>

1 O *Typography Primer*, ou *Adobe TypePrimer*, é um guia de referência disponibilizado pela empresa em seu site no link <<http://www.images.adobe.com/www.adobe.com/content/dam/Adobe/en/products/type/pdfs/adobe-type-primer.pdf>> Acesso em 18 de julho de 2016.

Problematização e objetivos

A aplicação da tipografia no contexto do design editorial envolve várias etapas. Inicia-se pela escolha dos tipos que serão usados no projeto, para depois definir os padrões de utilização — título, subtítulos, retrancas, legendas. As últimas etapas compreendem a construção da grade construtiva ou grid da página e a diagramação efetivamente, quando todo o texto é distribuído pelo documento de acordo com as regras pré-estabelecidas pelo designer. Todas estas etapas são fundamentais para garantir um resultado satisfatório no projeto editorial, ou seja, uma publicação adequada às necessidades do leitor e do conteúdo. O designer precisa ter o devido cuidado com cada uma delas, pois como observa Bringham (2015 pg. 28) “este é o começo, o meio e o fim da prática tipográfica: escolha e use os tipos com sensibilidade e inteligência”.

Sem desconsiderar a importância das demais etapas do projeto editorial, este artigo tem como ênfase o início do processo, ou seja, quando se busca pelos tipos que serão usados na publicação. Segundo Fuentes (2006 p. 73) “existem razões técnicas, razões estéticas, razões de código, e finalmente, mas não menos importante, razões efetivas e de eficácia comunicativa” que devem ser consideradas ao fazer uma seleção tipográfica. Uma escolha precipitada e sem repertório pode resultar em problemas no desenvolvimento do projeto ao perceber, por exemplo, que a fonte escolhida não apresenta todos os caracteres necessários, dificulta a leitura ao ser impressa em determinado papel ou ainda, não foi eficiente na comunicação com o público pretendido.

Como escolher bem as letras, ou seja, as fontes tipográficas para cada projeto? Segundo o guia *Typography Primer* (2000)¹ publicado pela Adobe© diversos fatores, como público-alvo, valores estéticos, tom da mensagem e meio de publicação, influenciam na escolha do tipo. Para Ali (2009) as escolhas em tipografia são incertas e existem muitas incógnitas e variáveis que precisam ser trabalhadas. A autora afirma que é preciso um longo período de estudo e aplicação para se ter domínio sobre o assunto. Certamente, equacionar todos os aspectos envolvidos na seleção tipográfica não é uma tarefa fácil principalmente para estudantes ou profissionais em início de carreira. Segundo texto de Jury, publicado por Heller (2004), o elevado número de fontes tipográficas projetadas e distribuídas nos últimos anos constitui um desafio para os professores de projeto, que buscam estabelecer critérios e padrões para a boa tipografia. O autor observa ainda que sente dificuldade em orientar os alunos na avaliação do que é “bom” e “mau”, o que funciona e não funciona, diante de tantas experimentações tipográficas.

O excesso de fontes disponíveis, mais de nove mil famílias tipográficas cadastradas no site FontShop©, apenas para citar um exemplo, não garante qualidade nem tampouco facilita o processo de seleção. Ao contrário, atualmente é preciso escolher entre muitas opções que são lançadas todos os dias, não só por profissionais, mas também por amadores. Se antes era preciso apenas definir qual o estilo tipográfico mais adequado para a

publicação e depois escolher entre 3 ou 4 tipos de acordo com este estilo, agora, por exemplo, ao decidir por um tipo geométrico o designer precisará considerar um conjunto de opções que vai muito além da Century Gothic e da Futura.

Para Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) muitos fatores pessoais interferem neste processo de seleção tipográfica, influenciando os profissionais na escolha de um tipo em relação ao outro, gerando sempre resultados diferentes, mesmo que para contextos semelhantes. “No entanto, ambos terão mais chances de alcançar um bom resultado se buscarem respostas fundamentadas, ao invés de seguir escolhas caprichosas.” (HENESTROSA, MESEGUER E SCAGLIONE, 2014, p. 20)

Assim, buscando orientar o processo de seleção tipográfica no contexto do design editorial este artigo tem como objetivo relatar uma consulta realizada com especialistas em tipografia e design editorial, atuantes em diferentes países, a fim de identificar os critérios adotados pelos especialistas a cerca deste processo. Ao estabelecer o foco no design editorial a pesquisa desenvolvida enfatiza o uso da tipografia para textos de imersão, onde em geral busca-se o conforto na leitura e a adequação ao conteúdo, segundo Esteves (2010). Este recorte se faz necessário pois a tipografia está presente em diferentes mídias e contextos e acredita-se que não seria possível aplicar as mesmas recomendações para escolher os tipos de uma identidade visual e de um livro, por exemplo.

Metodologia

Sobre os procedimentos metodológicos realizados optou-se por uma abordagem qualitativa que segundo Creswell (2010) auxilia no entendimento do significado atribuído pelos indivíduos a um problema social. Ao trazer o depoimento dos especialistas complementa-se o referencial teórico com as práticas do design editorial, tornando a pesquisa mais consistente. Este processo envolve a coleta de dados junto aos participantes seguida pela análise indutiva destes dados, indo portando do particular para o geral.

A escolha dos participantes foi definida com base na estratégia da bola de neve, que segundo Flick (2009) consiste em fazer com que um entrevistado leve a outro, pedindo, portanto, indicações de outros especialistas. Também foi definido, devido ao nível da pesquisa, que seria interessante incluir entrevistados de diversos países, dos continentes americanos e europeu. Não se tratou, portanto, de uma amostragem aleatória, mas sim de escolhas significativas para um caso específico, o que é recomendável na pesquisa qualitativa, de acordo com Flick (2009).

Para Duarte e Barros (2012) quando os participantes estão em lugares muito distantes torna-se difícil organizar a viabilizar a pesquisa o que muitas vezes resulta em mudanças na amostra deixando de buscar por pessoas relevantes para limitar-se a pessoas acessíveis. No caso desta pesquisa optou-se por uma abordagem que permitisse manter os participantes considerados relevantes, apesar da distância e da provável incompatibilidade de horários.

Assim, a consulta foi realizada por meio de questionário, pois este poderia ser respondido por todos os participantes de acordo com o seu tempo disponível, de forma assíncrona. Foram elaboradas nove questões abertas, que segundo Duarte e Barros (2012) “possibilitam conhecer de forma mais profunda e espontânea a opinião do entrevistado”. As questões buscavam estabelecer um breve perfil do especialista, a fim de confirmar sua experiência com o tema, e indagar sobre sua percepção em relação a critérios de seleção tipográfica e as dificuldades implícitas neste processo. Os eixos principais das perguntas foram o perfil dos especialistas, seus critérios e processo de seleção tipográfica e suas percepções em relação as dificuldades de profissionais e alunos ao realizar a seleção.

Após definido o questionário este foi submetido à apreciação de um dos especialistas para uma aplicação piloto com o objetivo de corrigir possíveis distorções, como sugerem Duarte e Barros (2012). Como o participante compreendeu as questões com facilidade e não solicitou nenhuma mudança, o questionário foi mantido. Posteriormente foram realizadas as traduções para inglês e espanhol para que os questionários pudessem ser enviados aos demais participantes. Observa-se que na ocasião do envio dos questionários todos os especialistas foram informados, no corpo do próprio questionário, da necessidade de divulgar publicamente seus nomes relacionando as respostas dadas e todos consentiram.

Referencial teórico

Segundo Zapaterra (2014), as publicações devem proporcionar uma experiência agradável para o leitor, de forma acessível e adequada às suas necessidades. A tipografia é fundamental para garantir essa experiência. Saltz (2010) complementa que a escolha dos tipos reflete no aspecto emocional do texto e na sua credibilidade. A quantidade de texto contido na publicação, a forma como os blocos de texto são dispostos na página, a hierarquia das informações, o contraste entre os caracteres e o fundo, enfim, diversos fatores relacionados a tipografia tem forte influência no projeto editorial e na experiência do leitor.

Sobre os fatores que precisam ser considerados durante a seleção tipográfica, Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014 p. 19) afirmam que “as duas tarefas — a seleção de fontes e a definição de um partido para um projeto de design gráfico — envolvem pelo menos três temas comuns: fatores funcionais, técnicos e estéticos. Sob a ótica do design de tipos, mas que se aplica também a seleção tipográfica, o autor define os seguintes fatores, a saber: forma e função, considerações técnicas e fatores estéticos.

- a. **Forma e Função:** os fatores funcionais estão vinculados ao objetivo do texto na página e da tipografia no texto. Esta análise mostra, entre outros fatores, qual é o conjunto de caracteres necessários para a fonte. É importante definir os idiomas em que o texto deverá ser apresentado, tipos de numerais, caracteres especiais, entre outros recursos necessários. Nesta

etapa também é pertinente considerar a função de cada parte do conteúdo. Textos mais curtos, como títulos ou subtítulos, necessitam de tipos mais condensados, que possibilitam incluir mais caracteres por linha. Tipos que se destinam ao corpo de texto e leitura intensiva, precisam de um espaçamento maior e contra-formas mais amplas. (HENESTROSA, MESEGUER E SCAGLIONE, 2014)

- b. **Fatores Estéticos:** os autores consideram as questões relacionadas à aparência das formas como as mais difíceis de definir devido a subjetividade da percepção. Mas é preciso entender que a aparência dos tipos agrega às peças gráficas propriedades culturais, que em muitos casos são importantes para conferir personalidade ao projeto. Porém alertam que “algumas letras devem ser invisíveis para dar destaque à informação, sem acrescentar a ela qualquer tipo de carga subjetiva.” (HENESTROSA, MESEGUER E SCAGLIONE, 2014 p. 25)
- c. **Considerações Técnicas:** o meio de reprodução da fonte deve ser considerado, pois pode modificar a aparência do tipo. A velocidade de impressão e o tipo de papel interferem diretamente e segundo Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) é recomendável que o tipo seja planejado de acordo com um uso específico.

Os autores indicam ainda que no caso do processo de seleção de fontes um quarto fator deve ser observado, o econômico, porém não apresenta mais detalhes. Entende-se aqui que é importante considerar o custo que a compra de licenças de uso de uma determinada fonte, ou família tipográfica, representa para o orçamento de um projeto editorial.

Os fatores apresentados por Henestrosa, Meseguer e Scaglione (2014) foram considerados nesta pesquisa como base para agrupar as diferentes contribuições indicadas nas revisões de literatura, permitindo assim uma futura categorização destas contribuições para definir os critérios. Como observam Strauss e Corbin (2008) quando os conceitos começam a se acumular é preciso iniciar um processo de agrupamento e categorização, atribuindo a estes grupos termos explicativos mais abstratos, que são as categorias.

Na revisão de literatura constatou-se que referências relacionadas a legibilidade aparecem com maior frequência, muitas vezes como um contraponto a expressão e a personalidade dos tipos, fatores muito citados porém ainda considerados subjetivos. A variação de peso, estilo e os recursos, também são abordados, sempre enfatizando a importância da completude quando se trata principalmente de fontes para textos longos. A qualidade do desenho e a influência do suporte, tanto no meio impresso quanto digital, também são citadas e reforçam que ainda é preciso considerar as diferenças ao escolher uma fonte. A licença de uso é o aspecto que aparece com menor frequência na revisão de literatura, embora seja uma questão frequentemente discutida no mercado, em blogs, fóruns, palestras e conferências.

Elencados os principais fatores que interferem na seleção tipográfica, de acordo com a revisão de literatura, percebe-se a necessidade de compreender como estes fatores devem ser considerados no contexto de cada projeto. Como relacioná-los as características do projeto, identificar se existe uma hierarquia entre eles e como ela se dá, quais as implicações deste processo que visa a tomada de decisão para a escolha entre uma e outra fonte, considerando diferentes aspectos.

Desenvolvimento do tema

Conforme descrito na abordagem metodológica, após a revisão de literatura foi realizada a etapa de consulta a especialistas em seleção tipográfica e design editorial. A seguir é apresentado o perfil dos especialistas bem como detalhados os resultados da aplicação dos questionários.

O grupo selecionado para responder ao questionário foi composto por 6 especialistas em tipografia com experiência profissional e/ou acadêmica que atuam no Brasil, Estados Unidos, Alemanha, Argentina e Inglaterra. Os questionários foram distribuídos por email durante o segundo semestre de 2015. O quadro 1 apresenta uma breve descrição de cada participante.

NOME	PAÍS	BREVE CURRÍCULO
Crystian Cruz	Brasil	Atua na área de tipografia e editorial como designer, professor e consultor. Possui mestrado em tipografia pela University of Reading-UK
Henrique Nardi	Brasil	Desde 2003, organiza o projeto educativo “Tipocracia” voltado para a promoção da cultura tipográfica pelo Brasil. Entre os workshops que realiza atualmente está o “À procura da tipografia perfeita”.
Stephen Coles	EUA	Escritor, editor e consultor tipográfico que se declara obcecado com a seleção de fontes e a relação entre os fabricantes de fontes e usuários. Reconhecido por outros profissionais como referência na área.
Indra Kupfershmid	Alemanha	Tipógrafa alemã e professora sediada em Bonn e Saarbrücken. Estudou Comunicação visual no Weimar Bauhaus-University e com Fred Smeijers na Holanda.
Pablo Cosgaya	Argentina	Professor de Tipografia no curso de Design Gráfico no programa de graduação e mestrado. Designer gráfico especializado em Design Editorial, Design Tipográfico e Identidade Corporativa.
Gerry Leonidas	Inglaterra	Professor na University of Reading-UK desde 1998. Atualmente diretor do programa de mestrado e no curso intensivo de Design de Tipos, na mesma instituição. Vice-Presidente da ATypI. Áreas de pesquisa: processos de design tipográfico, ensino da tipografia e design de tipos.

Quadro 1 Relação de especialistas que responderam ao questionário.

Fonte As autoras

Sobre o perfil dos especialistas destaca-se que a maioria tem experiência acadêmica e todos tem experiência como profissionais atuando na área de tipografia e design editorial, em alguns casos oferecendo consultoria sobre a seleção tipográfica para projetos. As informações foram indicadas pelos próprios especialistas no questionário e sintetizadas no quadro 1, visto que em todos os casos os currículos são extensos. A seguir são comentadas as respostas ao questionário e as importantes contribuições dos especialistas.

A primeira pergunta do questionário buscava identificar referências bibliográficas a respeito de critérios de seleção tipográfica. Nenhum dos participantes indicou um livro específico sobre o tema, mas autores como Robert Bringhurst, Ellen Lupton, Claudio Rocha e Erik Spiekermann, foram indicados como referências gerais sobre tipografia que poderiam contribuir com a pesquisa. Também foram citados blogs e materiais de apoio dos próprios especialistas, além dos autores Jan Middendorp e Jason Santa Maria, que abordam o tema em seus livros “*Shaping Text*” e “*On Web Typography*”.

Quando questionados sobre os critérios adotados no processo de seleção tipográfica que consideram relevantes no contexto do design editorial foram unânimes ao argumentar sobre a importância de conhecer o conteúdo e o contexto da publicação, bem como seu público. Também destacaram aspectos técnicos e funcionais como espaçamento, renderização e recursos disponíveis. Aspectos históricos e questões culturais foram enfatizados por Nardi e Kupfershmid.

Ainda sobre a adequação do tipo ao contexto do projeto, Coles, Cosgaya e Kupfershmid consideram importante conhecer o posicionamento da publicação no mercado, como pretende se destacar ou se igualar em relação aos concorrentes e suas próprias publicações anteriores. A preocupação com o direito de uso da fonte e o custo que isto pode representar no projeto foi citada por Nardi, Coles e Cosgaya. Nardi lembra ainda que de acordo com a verba disponível pode ser necessário optar apenas por fontes gratuitas.

Sobre as experiências individuais com o processo de seleção tipográfica, os especialistas descrevem diferentes etapas. Cruz, por exemplo, inicia por uma definição da função do tipo, texto ou display, para então estabelecer os critérios, entre eles a legibilidade, família e ineditismo do tipo. Nardi também mencionou que define critérios para seleção e realiza testes com o seu acervo tipográfico e com as fontes disponíveis no mercado. Kupfershmid relata que ao receber o briefing já inicia um processo de seleção, que reconhece ser tão instantâneo apenas devido a sua vasta experiência, por isso sugere que todos devem dedicar-se a observação prévia dos tipos a fim de ampliar seu repertório. Cosgaya, Coles e Leonidas concordam que as decisões variam de acordo com cada projeto.

Os especialistas também foram questionados sobre suas percepções em relação a alunos e profissionais com os quais dividem experiências de projeto, na condição de professores ou consultores. Leonidas destaca que essas dificuldades variam muito de acordo com a experiência do aluno, em início ou final do curso, e no caso dos profissionais com a área de atuação. Todos afirmaram perceber dificuldades em relação ao processo de seleção

tipográfica, não só entre estudantes mas até mesmo entre profissionais experientes. As dificuldades envolvem desde identificar as necessidades do projeto, até avaliar a qualidade técnica da fonte e sua adequação ao conteúdo. Coles considerou que os alunos, por terem dificuldade em realizar a seleção tipográfica, costumam copiar outras soluções ou repetir suas próprias escolhas. Nardi e Cosgaya comentam que muitas vezes essas escolhas são feitas de forma intuitiva, sem considerar critérios.

Em relação a sua atuação como consultores sobre tipografia, Cruz, Nardi, Coles e Kupfershmid descrevem como etapa inicial uma reunião de briefing, onde eles tomam conhecimento das necessidades e características do projeto e também dão sugestões para refinar o processo de seleção tipográfica. Coles, por exemplo, relata que geralmente precisa orientar os clientes sobre as questões de licença de uso, que eles não costumam considerar inicialmente. Leonidas faz recomendações sobre as qualidades de um consultor de forma geral, mas não comenta sua experiência. Cosgaya não atua como consultor.

Embora existam distinções e particularidades, a partir das respostas dos especialistas é possível afirmar que seus critérios de seleção tipográfica, seu processo de tomada de decisão e suas percepções sobre a dificuldade de alunos são semelhantes e corroboram com as constatações resultantes da revisão bibliográfica. Destaca-se ainda que também são recorrentes as referências à importância do público-alvo e do conteúdo da publicação neste contexto. Entre os especialistas é unânime a recomendação de que é preciso considerar o perfil do leitor e as características do conteúdo e da publicação. A seguir o quadro 2 apresenta os aspectos mais recorrentes na contribuição dos especialistas.

ASPECTOS CITADOS	RECORRÊNCIA
Conhecer o conteúdo e o contexto da publicação.	todos os especialistas
Aspectos técnicos e funcionais como legibilidade, qualidade e recursos.	todos os especialistas
Aspectos históricos e culturais.	2 especialistas
Posicionamento da publicação no mercado.	3 especialistas
Licenciamento da fonte.	3 especialistas

Quadro 2 Relação de aspectos citados e sua recorrência entre os especialistas

Fonte As autoras

Comparando as informações resultantes da revisão bibliográfica e dos questionários com especialistas foi possível perceber que as considerações sobre seleção tipográfica se repetiam e se complementavam. Destaca-se a preocupação dos especialistas com as questões de licenciamento da fonte, que envolve tanto questões legais sobre o uso quanto o impacto da compra de fontes digitais no orçamento de um projeto. Também enfatizaram a importância do posicionamento da publicação no mercado, para definir se a tipografia deve seguir tendências ou diferenciar-se. Nenhuma destas questões havia sido identificada na revisão de literatura.

Considerações finais

Ao final desta pesquisa foi possível identificar critérios para orientar o processo de seleção, além de constatar que se trata de um processo complexo e que necessita de atenção para garantir o desenvolvimento de um projeto editorial adequado ao seu público e conteúdo.

Sobre a abordagem qualitativa realizada, conclui-se que o uso do questionário com perguntas abertas foi eficiente para facilitar o acesso aos especialistas de forma assíncrona, o que não seria possível com uma entrevista, por exemplo, e retornando em respostas mais completas do que um questionário fechado permitiria.

Os critérios aqui identificados complementam uma pesquisa mais ampla que resultará em um modelo de apoio à seleção tipográfica, atualmente em desenvolvimento. O objetivo do referido modelo é apoiar alunos e profissionais menos experientes, sugerindo etapas e recursos que possam tornar o processo mais sistemático e menos subjetivo.

Referências

- ALI, Fatima. **A arte de editar revistas**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2009.
- BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo: Cosac Naify, 2015.
- CRESWELL, John W. **Projeto de Pesquisa: Métodos qualitativo, quantitativo e misto**. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- DUARTE, Jorge e BARROS, Antonio (orgs.). **Métodos e Técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012
- ESTEVES, Ricardo. **Design Brasileiro de Tipos Digitais: Elementos que se articulam na formação de uma prática profissional**. Dissertação. Escola Superior de Desenho Industrial. Rio de Janeiro, 2010.
- FLICK, Uwe. **Introdução à pesquisa qualitativa**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- FUENTES, Rodolfo. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa**. São Paulo: Edições Rosari, 2006.
- HENESTROSA, Cristobal; MESEGUER, Laura; SCAGLIONE, José. **Como criar tipos: do esboço à tela**. Brasília: Estereográfica, 2014.
- HELLER, Steven. **The Education of a Typographer**. Nova York: Allworth Press, 2004.
- SALTZ, Ina. **100 Fundamentos do Design com Tipos**. São Paulo: Blucher, 2010.
- STRAUSS, Anselm e CORBIN, Juliet. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. Porto Alegre, 2008.
- ZAPATERRA, Yolanda. **Design Editorial**. São Paulo: Gustavo Gili, 2014.

Recebido: 28 de Junho de 2016

Aprovado: 30 de Agosto de 2016

Andréa Pennino Graciano e Luisa Paraguai*

Algoritmo e tipografia: o código como parte do processo de criação de uma fonte digital

* **Andréa Pennino Graciano** é graduada em Engenharia Civil pela Unicamp e em Design Gráfico pela Universidade Anhembi Morumbi, pós graduada com MBA em Tecnologia da Informação na USP/Fia e com DESS em Gestão de Projetos pela Universidade de Grenoble (França) e é mestranda em design na Universidade Anhembi Morumbi.
<andrea.graciano@me.com>

Luisa Paraguai é pesquisadora e docente permanente do Programa de Pós-Graduação em Linguagens, Mídia e Arte da Pontifícia Universidade Católica de Campinas. Consultora *Ad Hoc* da CAPES e FAPESP. Colaboradora da *Leonardo Digital Review*. Membro do Grupo de Pesquisa Produção e Pesquisa em Arte. Artista nas interlocuções entre arte, design e tecnologia. Investiga interfaces multisensoriais e espacialidades urbanas. Possui graduação em Engenharia Civil pela Universidade de São Paulo USP, mestrado e doutorado em Múltiplos Meios pela Universidade Estadual de Campinas UNICAMP, e pós-doutorado no *Planetary Collegium, Nuova Accademia di Belle Arti NABA*, Milão.
<luisa.donati@puc-campinas.edu.br>

Resumo O objetivo deste artigo é descrever o processo de criação da fonte digital TEP (Tipografia Experimental Parametrizada), cujos desenhos foram produzidos com o auxílio de algoritmos, ou seja, códigos de programação. Os processos de parametrização e de seleção randômica norteiam as soluções possíveis na formação dos caracteres, que se organizam esteticamente sem o foco da legibilidade, apesar de ser possível a identificação das letras e dos números nos mesmos. O projeto TEP organiza os tipos como módulos visuais, que repetidos e manipulados por outros algoritmos geram padrões e/ou texturas. Importa salientar a experimentação prática como ação metodológica, que incorpora o inesperado formulado pela lógica computacional.

Palavras chave: Algoritmo, Tipografia, Processo de Criação, Parametrização.

Algorithm and typography: the code as part of the creation process of a digital font

Abstract *The purpose of this article is to describe the creative process of the digital font TEP (translation from Portuguese's Parameterized Experimental Typography), whose drawings were produced with the aid of algorithms, ie, programming codes. Once written - obeying some parameters and allowing the random selection of others by the computer - the algorithms, at every mouse click, presented a new solution for the characters' shapes. This is not a typography intended to be used in texts, since the project does not focus on readability, although the identification of letters and numbers is possible. The TEP was designed so that its characters work as visual modules which, when repeated and manipulated by other algorithms, generate patterns. As methodology, added to theoretical research, the experimentation experienced in the computer lab was critical to this work.*

Keywords *Algorithm, Typography, Creation Process, Parameterization.*

1 O projeto em questão refere-se ao trabalho de conclusão do curso de Design Gráfico da Universidade Anhembi Morumbi, apresentado em junho de 2015.

2 “Uma padronagem pode ser produzida manualmente, por máquinas ou códigos, mas é sempre resultado de uma repetição. Um exército de pontos pode ser regulado por um grid geométrico rígido ou agrupado ao acaso ao longo de uma superfície” (LUPTON e PHILLIPS, 2008, p.187).

3 www.processing.org

Introdução

O objetivo do presente artigo é descrever o processo de criação da fonte TEP (Tipografia Experimental Parametrizada) produzida em paralelo com as pesquisas referenciadas nas primeiras fases de um projeto¹ cujo foco era explorar a utilização de elementos visuais, sobretudo geométricos, na construção de estruturas formais mais complexas. Cita-se Moles (apud Munari, 1998, p.38), para compreender que o contexto complexo se apresenta quando “contém um grande número de elementos reagrupáveis mas em poucas classes”. Para o autor, bem como para Alexander (1964), o exercício projetual implica em decompor variáveis que articulem vínculos – dependências e independências – para a geração de entidades mais complexas. Assume-se no projeto TEP, formalmente esta proposição, pois os elementos visuais básicos (círculos) foram combinados de diversas maneiras – pela repetição e variação de sobreposições, escalas, rotações, reflexos especulares, translações e acumulados, conforme escreve Munari (2006), em camadas para gerar possibilidades de composições visuais ou padronagens². Para o autor a simetria define modos de acumular as formas básicas pela repetição até constituir a forma global.

Partindo-se da compreensão que repetir, permutar e sobrepor são operações realizadas com eficiência pelo computador, passou-se a investigar a possibilidade de usar algoritmos, ou seja, códigos de programação para a manipulação dos módulos resultantes e a produção de estruturas visuais mais complexas. Segundo Reas *et al.* (2010, p.13), “este tipo de código – frequentemente chamado um algoritmo, procedimento ou programa – define um processo específico com instruções suficientemente detalhadas para serem executadas”. Os algoritmos são escritos em uma linguagem de programação, e atuam como exercícios de abstração para mediar diálogos entre o programador/usuário e a máquina. Conforme os autores, para uma dada hipótese definem-se variáveis e estruturam-se escolhas em operações modulares (comportamentos) que atendem específicas funcionalidades, considerando que existem diferentes percursos possíveis. Os códigos deste projeto foram escritos em Java – linguagem de programação utilizada pelo programa *Processing*, diante das seguintes propriedades: trata-se de um *software livre*; possui uma grande base de dados on-line³, com referências, exemplos, tutoriais, fóruns de discussão, etc., alimentada por uma extensa comunidade virtual; e atua “como ferramenta para não programadores, através da satisfação imediata proporcionada pelo retorno visual” (*PROCESSING*, 2004).

O projeto TEP propõe a construção de módulos visuais, manipulados por algoritmos, para produção de tipos digitais, que não focam a legibilidade, mas a expressividade visual. Os caracteres da TEP, em um momento posterior, podem configurar-se como padrões visuais para a elaboração de texturas e/ou superfícies, a partir de outros códigos de programação. O set tipográfico desenvolvido (conjunto total de caracteres da TEP) conta com 120 desenhos assim distribuídos: 26 maiúsculas (caixa-alta), 26 minúsculas (caixa-baixa), 10 números, 26 diacríticos (letras com acentuação) e 32 sinais.

Das métricas aos parâmetros

Métricas do projeto

4 Os ornamentos servem para “compor padrões gráficos (*patterns*), molduras (*borders*) e também podem ser utilizados isoladamente como vinhetas. Cumprem a função de estruturar e valorizar o texto” (ROCHA, 2012, p.100). São encontrados nos sets tipográficos de fontes dingbats e até mesmo em fontes de texto.

5 Segundo Clair (2009, p. 360), dingbats são “marcas decorativas, sinais de impressão ou símbolos fornecidos da mesma maneira que uma fonte tipográfica.” Portanto, dingbats não são exatamente uma fonte tipográfica mas são distribuídos de forma idêntica, ou seja, em arquivos digitais no formato de fontes.

6 Tipografia criada pelos designers: Fernando Caro, Ron Carpenter, Fabio Haag, Bruno Mello e Rafael Saraiva na filial brasileira do Studio Dalton Maag. A Prometo Trial Regular utilizada no projeto é uma versão de avaliação, disponibilizada em <http://www.daltonmaag.com/library/prometo>.

Num primeiro momento pensou-se em criar uma fonte objetivamente ornamental⁴ ou *dingbat*⁵ pelo fato de não se saber se o controle do designer sobre os resultados visuais criados pelos algoritmos seria suficiente para garantir a legibilidade à tipografia. Outro motivo para essa escolha foi a intenção de utilizar seus caracteres como motivos visuais que dariam origem a padronagens em uma fase posterior do projeto.

Entretanto, para ficar de acordo com as definições impostas ao projeto, a TEP deveria, necessariamente, guardar uma relação com as métricas e, minimamente, com as formas dos caracteres da “fonte base” – uma fonte legível e apropriada para leitura de textos. Como “fonte base” escolheu-se a Prometo Trial Regular⁶, uma fonte *display*, sem serifas, criada em 2014, pelo Studio Dalton Maag (Figura 1).



Figura 1 Tipografia Prometo Trial Regular, usada como “fonte base” do projeto.

Fonte www.daltonmaag.com/library/prometo

As métricas da “fonte base” de interesse para a criação da TEP foram: a altura e a largura de seus caracteres, tomando-se como referência desenhos proporcionais a uma “altura de x” de 50mm. Observou-se também o número de vezes (interações) que o desenho do caractere toca ou cruza as linhas principais (ascendente, versal, altura de x, linha de base e descendente) da estrutura da fonte, conforme demonstrado na Figura 2.

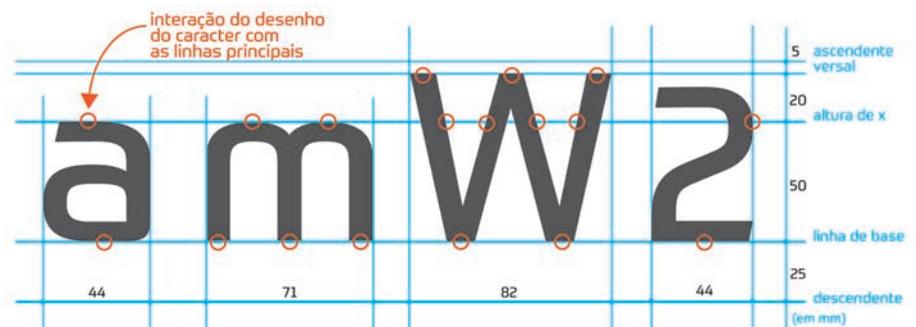


Figura 2 Métricas da “fonte base”.

Fonte GRACIANO, 2015, p.22

O esquema apresentado possibilitou a montagem da Tabela 1, que indica o procedimento executado para os 120 caracteres da “fonte base” necessários para a criação do set tipográfico da TEP. De posse de todas essas informações, o passo seguinte foi transformar essas métricas da “fonte base” em parâmetros para o desenho da TEP.

CARACTERE	a	m	W	2
Altura	50	50	70	65
Largura	44	71	82	44
Interações	2	5	9	2

Tabela 1 Exemplo de métricas usadas no projeto (em mm).

Fonte GRACIANO, 2015, p.22

Parâmetros

Enquanto a “fonte base”, a Prometo Trial Regular, tem como estrutura para o desenho de seus elementos um *grid* com contornos definido e rígido, a TEP por sua vez, busca o oposto, um *grid* flexível e orgânico, construído a partir do conceito do projeto no qual módulos simples dão origem às composições visuais complexas. O *grid* escolhido como base para os desenhos da TEP referencia-se na “superposição de estruturas de repetição” sugerida por Wong (2010, p. 66) e apresentada na Figura 3.

Uma estrutura de repetição, juntamente com as unidades de forma que comporta, pode ser superposta a uma outra estrutura de repetição. As duas estruturas e suas unidades de forma podem ser as mesmas ou diferentes uma das outras. A interação de duas estruturas pode produzir resultados inesperados.

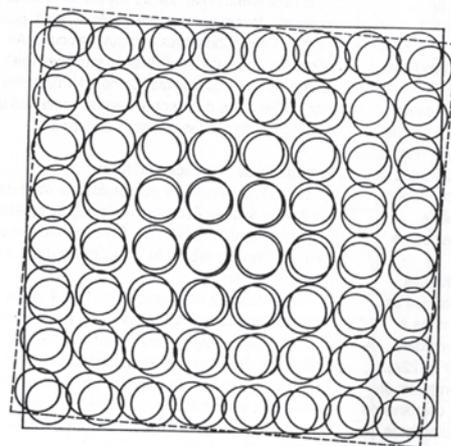


Figura 3 Grids superpostos.

Fonte WONG, 2010, p. 64

O *grid* da TEP é composto por elementos circulares – sem preenchimento interno e somente com as bordas visíveis (*outline*) – de tamanhos variados e superpostos aleatoriamente em uma área delimitada. Os centros das circunferências são posicionados dentro da área “retângulo limite”, formada pela altura e largura do carácter correspondente da “fonte base” (Figura 4).

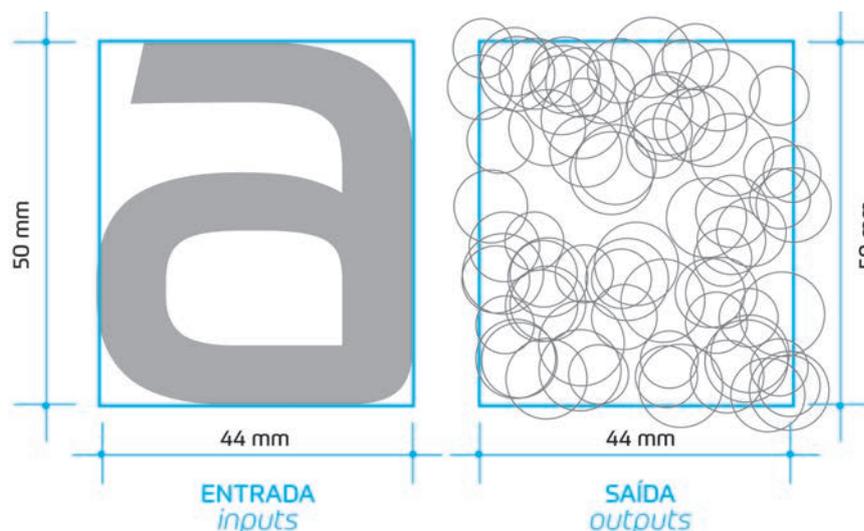


Figura 4 Estrutura dos caracteres da TEP criada a partir dos parâmetros de entrada.

Fonte GRACIANO, 2015, p.23

Nesse contexto, a altura e a largura do carácter da “fonte base” são *inputs* para o algoritmo, ou seja, parâmetros de entrada para o sistema, enquanto o “retângulo limite” é um dos *outputs* (resultado visual) do programa. Segundo Reas et al. (2010, p. 95) “parâmetro é um valor que produz um efeito no resultado de saída de um processo”, podendo ser “constantes”, valores que não podem ser alterados e “variáveis”, que permitem alterações. Por vezes, os valores associados aos parâmetros variáveis podem ser randômicos (aleatórios). Para os autores, o processo de parametrização define articulações entre a intenção do designer e o sistema visual projetado, na medida em que identifica e descreve os efeitos dos parâmetros na forma, suas possíveis variações e como os dados de input podem influenciar os comportamentos do mesmo. A Tabela 2 mostra a relação entre os *inputs* e *outputs* do algoritmo responsável pela criação da TEP.

INPUT	OUTPUT
Caractere	nome do arquivo
Altura e Largura	limite externo do caractere (retângulo)
Interações	num. de módulos (círculos) do grid

Tabela 2 Relação entre os parâmetros de entrada (*inputs*) e de saída (*outputs*) do algoritmo.

Fonte GRACIANO, 2015, p.22

A parametrização do projeto e a codificação dessas relações, na forma de regras que constituem o algoritmo constituem o processo de criação do designer. Esse apresenta-se cíclico, ou seja, o designer define um conjunto de parâmetros e regras, executa o algoritmo e analisa os resultados visuais obtidos. A macroestrutura do ambiente projetual com feed-backs permite alterar as regras e/ou os parâmetros de entrada ao buscar formas visuais resultantes que não constituam redundância quando observados os caracteres da fonte base. Neste projeto, após vários testes, chegou-se ao seguinte conjunto de regras que estão codificadas sob a forma de algoritmo:

- ¶ A largura e a altura do carácter da “fonte base” são utilizadas para desenhar o “retângulo limite” da TEP;
- ¶ A quantidade de módulos que irão formar o *grid* está entre 16 e 18 vezes o número de interações, definida por uma escolha randômica;
- ¶ As posições de todos os centros das circunferências são escolhidas de forma randômica mas, necessariamente, devem estar dentro do “retângulo limite”;
- ¶ Ao se clicar o botão esquerdo do mouse, o programa é reprocessado e nova opção de imagem surgirá na tela; e
- ¶ Ao se clicar o botão direito, antes de rodar o programa e apresentar novo resultado, a imagem que estiver sendo exibida na tela será salva em um arquivo (.pdf) cujo nome tem relação com o carácter que se está trabalhando.

Até este ponto do trabalho, os resultados visuais obtidos a partir da execução do algoritmo eram os *grids* formado pelas circunferências e somente isso. A definição da forma final do carácter a partir dessas estruturas ficaram a princípio por conta do designer, que preenchendo a mão algumas circunferências ia criando relações e definindo associações próximas ao contorno do carácter da “fonte base” (Figura 5).

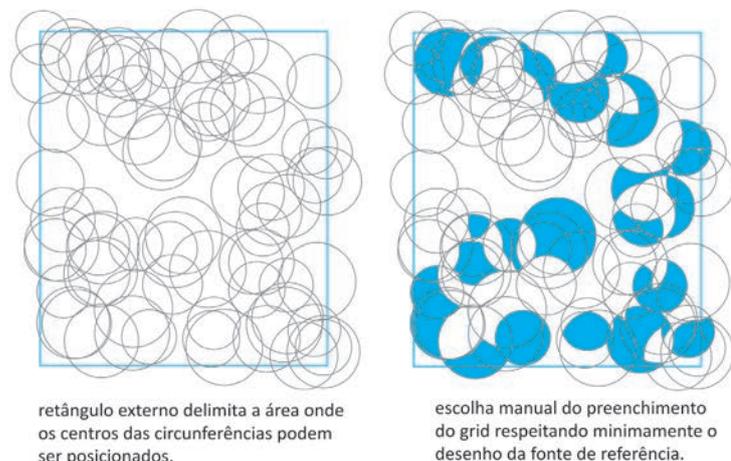


Figura 5 Preenchimento manual do *grid*.

Fonte GRACIANO, 2015, p.23

Meta-criação

Preencher o *grid* (baseado em círculos) a mão para desenhar os caracteres de modo que fossem reconhecíveis, provou que utilizar o algoritmo na criação da estrutura da fonte funcionou. Mas essa operação era bastante trabalhosa e o teste de várias possibilidades para a posterior seleção de um desenho para o caracter seria muito demorado.

Entretanto, o computador poderia fazer mais pelo projeto. O código poderia ser ampliado para preencher alguns dos círculos automaticamente. Mas não seriam quaisquer círculos e sim os círculos certos, ou melhor, os que possibilitassem a identificação dos caracteres. Para que isso acontecesse de forma automática adotou-se a seguinte estratégia: em primeiro lugar, as circunferências “vazadas” deveriam ser substituídas por círculos, sem linhas de contorno, preenchidos pela cor branca (para representar o fundo, ou seja, onde não fosse caracter) e outros preenchidos por uma outra cor qualquer, por exemplo o azul (Figura 6). Os círculos coloridos sobrepostos e unificados vão dar origem à forma do caracter.

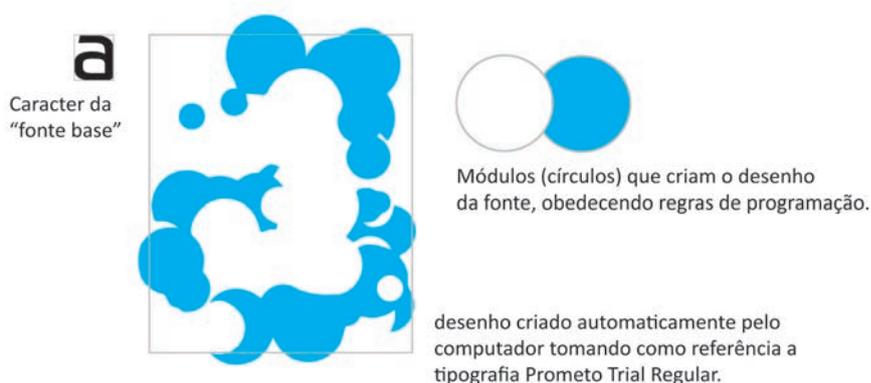


Figura 6 Preenchimento automático do grid.

Fonte GRACIANO, 2015, p.24

A outra parte da estratégia consistia em decidir quais círculos deveriam ser brancos e quais deveriam ser coloridos. Para solucionar este problema, colocou-se no canto superior esquerdo da tela de saída do *Processing* o caractere da “fonte base” num tamanho menor, embora proporcional, ao desenho da TEP a ser construído (Figura 6).

Antes de inserir os círculos no interior do retângulo que representa os limites do caractere, como explicado no item anterior, era verificado se o ponto correspondente ao centro do círculo, na imagem de base era branco ou colorido. Se fosse branco significava que o centro do círculo se posicionaria fora do caractere - ou em alguma parte interna deste que não tivesse preenchimento, como por exemplo, no miolo⁷ da letra “a” - portanto, necessariamente o círculo deveria ser branco. Agora, caso o ponto correspondente fosse colorido, o que indicaria se tratar de uma posição

7 Segundo Rocha (2005, p.39) “miolo ou counter é o espaço interno de algumas letras do alfabeto. Pode ser fechado, como nas letras a, d, o e b, ou aberto, como nas letras h, n, u, e”.

sobre o desenho do carácter, o círculo a ser colocado deveria ser colorido ou branco, numa escolha randômica feita pelo computador numa proporção de 1:4, na grande maioria dos casos, seguindo as regras do algoritmo. O fato de permitir que a cor de preenchimento do círculo fosse escolhida aleatoriamente, multiplicou o número de resultados possíveis uma vez que inseriu mais uma variável ao processo. “Quanto mais parâmetros forem adicionados ao processo, mais opções de saída serão possíveis” (REAS et al., 2010, p.95). Percebe-se um movimento de confronto no processo de criação: o designer deixa de realizar escolhas plásticas baseadas na visualidade da forma, para articular e propor os domínios de atuação das variáveis – o campo do possível. Neste sentido, o projeto “pode atuar como linguagem de propósito, sobrepondo-se ao mesmo tempo à representação e à mediação. Ele não serve nem para revelar nem para esconder o significado, mas em última instância para (re)inventá-lo” (BECCARI, 2013).

Projetado dessa maneira, o algoritmo permitia que a cada “clique” do mouse, ou seja, cada vez que o programa fosse executado, uma nova solução de desenho do carácter fosse apresentada na tela. No código foi inserida, também, a opção de salvar as soluções que mais agradassem num arquivo de formato PDF. A seleção do desenho final do carácter que faria parte da fonte digital foi feita com base nessas imagens (em pdf) obtidas durante a execução do algoritmo. A Figura 7 mostra as várias opções pré-selecionadas para a letra “g” minúscula, sendo que apenas a indicada integrou o alfabeto da TEP. O processo repetiu-se para a definição de todos os caracteres do set tipográfico.

Neste ponto do projeto, a execução do algoritmo e a seleção das formas não precisava mais, necessariamente, ficar a cargo do designer criador do código, podendo ser realizada por outra pessoa (outro designer ou até mesmo um cliente, se fosse esse o caso). De acordo com essa perspectiva, o algoritmo funciona como meta-criação, gerando produtos finais distintos – todos oriundos da mesma formulação idealizada pelo designer criador do código. Pode-se compreender estas articulações projetuais entre requisitos e a forma a partir de Alexander (1964, p.90-92) ao definir “*pattern*” enquanto um “diagram construtivo” – uma entidade abstrata que se constitui enquanto estrutura e formulação. Corroborando esta afirmação, Vassão (2010, p.64) escreve que o foco do designer deve estar no processo e não somente no produto, quando se exploram as múltiplas variantes de um mesmo “meta-objeto”, para alterar suas condicionantes pré-programadas. O projeto TEP visa a criação do programa, que contém virtualmente todas as possibilidades de configurações visuais. Conforme Paraguai (2014, p.2227) afirma “exercita-se na prática e significação da linguagem o reconhecimento de *patterns* e o potencial articulador dos mesmos como dinâmica de invenção de objetos visuais”.

O usuário, por assim dizer, não precisa ter nenhum conhecimento sobre técnicas de programação ou sobre as estratégias adotadas pelo designer criador para construir a sua tipografia. Retoma-se o conceito de “caixa-preta” (FLUSSER, 1985), na medida em que o usuário ignora o que acontece especificamente no interior do algoritmo – enquanto se vale de suas

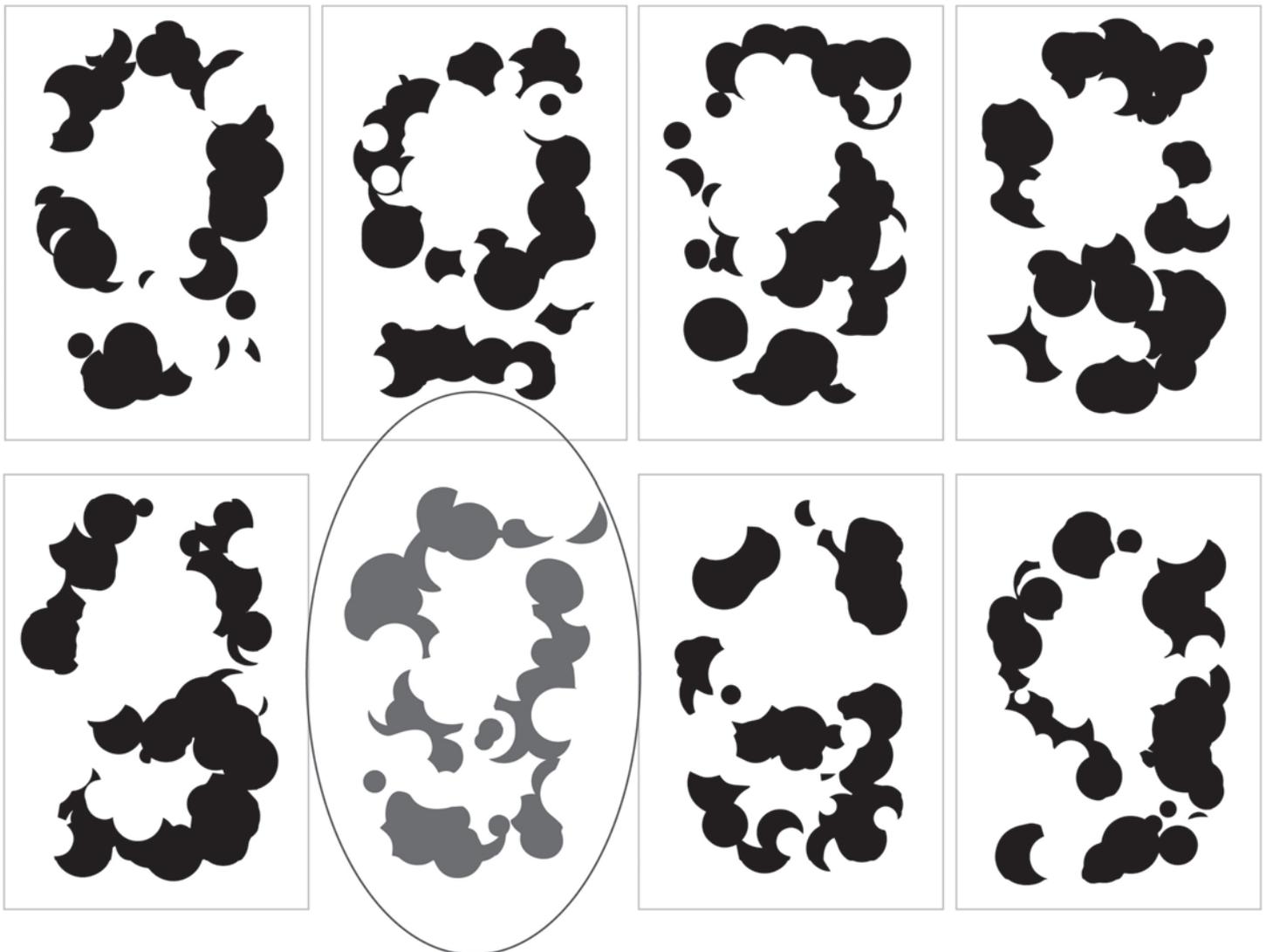


Figura 7 Seleção da letra “g” dentre as várias opções geradas pelo algoritmo.

Fonte GRACIANO, 2015, p.25

escolhas e intenção para estruturar formas visuais a partir dos inputs. Ou seja, uma vez que se conhece os inputs (o carácter, a largura, altura e o que se denominou como sendo as interações desse carácter) ele terá acesso aos outputs (desenhos) gerados por esse programa.

Note que, o objetivo deste projeto não contemplava a criação de um algoritmo para ser usado por outras pessoas. Mas se assim o fosse, uma tabela que relacionasse todos os caracteres com sua altura, largura e número de interações com as linhas principais, semelhante a Tabela 1 mostrada anteriormente, poderia ter sido incluída dentro do código, reduzindo o input para apenas uma variável, o carácter. A criação de uma interface para a utilização do *Processing* reduziria, por sua vez, a complexidade inerente ao processo.

Criando e usando a fonte digital

TEP.otf

Para criar uma fonte digital utilizam-se frequentemente programas como o *FontLab Studio* e o *Glyphs*. Neste projeto, o *Glyphs Mini*, apesar de um número reduzido de funções em comparação com o programa *Glyphs*, atendeu perfeitamente às demandas do mesmo. Existem três formatos para arquivos de fonte: o *PostScript*, o *TrueType* e o *OpenType*⁸, sendo este último o formato escolhido para a fonte TEP. Todo *setting* tem seu corpo constituído de armações e elementos que organizam a sua arquitetura, sendo formado por caixa ou gaveta de tipos – o recipiente maior com subdivisões associadas a uma tecla ou uma combinação de teclas do computador – que atua como espaço e índice de alocação dos caracteres: neste projeto os desenhos selecionados no processo anterior com o *Processing*. Depois de inseridas as 120 imagens correspondentes ao set tipográfico, gerou-se o arquivo TEP.otf. Na Figura 8 são apresentadas as letras minúsculas que fazem parte dessa tipografia.

8 Open type é um formato de fonte universal, desenvolvido em conjunto pela Adobe e pela Microsoft, para impressão e visualização em tela. Uma fonte Opentype pode incluir mais de 65 mil glifos (diferentes desenhos de caracteres, sinais, pontuação, ornamentos e dingbats)” (ROCHA, 2005, p.23).

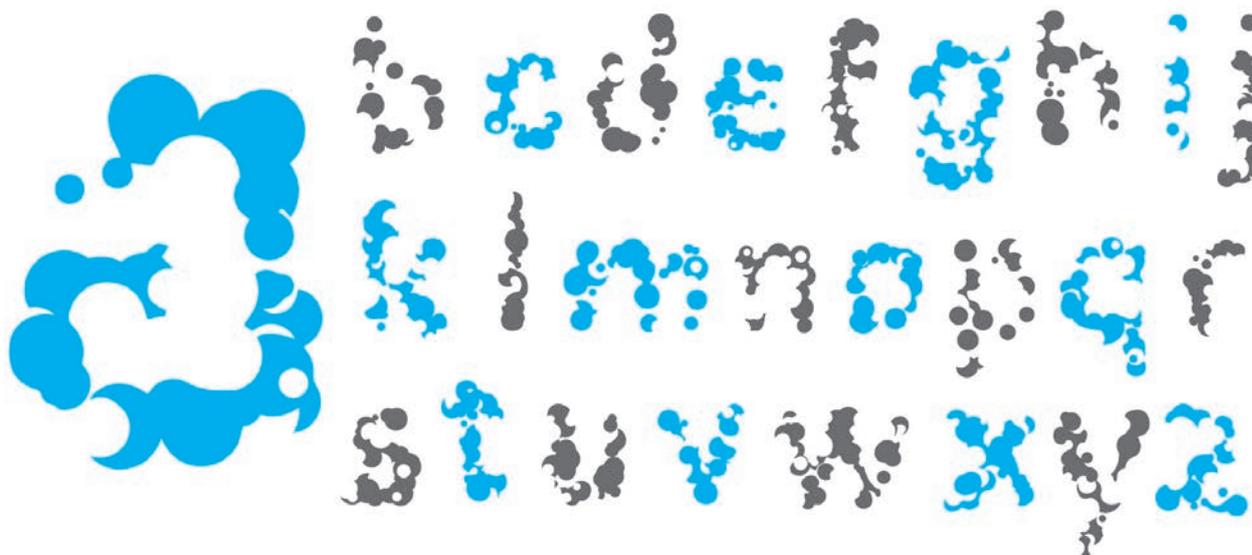


Figura 8 Tipografia TEP – minúsculas (caixa-baixa).

Fonte GRACIANO, 2015, p.27

Tipografia e padronagem

Uma vez instalada no computador, a TEP.otf passou a se comportar como qualquer outra fonte digital, podendo ser utilizada por diversos *softwares* – desde o Bloco de Notas ou *Excel* até um *Illustrator* ou *Photoshop*, por exemplo –, inclusive pelo próprio *Processing* novamente, só que agora inserida em outros algoritmos, escritos com o propósito de gerar padronagens, por meio da repetição, manipulação e acumulação, conforme Munari (2006) e Wong (2010), dos caracteres da TEP, que passam a ser módulos de composições visuais - padronagens, conforme exemplos nas figuras 9 e 10.



Figura 8 Exemplo de padronagem com o “X” da TEP.

Fonte GRACIANO, 2015, p.27

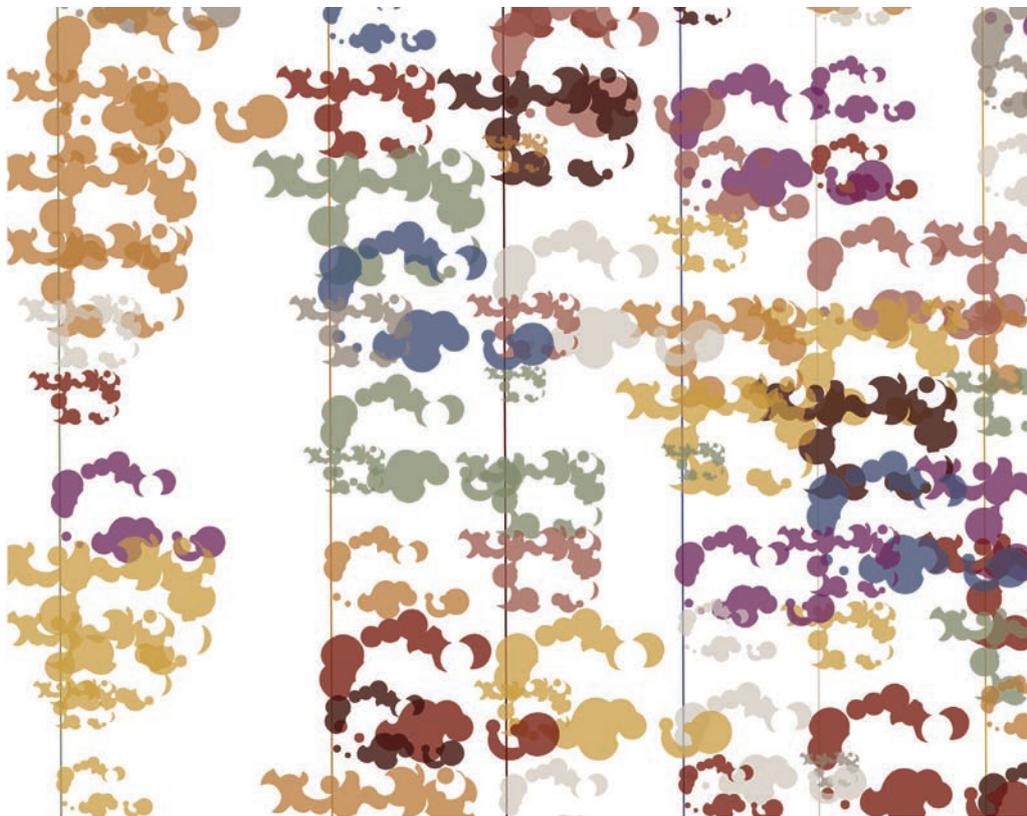


Figura10 Exemplo de padronagem com os caracteres “d” e “p” da TEP.

Fonte GRACIANO, 2015, p.29

Para compreensão destas composições visuais, retoma-se Alexander (1964) e o conceito de “*standard*”, que homologa propriedades abstratas e formas de uso do módulo, formulados no “*pattern*”. Vassão (2008, p.267), referenciando o autor, explica que o “*standard* opera uma apropriação e transpõe o *pattern* como um stencil, carimbando-o de local em local”.

Considerações finais

Os resultados obtidos com este projeto vão muito além da tipografia criada. Foi a experiência prática que possibilitou o aprendizado, consolidações e a aplicação dos conceitos teóricos e, sobretudo, a experimentação do processo de criação levando em conta as particularidades do uso dos algoritmos. Considerando as pouquíssimas funções empregadas do código *Processing*, frente aos inúmeros recursos e possibilidades do programa - a simplicidade do algoritmo gerador da fonte TEP foi suficiente para evidenciar contribuições sobre a aleatoriedade (procedimentos randômicos) na definição de parâmetros, multiplicando o campo de soluções possíveis.

Partindo dessa perspectiva, observa-se que contextos de meta-criação implicam em operações de abstração, mais do que projetar soluções visando resultados aplicados. O exercício da formulação contribui decisivamente para a criação de um modelo complexo, no qual “os níveis de abstração são representações de um sistema em que cada nível de abstração engloba os detalhes de níveis inferiores, e os oculta” (VASSÃO, 2008, p.135). Como afirma Paraguai (2014, p.2228), “as práticas como formulações pragmáticas que hibridizam tecnologias e linguagens, [...] definem uma estrutura imanente da relação entre indivíduo e ambiente, conectando modos de viver, e assim, potencializam experiências”.

As funções de: operação de programa; seleção dos resultados; e até mesmo algum grau de personalização do produto de design - resultado final desse processo - não precisam, necessariamente, ficar a cargo do designer criador podendo ser executadas por outros atores, como outros designers e clientes.

Referências

- ALEXANDER, Christopher. **Notes on the synthesis of form**. Cambridge, Massachusetts; London, England: Harvard University Press, 1964.
- BECCARI, Marcos. **Dilemas do design VII: metalinguagem**. 2013. Disponível em <<http://filosofiadodesign.com/dilemas-do-design-vii-metalinguagem/>>. Acessado em agosto/2016.
- FLUSSER, Vilem. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma future filosofia da fotografia**. São Paulo: Annablume Editora, 2011.
- GRACIANO, Andrea Pennino. **Projeto Trama.Tipos: composições visuais com tipografias ornamentais (Trabalho de Conclusão de Curso)**. Caderno: Set Tipográfico. São Paulo, SP: Universidade Anhembi Morumbi, 2015.
- LUPTON, Ellen; PHILLIPS, Jennifer Cole. **Novos fundamentos do design**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

Algoritmo e tipografia:
o código como parte do processo de criação de uma fonte digital

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

_____. **Design e Comunicação Visual**. Lisboa, Portugal: Edições 70 Lda, 2006.

PARAGUAI, Luisa. **Mapeamento da mobilidade**: traços de percursos. In Anais do XXIII Encontro Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas. Afonso Mederiso, Lucia Gouvêa Pimentel, Idanise Hamoy, Yacy-Ara Froner (orgs.). Belo Horizonte: ANPAP; Programa de Pós-Graduação em Artes, UFMG, 2014.

PROCESSING. **Processing**, 2004. Disponível em: <http://www.processing.org>. Acessado em jun. de 2016.

REAS, Casey; MCWILLIAMS, Chandler; LUST. **Form + Code**: In design, art and architecture, New York: Princeton Architectural Press, 2010.

ROCHA, Claudio. **Projeto tipográfico**: Análise e Produção de Fontes, São Paulo: Editora Rosari, 2005.

_____, **Novo projeto tipográfico**, São Paulo: Editora Rosari, 2012.

VASSÃO, Caio Adorno. **Arquitetura livre**: complexidade, metadesign e ciência nômade. (Tese de Doutorado em Arquitetura). São Paulo, SP: FAUUSP, 2008.

_____, **Metadesign**: Ferramentas, estratégias e ética para a complexidade. São Paulo: Blucher, 2010.

WONG, Wucius. **Princípios de forma e desenho**. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes, 2010.

Recebido: 29 de Junho de 2016

Aprovado: 30 de Agosto de 2016

María Ledesma*

La muerte del párrafo

* Dra. **María Ledesma** é doutora em Design e Comunicação pela Universidade de Buenos Aires e licenciada em Literatura Moderna. Professora e pesquisadora titular do curso de Design gráfico da Universidade de Buenos Aires. Centraliza suas pesquisas em Semiótica Visual e Teoria do design. Publicou vários livros e artigos com ampla difusão na Argentina e na América Latina, dentre eles, *Diseño Gráfico, una voz Pública* (2003), *Diseño y Comunicación, Teorías y enfoques críticos*, em co-autoría com Norberto Chaves e Leonor Arfuch, (2005), e *Piquete de Ojo, visualidades de la crisis*, em co-organização com Paula Siganevich (2007).

<marialedesma@gmail.com>

Resumo En el contexto de los cambios perceptuales propios de este siglo, la digitalidad ha puesto en jaque la razón de ser del párrafo como unidad gráfica de sentido. Los elementos que lo definen – segmentación de un todo perceptible, ordenación del contenido según un hilo, progresión de lectura desde un punto de partida a otro más elaborado – coexisten ahora con nuevas exigencias expresivas. Ante la imposibilidad de concebir un todo textual asistimos al surgimiento y exploración de otras organizaciones que liberan el flujo visual, que lo vuelven flexible, acorde a la flexibilidad del soporte. A partir de la expresión ‘la muerte del párrafo’ tomada de una encuesta realizada a intelectuales acerca de los mayores cambios ocurridos en el siglo XX se analizará el devenir de la escritura occidental desde el Medioevo hasta los nuevos modos de organización textual en las que el discurso se atomiza en derivas que hacen innecesario (e imposible) al párrafo.

Palavras chave Escritura, Unidad de Sentido, Flujo Visual, Organización Textual.

The death of paragraph

Abstract *In the context of the perceptual changes of this Century, the digital culture has challenged the reason of being of the paragraph as a graphic unity of meaning. The elements that define it, such as the segmentation of a discernible and perceived totality, the organization of the content according to a linear mode and the possibility of reading in a progressive way from a starting point to a more elaborated and following one, coexist nowadays with new expressive demands. In the absence of the possibility to conceive a textual totality in the current technological scenarios, we are seeing the emergence and exploration of other type of organizations which free the visual flow and allow it to acquire more flexibility (depending of the medium involved). From the expression ‘the death of the paragraph’, taken from a survey made to intellectuals regarding the most important changes occurred in the XX Century, it will be analyzed the trajectory of the Western writing since de Middle Ages to the contemporary forms of textual organizations, in which the Discourse it is fragmented in dynamics that make unnecessary (and impossible) the use of paragraphs.*

Keywords Writing, Unity of Meaning, Visual Flow, Textual Organization

I

A comienzos del 2000, en una encuesta realizada a científicos, académicos y periodistas especializados de EE.UU. se les preguntaba cuál era la noticia más importante del último período de la que no había informado a la opinión pública (<http://digerati.edge.org>). La diversidad de las respuestas valdría un análisis pero, en este caso, me contentaré con la del matemático Keith Devlin quien respondió: la muerte del párrafo. Según Devlin tras medio siglo de televisión y una década de Internet –no olvidemos que la encuesta es de 2000- las nuevas generaciones son incapaces de adquirir información de forma eficaz leyendo un párrafo, acostumbradas a leer sólo las palabras y frases cortas propias de los medios.

Devlin apoyaba sus dichos en un estudio realizado sobre 10.000 universitarios de California entre 18 y 25 años según el cual sólo el 17% de los hombres y el 35% de las mujeres eran capaces de aprender leyendo un texto, porcentajes muy inferiores a los de las personas mayores de 35 años.

Más allá de las razones pedagógicas de Devlin que no parecen escapar al clásico lamento sobre las ‘debilidades sociales y cognitivas’ de los nuevos medios, resulta interesante considerar la partida de defunción del párrafo y sus posibles implicancias para la escritura.

En principio pareciera que para Devlin la muerte del párrafo es en realidad una sinécdoque de la tantas veces anunciada muerte del libro. Como casi siempre sucede en las críticas o apreciaciones de este tipo, el acento se pone en la tecnología. La televisión e Internet aparecen como las responsables de la caída de comprensión en las universidades de California. Este planteo simplista oculta un hecho hace tiempo puesto de relevancia y sin embargo, constantemente silenciado: la tecnología se da en el seno de formaciones culturales concretas con prácticas sociales concretas que marcan la tendencia de la aplicación tecnológica. Que Facebook haya pasado de ser un sitio concebido para el intercambio entre estudiantes universitarios, a una exposición de la vida pública y privada no es sólo cuestión tecnológica sino también de la espectacularización de la cultura. Que muchos de los programas de televisión estén pensados para un promedio de 12 años tampoco es un problema tecnológico sino de lo que hacemos con la tecnología en la era superior del capitalismo global y nada tiene que ver con el lamento sobre la caída de la lectura.

Insisto: pensar la muerte del párrafo como sinónimo de la disminución de la capacidad de comprender, es simplificar la cuestión. Es creer que hay un solo modo de conocer, un solo modo de aprender, un solo modo de leer y ese es el consagrado en Occidente por el pensamiento burgués, padre de la imprenta, de los libros, en fin de lo que conocemos –o conocíamos- como ‘cultura occidental’.

II

Mucho más interesante es pensar la suerte del párrafo en la línea marcada por Raffaele de Simone (2001) quien habla de una Fase en la historia del conocimiento puesta en marcha, en el mundo occidental, por la telemática y la informática. Simone reconoce tres fases en la historia del conocimiento: la aparición de la escritura, la difusión del libro y la actual, a la que estamos asistiendo. Escrito a comienzos de siglo, Simone señala cómo en el pasaje del XX al XXI se ha producido un cambio en la naturaleza del conocimiento.

En resumidas cuentas Simone, contrapone dos tipos de visión que generan dos formas de inteligencia: la alfabética con una inteligencia secuencial basada en la serie lineal de los símbolos visuales y la no alfabética que desarrolla una inteligencia en donde predomina lo simultáneo. Ambas, a su vez, se vinculan bien con actitudes proposicionales (analítica, estructurada, jerarquizadora), bien con actitudes no proposicionales (sin estructura, genérica, arborescente).

Dejando de lado, la primera fase que hunde sus raíces en los orígenes de la escritura (no olvidemos que escribir fue una operación que demandó a la humanidad miles de años y que puede resumirse como un incesante trabajo sobre el significante), Simone hace arrancar la Segunda Fase de la secuencia cognitiva de Occidente con una fecha histórica clara: 1455.

Ese año, nos cuenta la historia, Gutenberg rompió con el tradicional modelo de escritura a mano y adaptó la prensa para procesar las uvas transformándola en máquina de procesar palabras. Sin embargo, la fuerza que tiene la imagen de la creación de la imprenta es tan potente que ha logrado invisibilizar una serie de complejos procesos que modifican los modos de escribir con tanta o mayor fuerza que la propia aparición de la imprenta.

En efecto, si bien es Gutenberg quien se ha quedado con todos los créditos, el desarrollo de la imprenta en Europa forma parte de una corriente cultural de desarrollo intelectual abonado en las nacientes universidades en las que se formaron un Dante o un Petrarca y en las que enseñó un Tomás de Aquino.

En ese ambiente en el que la producción en serie del libro era una necesidad, en las que las lecciones de los maestros debían editarse rápidamente, en el clima de los pecia – aquellos cuadernillos breves que cada copista se dedicaba a copiar varias veces – (Figura 1) la búsqueda de algo que hiciera saltar por los aires la copia manual, rondaba en muchas cabezas. El hecho que, en Holanda, se considere a Lorenzo de Coster el inventor de la imprenta, es una prueba de las búsquedas a las que condujo ese ambiente intelectual del que el libro es deudor.

Una segunda cuestión nos lleva todavía más atrás: sabemos que el desarrollo del libro actual no proviene únicamente de la maquinización de la impresión. Sabemos que fue en los conventos y scriptorium donde aparecieron los cambios que modificarían ‘la puesta en página’ del texto y aportarían a la legibilidad: mayúsculas, separación de palabras, notas al pie, índices salieron del ingenio de los copistas medievales, cambiando la modalidad de la escritura y por ende de la lectura (CAVALLO, CHARTIER, 2000) (Figura 2 y 3).



Figura 1 Pecia. Códice desmenuado en el que se aprecian los cuadernos. Fuente: John Rylands Library - The University of Manchester

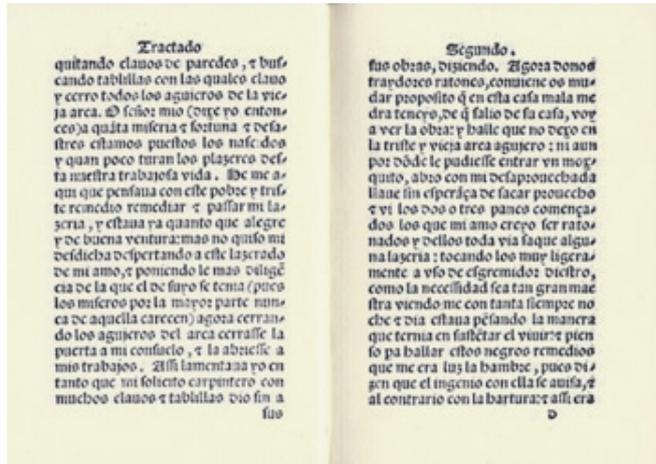


Figura 2 Texto escritura continua. Lazarillo de Tormes. Medina del Campo, 1554. Fonte Crítica Textual para Dummies. Disponível em: <<http://ecdótica.hypotheses.org/>>. Acesso em: 03 Ago. 2016.

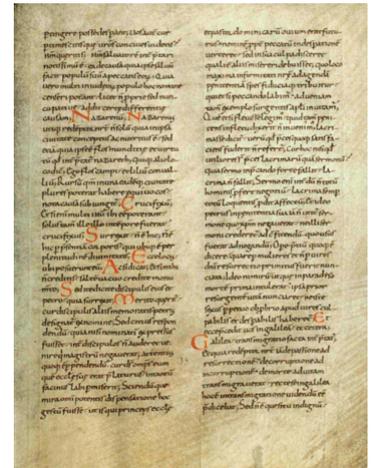


Figura 3 Mayúsculas iluminadas (detalle página). Manuscrito de Homilias compuesta Heiric (Eric) Auxerre, en Francia, de 865 a 870. Fonte Crítica Textual para Dummies. Disponível em: <<http://www.wdl.org/>>. Acesso em: 03 Ago. 2016.

sunt notæ: & signa elementorum. i. pronuntiationum
¶ Abusiue tamen & elementa plitteris: & literæ pro
 elementis vocatur **¶** Litteræ accidunt tria nomen,
 figura & potestas. **¶** Nomen litteræ est quo littera
 nominatur vt a-b. **¶** Figura litteræ est qua littera
 depingitur. **¶** potestas litteræ est ipsa pronuntiatione qua
 valet. **¶** Litterarum aliæ sunt vocales aliæ sunt cõso
 nantes. **¶** Vocalis est littera que p se vocem pficit &

Anã
¶ angeli sunt digniores q̄ corpora celestia: sed in corporib' celestibus nõ potest eẽ malũ: vt phi. dicunt: q̄ neq; i angelis. **¶** Dre. qd̄ ē natale sēp iest: sed natale ē angelis q̄ moueant motu dilectionis in deum: q̄ ab eis remoueri non p̄t: sed diligēdo deũ nõ peccat:

Figura 4 Pilcrow ó Calderón. Fonte Do acervo da autora.

El párrafo toma forma en esa época. Viene, sin embargo, de una larga historia que ha dado lugar a dos acepciones. Por un lado parágrafo, (hoy párrafo, pilcrow, calderón) que remite a una marca de referencia usada por los escribas al final de una oración o de una idea y por otro, párrafo que hace referencia a la regla y el punzón, instrumentos con los que se calculaba la distancia entre líneas y espacios reservados a márgenes y comentarios. (Figura 4)

Entre ambas acepciones hay un salto que marca un momento central no sólo para el párrafo sino para la escritura en general. Las marcas al final de una idea, cuyas primeras apariciones datan del siglo IV a.C., constituyen el primer movimiento en la ruptura de la escritura continua y eran (lo son todavía hoy) señales para la orientación en el texto.

En cambio, la segunda acepción apunta directamente a la organización visual del texto; ésta es la que ha prevalecido hasta ahora; pareciera que los párrafos así entendidos aparecieron para la escritura de leyes, desde allí se trasladaron a los textos argumentativos y más tarde a los literarios terminando por convertirse en la forma de organización por excelencia de la prosa, con independencia de la materia tratada. Como toda historia, ésta -que debo en gran parte a Marisa Pérez Juliá y a su obra Rutinas de la escritura- tiene sentido si se la pone al servicio de los problemas actuales. Por eso, intentaré pensar cuestiones de la escritura de hoy, tomando como pretexto uno de los aspectos de la composición: el párrafo (Pérez Juliá, 1998).

III

El párrafo es una unidad gráfica de sentido (Figura 5) o mejor dicho, una unidad de sentido construida gráficamente que adquiere valor en relación con una totalidad textual identificable. En efecto, cada párrafo está en relación con la página, el apartado, el capítulo, las partes y el texto completo. Mensurable, identificable permite anticipar qué tipo de lectura está prevista por el texto en cuestión.

Figura 5 Tipo de párrafos.

Fonte Unos Tipos Duros. Disponível em: <<http://unostiposduros.com/>> Acesso em: 03 Ago. 2016.



Como el signo saussureano, está compuesto de dos aspectos indisolublemente unidos: una parte formal – iniciada generalmente con sangría y letra mayúscula y concluida con el punto y aparte – que se corresponde con una parte conceptual que contiene ideas enlazadas entre sí de manera jerárquica. Es por lo tanto, un lugar de confluencia de aspectos visuales y conceptuales, primera segmentación del texto que el ojo capta de manera global. Su función ha sido la de organizar la letra escrita separando las ideas entre sí, instalando una escansión en el espacio del texto para que el lector pueda ritmar en el tiempo su lectura.

Un lector avezado capta la cantidad de párrafos de una página, sabe que en cada uno hay una idea que se entrelaza de alguna manera con la anterior y la subsiguiente en un encadenamiento que va desde lo más simple a lo más complejo, desde lo conocido a lo nuevo o desde lo general a lo particular, para volver luego a lo general.

Esta organización ha contribuido a facilitar la operación de lectura desde una lógica particular: la linealidad del razonamiento y el análisis de las partes. Si bien durante la evolución de los estilos tipográficos los párrafos se han alineado de diferentes maneras (párrafo justificado, abanderado, epigrafático, francés, asimétrico) siempre lo han hecho en arreglo a la separación de ideas; tanto que muchas veces, el estilo subraya esa separación aumentando el interlineado entre párrafo y párrafo, favoreciendo la separación del texto en sus partes constitutivas. Más todavía, en algunos momentos y para algunas mentes el párrafo llega a convertirse en una especie de amo de la expresión, en el ordenador por excelencia del contenido.

IV

Retomemos el tema de la muerte del párrafo. En principio, conengamos que, dado que los libros de papel gozan de buena salud, el párrafo continúa existiendo como organizador textual. Sin embargo, en línea con la metáfora de Devlin podemos decir que lo que ha sucedido es que el párrafo ha dejado de ser la unidad gráfica de sentido.

No es secreto para nadie que los cambios en las condiciones sociales de visualidad producidos en el último siglo y medio, han hecho estallar las fronteras de la percepción visual. Es más, el estallido ha sido tan fuerte que, si el párrafo se hubiera mantenido fiel a sí mismo, podríamos sospechar que ‘algo extraño sucede en Dinamarca’. En efecto, en el contexto de cambios perceptuales iniciados con la aparición del ferrocarril, continuados por la fotografía y el cine o la multimedia, la digitalidad ha puesto en jaque la razón de ser del párrafo.

Todos los elementos que le daban sentido –segmentación de un todo perceptible, ordenación del contenido según un hilo, progresión de lectura desde un punto de partida a otro más elaborado- coexisten ahora con nuevas exigencias expresivas.

Frente a la unidad cerrada del párrafo, la digitalidad pone en juego las posibilidades de distorsión, disolución, transformación y movilidad

acentuadas por la interconexión globalizada que globaliza la mutabilidad constante e instantánea.

Nada más ajeno al párrafo que la nubosidad; por eso, ante la imposibilidad de concebir un todo textual, asistimos al surgimiento y exploración de otras organizaciones que liberan el flujo visual, que lo vuelven flexible, acorde a la plasticidad del soporte. Aparecen y proliferan nuevos modos de organización textual en las que el discurso se atomiza en unidades autónomas que hacen innecesario (e imposible) al párrafo cuya razón de ser – lo hemos visto – es el del ser unidad en un todo más extenso abarcable con la mirada.

Por supuesto, esto no significa que toda la escritura digital se haya lanzado a la experimentación; muy por el contrario, asistimos a la proliferación de textos clásicos con estructuras argumentativas o narrativas perfectamente reconocibles en los que predomina el carácter analógico por más que estén ‘subidos’ al medio digital. Son textos que invitan a la impresión y a la lectura sobre papel y para ellos la unidad continúa siendo el párrafo.

En cambio, las aplicaciones tales como el scroll vertical en el orden del soporte o las combinaciones multimediales en el orden de la expresión producen modificaciones contundentes respecto de la organización textual. En ellas, el párrafo no existe. Ha desaparecido. Pero el hecho que no esté allí no decreta su muerte. Sólo el corrimiento de su dominio al ampliarse el dominio de la escritura.

Decía al comienzo que entre ambas acepciones de la palabra párrafo, media un salto importantísimo para la escritura en general. De orientador a organizador. Llegado a este punto me pregunto si no corresponde recuperar el concepto de marca orientadora para aplicarla a los meandros digitales.

Referencias

- CABALLO G. y CHARTIER R. (2000). **Historia de la lectura**. Buenos Aires, Taurus, 2000.
- KRISTEVA J. (1968) **Entrevista con Jacques Derrida**. En: *Information sur les sciences sociales*, VII, 3, París.
- PÉREZ JULIÁ, Marisa (1998). **Las rutinas de la escritura**. Valencia, Universidad de Valencia.
- SIMONE, Raffaella (2001). **La tercera fase: modos de conocer que estamos perdiendo**. Barcelona, Taurus.

Recibido: 30 de Julho de 2016

Aprovado: 03 de Agosto de 2016

Gustavo Lassala*

Fonte digital adrenalina: um projeto inspirado na pixação paulistana

* **Gustavo Lassala** é professor e pesquisador na Universidade Presbiteriana Mackenzie em São Paulo, Brasil. Doutor em Arquitetura e Urbanismo e Mestre em Educação, Arte e História da Cultura pela mesma instituição, Bacharel em Design pela Universidade São Judas Tadeu e Técnico em Artes Gráficas pelo Senai "Theobaldo De Nigris". É autor do livro *Pixação não é pixação*. <info@gustavolassala.com>

Resumo A pixação no Brasil é uma forma de expressão visual urbana que faz uso de letras monocromáticas em locais não autorizados para causar impacto visual. Quando elaborada por gangues ou indivíduos que se organizam socialmente passa a ser chamada de pixação, com "x". A modalidade vivenciada por grupos sociais de jovens em São Paulo produz um estilo de letra que é conhecido como pixo ou tag reto, algo endêmico de São Paulo e único no mundo. A fonte digital Adrenalina é um projeto iniciado em 2003 e concluído em 2014. O projeto foi criado a partir de uma cultura das ruas e procura preservar as características gráficas desse fenômeno por meio de uma solução que evidencie a condição que se submete o interventor ao pixar, as ferramentas e materiais utilizados e a variação de suportes que recebem as letras. A proposta deste artigo é mostrar o método de criação da fonte digital Adrenalina e seus desdobramentos como produto.

Palavras chave pixação, pixação, tipografia, design de tipos, adrenalina.

Adrenalina digital font: A design inspired by the visual culture of the Brazilian pixação

Abstract *Pixação in Brazil is a form of urban visual expression. It makes use of monochrome letters in unauthorized locations to cause visual impact. When prepared by gangs or individuals who organize socially happens to be called pixação with "x". The mode experienced by social groups of young people in São Paulo produces a style letter that is known as pixo or straight tag, something endemic to São Paulo. The Adrenalina digital font is a project started in 2003 and completed in 2014. The project was created from a street culture and seeks to preserve the design characteristics of this phenomenon, tools and materials used. The purpose of this article is to show the method of creation of digital font Adrenalina and its development as a product.*

Keywords pixação, pixação, tipografia, design de tipos, adrenalina.

Introdução

Este artigo trata do fenômeno da pixação na cidade de São Paulo e da importância de seu estudo para uma melhor compreensão das características dessa manifestação contemporânea da cultura visual urbana vernacular. Portanto, buscou-se com esse texto contribuir para um melhor entendimento das qualidades morfológicas dessas letras, bem como sua análise sua apropriação pela comunicação visual e pelo design gráfico como um produto de consumo de massa.

Para alcançar tais objetivos, propôs-se um método que contempla a investigação teórica e empírica sobre o tema por meio de um estudo de caso. Dentre as diferentes abordagens possíveis, optou-se como objeto para esta investigação o projeto de uma fonte digital. A análise do objeto contempla o método de produção e seus desdobramentos como produto standard de apresentação de uma cultura de rua.

O referencial teórico para abordar a temática da pixação é composto pelos estudos do Antropólogo Pereira (2005), dos designers Chastanet (2007) e Lassala (2010, 2014) e depoimentos de pixadores. Os aspectos técnicos, gráficos e metodológicos que dizem respeito ao campo da tipográfica vão ser descritos a partir da experiência prática e teórica do autor com o assunto e os estudos da designer e pesquisadora Farias (2004). A discussão do tema abordado é formada a partir do método de produção da fonte digital Adrenalina e o seu desdobramento a partir uma exposição no museu da língua portuguesa analisada sobre a ótica dos estudos dos sociólogos Adorno (2002) e Bourdieu (1998).

A pixação na paisagem urbana

A pixação como unidade da paisagem urbana deve ser encarada como grande mediadora dessa realidade mesmo que nem tudo que o transeunte atento observe possa ser classificado por ele como comunicação, visto que a pixação feita por gangues, faz uso de um código de comunicação hermético. No entanto, Ferrara afirma que: "(...) toda área de conhecimento é comunicação, enquanto causa e enquanto efeito cultural, enquanto manifestação representativa através de signos e enquanto registro das relações dos homens entre si e com o mundo" (2002, p.136). Dentro desse contexto, podemos dizer que estudar a pixação é estudar a própria cidade.

É importante ressaltar que o termo pichação é usado apenas no Brasil. Em outros locais do mundo é comum o uso da expressão "grafite ilegal". No entanto, uma primeira aproximação com a temática da pichação suscita a diferenciação entre os termos pichação e pixação, visto que a grafia com "ch" pode denotar algo passageiro e pontual e o termo com "x" demonstra que o local com incidência dessa prática é trecho de passagem ou abriga grupo de jovens socialmente organizados, que tendem a perpetuar suas assinaturas na paisagem urbana. A diferença mais perceptível dessas duas modalidades é, num primeiro momento, visual, conforme a figura 01.



Figura 1 Exemplo de pichação à esquerda e de pixação à direita.

Fonte Do autor

Temos na imagem à esquerda os nomes ou codinomes dos sujeitos escritos com letras que podemos definir como uma grafia comum, já à direita percebemos uma grafia peculiar extremamente alongada e triangular somada a um nome ou codinome do sujeito. Essa grafia diferenciada é a principal diferença estética e de significado simbólico, pois se trata da assinatura, — pixo, no linguajar dos próprios pixadores, da gangue "Profecia" que por princípio deve ser repetida no maior número de lugares possível para que se possa atingir a notoriedade entre os pares. O estilo das letras de pixação, curiosamente, diferem entre as cidades brasileiras, temos no Rio de Janeiro um estilo de letra embolado conhecido como Xarpi (OLIVEIRA, 2009), em Goiás (PIRES, 2009), por exemplo, um estilo que mistura o de São Paulo e o do Rio de Janeiro. Como já mencionado, além de diferenciarmos no Brasil os termos grafite e pichação, ainda temos diferenciação entre pichação e pixação e subdivisões de estilos dentro da pixação. O estudo da pixação paulista, portanto, é algo que carrega uma especificidade própria em relação a arte de rua num sentido global e localmente diferenciada entre os outros estados brasileiros.

A pixação paulista possui uma característica de apropriação territorial que não visa a demarcação territorial, ou seja, o local de moradia e convivência do interventor não é necessariamente ocupado para delimitar uma área de controle de um determinado grupo, como faziam os pioneiros do grafite nos EUA (LEY; YBRIWSKY, 1974). As apropriações do espaço são feitas levando em consideração critérios de visibilidade e dispersão da informação entre os pares. Conforme observa Pereira (2004), a apropriação do espaço urbano transcende as fronteiras do local de pertencimento para se expandir por toda a cidade, através de uma rede de relações. Essas redes de relações são formadas por uma complexa dinâmica coletiva que exerce um papel fundamental na regulação dessa atuação social. Os valores, práticas e comportamentos delineiam o universo da pixação de gangues em São Paulo há mais de 30 anos. Alguns pontos desse vocabulário específico são importantes para o entendimento desse universo. Gangue e Grifes (formas de agrupamentos), Rolê (modo de deslocamento na cidade), Quebrada (local onde residem), Point e festas (modalidades de encontros), Ibope e hu-

mildade (valor para comportamento individual), folhinhas, pastas e filmes (documentos históricos sobre ações individuais e coletivas), tag reto (padrão estético de assinatura; habilidade caligráfica), pé nas costas, invasão e escalada (gestos e estratégias de contravenção), spray, rolo de espuma e extensor (instrumentos de atuação), cultos a mitos e heróis (menção a nomes como Di, Xuim e rolês com pixadores consagrados e antigos)¹.

1 Os itens citados fazem parte do que define Lassala como "campo da pixação", um microcosmo que conta com relações sociais definidas, cujos valores têm papel fundamental na sociabilidade dos seus membros. Esse conceito foi idealizado a partir da definição de "campo", amplamente explorada pelo sociólogo francês Pierre Bourdieu. LASSALA (2014, p.40)

A apropriação de locais na paisagem urbana que privilegiam a visualização dos pixos pelos pares como nos mostra o estudo do antropólogo Pereira (2004) são características também observadas nos estudos de Chastanet (2007) e Lassala (2010). Ela é associada a questão da repetição da assinatura de um indivíduo ou grupo pela cidade para adquirir status entre os pares, — no linguajar do pixador "Ibope", observado nos autores citados acima, bem como em depoimentos² coletados anteriormente com figuras respeitadas no campo da pixação como detentores de capital simbólico.

2 Manulo e Pinguim da gangue 8Batalhão em 07/12/2011, And da gangue Ilarios em 29/11/2011, Djan da gangue Cripta em 16/05/2012.

Nesse sentido, os pixadores se apropriam da paisagem urbana de modo a alterar e construir a cidade no aspecto material da ação, fazendo uso da cidade com suporte para propagar seus grafismos. Partimos do princípio que a pixação é praticada em sua grande parte por jovens e que esses, embora tenham consciência de que é uma intervenção contraventora, se aventuram em ocupar determinados espaços e equipamentos urbanos da cidade. Acreditamos que existe uma estrutura social que facilita essa prática, pois o estado, na impossibilidade de atender a demanda dos jovens com escola de qualidade, emprego, cultura e consumo, faz com que os jovens optem por formas de delinquência como modo de reduzir a tensão social e psicológica.

Partindo do entendimento acima destacado do universo da pixação foi imaginada uma fonte digital como representação visual dessa cultura. O projeto tomou forma a partir de 2002, pelo designer Gustavo Lassala. A coleta de dados para a produção da fonte digital foi realizada por pesquisa de campo efetuada por meio de registros fotográficos de pixações em áreas externas no bairro da Móoca, em São Paulo, em 2002. Em 2003, surgia a primeira versão da fonte digital. Tecnicamente podemos dizer que uma fonte digital é um container de letras com informações gráficas e métricas. Para definir uma sequência de letras para formar uma palavra, um programa qualquer de computador solicita a letra por meio do sistema operacional, que formaliza o pedido, entrando em contato com o Unicode de uma determinada fonte digital. Portanto, uma fonte digital é um software. O caminho de acesso para a letra depende do formato da fonte e do sistema operacional. Atualmente o formato mais comum no mercado é OpenType.

Para escolha individual dos caracteres foi feita uma análise com o total de fotos captadas na pesquisa de campo, o que permitiu uma visita constante e repetitiva às mais de 800 fotos (Figura 02). A visualização repetitiva, permitiu a construção de um olhar mais crítico sobre o próprio trabalho e a pixação como um todo. Portanto, cada caractere foi selecionado direto do seu hábitat natural e conduzido à adaptação técnica necessária para se transformar em uma fonte digital. No entanto, o processo de digitalização é sempre um processo de perda de resolução e qualidade de



Figura 3 Conjunto principal de caracteres da fonte digital Adrenalina publicado em 2007 no distribuidor de fontes digitais MyFonts.

Fonte Do autor, 2016.

3 AND foi entrevistado em 29/11/2011. Ele é um reconhecido e respeitado pioneiro da pixação em São Paulo.

Em 2007 a fonte foi colocada a venda no distribuidor internacional MyFonts. O conjunto principal de caracteres tinha, na caixa alta, letras com desenhos mais sofisticados e na caixa baixa, letras com desenhos simplificados, como mostra a figura 3.

O estilo característico da letra de pixação paulistana, conhecido como “*Tag Reto*” (LASSALA, 2010, p. 62) por ostentar letras retas alongadas e pontiagudas, desenvolveu-se, de acordo com AND³, da gangue de pixadores ILARIOS, a partir do conceito comum, mas com personalização de uma ou mais letras para diferenciar os logotipos das gangues dos demais pixadores, criando uma diversidade de formas gráficas a partir de um mesmo conceito. Essa diversidade criativa é visível, principalmente, na versão caixa alta da fonte digital. O grande problema dessa versão da fonte residia justamente no aspecto levantado por AND, pois ao criar uma assinatura exclusiva, o pixador ou gangue investe na criação de algo personalizado que lhe confere uma identidade dentro de um contexto específico. Ao se apropriar aleatoriamente de alguns desses caracteres, a fonte compunha palavras a partir de logotipos de pixadores mutilados e misturados, formando uma espécie de mosaico de algo que carrega uma forte carga cultural aprimorada por anos e anos de uma prática de intervenção urbana ilegal nas ruas e que obedece um conjunto de regras próprias.

A partir desse contexto, foi pensada uma nova versão da fonte para dar conta desse problema metodológico. O primeiro passo foi pensar o conjunto de caracteres a partir de uma lógica comum entre eles: identificar o arquétipo desse estilo de letra e definir as formas mais representativas de cada letra do alfabeto. A carga expressiva do traço foi dividida em duas vertentes: letras com tinta escorrida e letras com textura, simulando

a aplicação da tinta na imperfeição do suporte. Desse modo, a nova versão da fonte revisada foi lançada no mercado por meio do distribuidor My-Fonts em 2014 como uma família tipográfica. O conceito foi reforçado por uma versão da fonte chamada “Adrenalina DEMO” cujo download pode ser feito de forma gratuita. Na figura 4, vemos uma imagem da versão da fonte revisada em 2014.



Figura 4 Conjunto principal de caracteres da família da fonte digital Adrenalina publicado em 2014 no distribuidor de fontes digitais MyFonts.

Fonte Do autor, 2016.

Estudo de Caso: a fonte digital Adrenalina

A aplicação de letras em projetos gráficos, ao lado das técnicas de composição e da aplicação de cores compõem os pilares estratégicos para expressar ideias visualmente nos mais diversos ramos da comunicação visual. A fonte digital, portanto, possui papel fundamental dentro do contexto da comunicação atual. Ao lidar com um projeto com nítida inspiração em uma cultura caligráfica do vernáculo é preciso entender o que significa esse tipo específico de letra no campo do design. Em seu texto “Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica”, Farias (2004) alerta para o fato de que “(...) ao efetuar a análise ou descrição de algum exemplo específico de design com tipos, é necessário levar em consideração os diferentes pro-

4 Grife é uma união de grupos de pixadores.

cessos disponíveis para a obtenção destes caracteres ortográficos e para-ortográficos”. A pixação, de acordo com a definição de Farias, pode ser tratada inicialmente como caligrafia, pois é produzida a partir de “processo manual para a obtenção de letras únicas, a partir de traçados contínuos a mão livre” (FARIAS, 2004, p.2). No entanto, ao analisar de perto o fenômeno da pixação, constatamos que as letras são grafadas sempre com o mesmo estilo, como um logotipo, um selo. É, portanto, um grafismo particularizado e padronizado. Nesse sentido, ela se assemelha a uma assinatura individual ou logotipo. Essa assinatura pode pertencer a um pixador individual, integrante de um grupo ou grife⁴. As letras têm relação estreita com o movimento do corpo dos pixadores, pois, apesar de feitas a mão, são executadas de forma rápida, em condições de pouco equilíbrio e, não raro, na medida da extensão do braço do pixador ou com o seu ângulo de ação ampliado por cabos de madeira, em muitos casos em contextos que colocam a vida do pixador em risco.

Partindo dessa premissa, a caligrafia dos pixadores, ao migrar da parede para a tela do computador passa de caligrafia/logotipo para um conjunto de caracteres com um estilo específico e características métricas de espaçamento padronizados. Temos a mecanização de um processo artesanal. Nesse sentido a letra é conduzida a condição de produto *standard* de apresentação de uma cultura de rua, engendra o sistema capitalista funcionando como peça de consumo estético das massas, conforme Adorno (2002), ao mesmo tempo em que contribuiu para a construção do capital cultural da pixação na sociedade de massa.

No texto “Os três estados do capital cultural”, Pierre Bourdieu (1998) propõe o conceito de capital cultural e define a sua constituição a partir de três âmbitos: incorporado, objetivado e institucionalizado. O conceito de capital cultural objetivado – mesmo considerando a relevância das demais formas de capital cultural – sugere a transmissão de capital em sua forma objetiva, ou seja, suportes materiais, –neste caso, uma fonte digital. A perspectiva interpretativa aqui empregada a partir da sociologia de Pierre Bourdieu, sociologia que entende que os indivíduos não possuem igualdade de oportunidades para se relacionar socialmente na sociedade contemporânea e estão submetidos a diferentes fatores que funcionam majoritariamente para a manutenção das condições de classe. A pixação na parede, ao que parece, não possui subsídios para adquirir status de bem cultural e transpor sua condição. Ao se tornar um produto de consumo ela se torna passível de ser apropriada pelos agentes e utilizada como forma material e simbólica nas disputas que se travam nos campos da produção cultural.

Um exemplo desse tipo de apropriação foi o uso da fonte digital Adrenalina na exposição Caixa de Letras, realizada entre 15 de agosto e 25 de outubro de 2015, no Museu da Língua Portuguesa em São Paulo, ao lado de outras duas fontes que tratam da temática da pixação e mais 23 fontes digitais com estilos diversos. A exposição, de acordo com texto do curador Henrique Nardi no catálogo do evento, tinha por função estabelecer um rico diálogo com a cultura visual brasileira e conhecer a história e apreciar os detalhes das letras que nos cercam, como apresentado na figura 5 que mostra parte da exposição com a parte dedicada às letras da pixação.



Figura 5 Fonte Adrenalina em exposição no Museu da Língua Portuguesa.

Fonte Do autor

O processo de revisão da fonte, efetivado em 2014, ajudou a difundir a pixação como um estilo de letras autêntico da cultura de um determinado local a partir de tradições culturais que são passadas de geração em geração de modo informal, produzido à margem dos produtos de design oficial. Ao definir um arquétipo desse estilo de letras as características vernaculares do grupo social se tornam mais evidentes, o produto fonte passa a configurar uma família com características expressivas mais diversas e marcantes enquanto uma versão gratuita para download da fonte permite popularizar o produto fonte digital como bem cultural objetivado, alargando essa discussão para outras aplicações dentro da ampla gama de peças produzidas pelo design gráfico contemporâneo.

Considerações finais

A criação de projetos de design com inspiração em produções advindas da cultura vernacular de uma determinada cultura é uma realidade no processo metodológico da produção contemporânea de design gráfico mundial. No caso da pixação paulistana, as especificidades sociais e culturais desenvolvidas ao longo de mais de trinta anos formam por si só uma complexidade de relações que não se resumem simplesmente ao aspecto gráfico do resultado final das ações dos pixadores. É preciso que se observe atentamente a relação entre letras criadas por esse campo social marginalizado nas ruas e as implicações de se apropriar adequadamente os aspectos gráficos desse fenômeno em um suporte material para disputas simbólicas no campo da cultura legítima.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. **Indústria cultural e sociedade**. São Paulo: Paz e Terra, 2002.
- BOURDIEU, Pierre. **Escritos de educação**. NOGUEIRA, Maria A.; CATANI, Afrânio (Orgs.). Petrópolis: Vozes, 1998.
- CHASTANET, François. **Pixação**: São Paulo signature. Tradução: Jean Dalens. Paris: XGpress, 2007.
- FARIAS, Priscila. **Notas para uma normatização da nomenclatura tipográfica**. In: P&D 2004 - 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, 2004, São Paulo. Anais do P&D 2004 - 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. São Paulo, 2004.
- LASSALA, Gustavo. **Pichação não é pixação**: Uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas. São Paulo: Altamira, 2010.
- _____. **Em nome do pixo**: A experiência social e estética do pixador e artista Djan Ivson. Tese (Doutorado) – Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2014.
- LEY, David; CYBRIWSKY, Roman. **Urban graffiti as territorial markers**, Association of American Geographers V. 64, Dec 1974, N. 4
- OLIVEIRA, Gustavo Rebelo Coelho de. **PiXação: arte e pedagogia como crime**. Rio de Janeiro: UERJ, 2009. 371f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Programa de Pós Graduação em Educação. Faculdade de Educação, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2009.
- PEREIRA, Alexandre Barbosa. **De rolê pela cidade**: os pichadores em São Paulo. Dissertação (Mestrado) – Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas. Universidade de São Paulo, São Paulo, 2005.
- PIRES, Tiago Rodrigues. **“Pixos Go”**: Uma tipografia inspirada nos pixos de Goiânia. Monografia (Graduação em Design) – Pontifícia Universidade Católica de Goiás, Goiás, 2009.

Recebido: 24 de Abril de 2016

Aprovado: 28 de Abril de 2016

Regina Cunha Wilke*

A expressividade da tipografia: marcas de galeria de arte

* **Regina Cunha Wilke** possui graduação, mestrado e doutorado em Arquitetura e Urbanismo (USP). Atualmente, é coordenadora dos cursos de pós-graduação em Design Gráfico, Design Editorial, Design - Branding: estratégias de marcas e Tipografia do Senac Lapa Scipião. Também, é professora adjunta da Universidade Presbiteriana Mackenzie e pesquisadora responsável pelo Grupo de Pesquisa: Memória Gráfica Brasileira - design, processos e linguagens. Tem experiência na área de Arquitetura e Urbanismo, com ênfase em Estruturas Ambientais Urbanas, atuando principalmente nos seguintes temas: design gráfico, programação visual, projeto gráfico, análise gráfica e design editorial.

<regina.cwilke@sp.senac.br>

Resumo O bairro Vila Madalena concentra, atualmente, um grande número de galerias de arte da cidade de São Paulo, com concepções artísticas e conceituais diferentes entre si, e com isso, atesta o fenômeno da diversidade de propostas no campo das artes plásticas perceptível na contemporaneidade. O objetivo desse artigo é investigar como a marca gráfica dessas galerias, com foco nos elementos tipográficos aliados à cor, ao formato e ao suporte, expressam seu diferencial. Como metodologia de investigação, serão levantados o perfil e o posicionamento das galerias selecionadas no mercado, serão identificadas suas marcas e abordadas as características estilísticas das fontes tipográficas utilizadas, e sua relação com demais elementos gráficos. O artigo apoia-se em conceitos de estilo tipográfico trabalhados pelos estudiosos Rocha (2012) e Spikerman (1999), de marca investigados por Costa (2012) e Wheeler (2012). Espera-se com o artigo compreender o papel expressivo da tipografia no contexto das galerias de arte.

Palavras chave Tipografia, Marcas, Galerias de Arte, Vila Madalena

The typography expressivity: brand art galleries

Abstract Currently, Vila Madalena neighborhood concentrates a large number of art galleries in the city of São Paulo, with different artistic and conceptual ideas, testifying the phenomenon of diversity of proposals in the field of perceivable visual arts in contemporary times. The aim of this paper is to investigate how the graphic mark of these galleries express their differential, focusing on typographic elements allied to color, shape and support. This study identifies the profile and positioning of selected galleries, its brands, the stylistic characteristics of typefaces used and its relationship with other graphic elements. The article relies on typographic style concepts developed by scholars Rocha (2012) and Spikerman (1999), mark investigated by Costa (2012) and Wheeler (2012). It is hope with the article, to understand the significant role of typography in the context of art galleries.

Keywords Typography, Brands, Art Galleries, Vila Madalena.

Introdução

No escopo deste artigo interessa abordar a tipografia das marcas de Galerias de Arte, como representantes de suas visões e conceitos, considerando que eles dialogam com a vocação das mesmas, com os movimentos artísticos, e as tendências estilísticas do design gráfico.

O design estabelece relações com a cultura por meio dos atributos visuais que o identificam. Essas características comunicam determinados valores, dialogam com grupos sociais detentores de uma identidade própria. As Galerias de Arte operam na inter-relação entre arte e mercado, e estão conectadas com uma multiplicidade de valores e significados da competência artística a qual representam.

Para atender ao mercado, elas definem seu perfil e posicionamento. Os focos de atuação são bastante heterogêneos, alguns estipulam um tipo de produção específica, como arte moderna, ou street art, outros mídias diversas, outros se fixam em jovens emergentes ou em artistas consagrados, por exemplo. Já o posicionamento, ou diferencial, é transmitido por meio de seus atributos reais ou simbólicos, presentes na sua comunicação.

A marca, enquanto sistema de identidade visual, representa o perfil e posicionamento, ou o propósito, desse empreendimento no mercado, por meio de seu nome, tipografia, cor, símbolos e sinais.

Para entender a relevância da tipografia para a construção da identidade desse tipo de negócio, esse estudo selecionou dez galerias situadas no bairro paulistano de Vila Madalena. Esse distrito foi escolhido por ser considerado um dos lugares de grande efervescência criativa, por concentrar, na atualidade, muitas opções de manifestações artísticas tais como ateliês particulares e coletivos, escritórios e empresas do setor criativo, espaços culturais e um leque expressivo de galerias com diferentes posicionamentos. As selecionadas para este estudo, representam essa variedade, elas são: Raquel Arnaud (1973-atual), Millan (1986-atual) Fortes Vilaça (2001-atual), Choque Cultural (2004-atual), Nuvem (2009-atual), Tato (2010-atual), Central Galeria de Arte (2010-atual), A7ma (2012-atual), Blau Projects (2013-atual), Casa da Xiclet (2013-atual).

Marcas

O design gráfico é portador de uma dupla situação de emissão: a do discurso específico, a mensagem do produto ao qual representa, e a emissão do próprio design gráfico, sua forma, que por sua vez, traz consigo histórias, intenções e associações com o contexto em que foi criada.

A marca de um produto é um signo que agrega imagem e palavra para constituir uma unidade icônico-linguística. Sua expressão verbal é o nome (*namings*) que comunica algo sobre a sua essência, e estabelece uma relação direta com o posicionamento pretendido pelo produto. Sua expressão visual é o logotipo, o símbolo e a cor. No caso das galerias, a marca é projetada enfatizando os aspectos semânticos e simbólicos das fontes, pela particularidade da sua grafia.

Os logotipos podem ser feitos com fontes existentes ou com letras personalizadas, que geram um *lettering*, esta técnica pode ser simplesmente definida como a arte de desenhar letras. A principal diferença com a tipografia é que o produto do *lettering* é a combinação de formas projetadas e desenhadas com um propósito específico, ao contrário da tipografia, que usa formas pré-fabricadas (WILLEN, STRALLS, 2009). Ambos têm a capacidade de criar uma imagem distinta, responsável pela identificação e memorização da empresa, somados à organização no espaço das palavras, que também constrói essa comunicação. Eles têm a função de comunicar e expressar, tem o potencial de transmitir intenção, opinião, personalidade sobre o que representam.

Os suportes físicos, por sua vez, são verdadeiras extensões da marca, que a defendem e amparam. (COSTA, 2011). Podem ser espaços físicos expositivos – em suas constituições internas e externas (exposição e arquitetura), materiais de papelaria e de divulgação.

A identidade de uma marca fortalece seu sentido, finalidade e significado. Além desses aspectos tangíveis, seus atributos intangíveis, construídos por um complexo sistema, relacionado aos aspectos de comunicação, também chamado de *branding*, espelham sua reputação quanto à qualidade, liderança, inovação e seu prestígio global. Até meados dos anos 1990, a marca representa a principal peça de divulgação de design de uma empresa ou produto. A partir dos 1990 o conceito de *branding* passa a englobar, além do design gráfico, outras ações de design, aproximando-se do conceito de design de experiência.

Tipografia

A tipografia é reflexo de um tempo e de uma cultura, muitos autores afirmam que as letras têm caráter, espírito e personalidade, expressas pelo seu tempo histórico, e pelas suas qualidades físicas (SPIKERMANN, 2009; BRINGHURST, 2005). Existem inúmeros desenhos de tipos, e ao longo do tempo têm sido estabelecidos critérios para agrupá-los segundo suas características principais, em comum. Uma das classificações tipográficas clássica é a Vox/ATypl, concebida por Maximilien Vox, nos anos 1950, e adotada pela *Association Typographique Internationale* (ATypl) em 1962. Ela organiza os estilos das fontes em sete classes, subdivididas em sub classes: 1.Romanos: Humanista, Garalde, Transicional, Didones, Mecanizada; 2.Lineares: Grotisque, Geométrica, Neogrotesca, Humanista; 3.Incisa, 4.Script; 5.Manual ou Graphic; 6.Blackletter (ROCHA, 2012). Rocha (2012) acrescenta que o universo contemporâneo da tipografia inclui fontes criadas a partir dos clássicos tipográficos e fontes redesenhadas pela tecnologia digital.

Os diferentes tipos carregam peculiaridades formais e funcionais que determinam suas qualidades e seus diferenciais. Podemos, ainda, apreciar a “personalidade das letras nas suas características físicas: leves ou pesadas, arredondada ou quadrada, alongada ou achatada” Spiekermann (2009, p.45). A tipografia também é lida pela sua organização no espaço.

Galerias

Galerias de arte são ambientes arquitetônicos especializados dedicados a exposições e a comercialização desse produto que tem alto valor cultural e simbólico. Até a década de 1950 eram raras as dedicadas à arte moderna, e a maior parte dos galeristas e dos colecionadores no país, entre 1947 e o final de 1960, eram estrangeiros que aqui se fixaram por causa da guerra. A partir da década de 1960, ocorre uma expansão de galerias particulares, multiplicação dos leilões de vendas, criação de clientelas diferenciadas, constituição de coleções particulares e a aposta na produção artística como investimento. No início década de 1970, esses empreendimentos expandem-se nos bairros elegantes da cidade de São Paulo e a partir de 1974, acompanhando o movimento do mercado, as galerias começam a ostentar especializações até então não implantadas e a promoção de valores jovens (LUCAS, 2010). E na diversidade das linguagens encontram o seu nicho de mercado.

Nos anos 1990, a vitalidade dessa instituição é questionada, alguns galeristas acreditam na sua viabilidade, outros a discutem. Para Regina Boni por exemplo, a mostra funciona como um evento cultural e promocional para o espaço, André Millan complementa que o negócio não vive das exposições, mas dos acervos, e aposta em outras relações entre o *marchand* e o artista, assim também, Raquel Arnaud diz que a galeria demanda muitas despesas e com o tempo estão sendo ultrapassadas, precisam se expandir para além de seu lugar físico, e acredita na possibilidade de um intermediário organizar mostras de seus artistas em vários espaços, o que aponta para esse momento de constante crescimento e reconhecimento internacional da arte no Brasil (FIORANTE, 1997). Esse passo para a globalização do artista é uma aposta de grande parte dos galeristas brasileiros. Nesse ambiente desponta, então, a proposta de uma nova relação com o artista, que se reflete na fala de Marcantonio Vilaça, da Camargo Vilaça: o artista contemporâneo precisa de “alguém que concilie as funções de agente e galerista, (...) um trabalho que compreende desde a introdução do artista em manifestações internacionais até a própria produção da obra” (VILAÇA *apud* FIORANTE, 1997).

A arte contemporânea segue um desenvolvimento continuado e progressivo, que tende a avançar, a julgar pela tendência que aponta, para um mercado sem fronteiras entre o mercado nacional e o internacional.

Verifica-se que, apesar das inúmeras mudanças que ocorrem nesse universo em seus modos expositivos – tais como as grandes exposições que se aproximam do conceito de feiras e de espaços interativos – o nome da galeria e sua marca, ainda são uma importante interface para sua divulgação e para a representação conceitual de sua proposta.

Vila Madalena

São Paulo, a maior metrópole do hemisfério sul, concentra uma pluralidade de museus e espaços dedicados a arte distribuídos por seus diver-

dos bairros. A Vila Madalena, localizada na zona oeste, é identificada por seu caráter cultural e artístico, um dos lugares de imensa agitação criativa, o que a torna favorável para a implantação de galerias. Raquel Arnaud, por exemplo, optou por transferir o seu estabelecimento para este bairro em função do mercado: “A Vila Madalena tem tido uma oferta importante de arte, achei interessante vir para cá” (LOPES, 2011).

As Galerias situadas na Vila Madalena apresentam um mosaico das manifestações do mundo da arte contemporânea, que é plural, reflexo da fragmentação cultural. Na diversidade dessas linguagens encontram o seu segmento de mercado e definem o quadro de seus artistas. Nesse bairro convivem as com grande peso no mercado, determinado pela sua história e pela sua atuação, algumas legitimam as novas linguagens recorrendo às matrizes do modernismo, estabelecendo ligações entre a produção dos artistas; outras apostam nos cenários emergentes, outras focam em artistas de arte urbana e espaços alternativos, e ainda, as que representam artistas de todo esses universos.

Para esse estudo selecionamos dez galerias, presentes nesse bairro que sintetizam a diversidade aqui presente:

Raquel Arnaud (1973 – atual) está nesse mercado por mais de 40 anos. Iniciou seu percurso em 1968 no MASP trabalhando junto ao Professor Bardi, em 1972 foi para a Collectio, uma das grandes fomentadoras da arte no período, abriu com Mônica Filgueiras o Gabinete de Artes (1973 e 1980). No mesmo ano, compartilhou a direção da Galeria de Arte Global (1973 – 1983) com o *marchand* Franco Terranova, da Petite Galerie.

Mantém o Gabinete de Arte, depois do rompimento da sociedade, que posteriormente passa a se chamar Raquel Arnaud, um lugar direcionado à produção do segmento da abstração geométrica, com atenção especial às investigações contemporâneas – arte construtiva e cinética, instalações, esculturas, pinturas, desenhos e objetos. Em 1980 os catálogos e convites eram feitos por Willys de Castro (1926-1988), artista plástico brasileiro ligado aos movimentos Concreto e Neo-Concreto, e Waltercio Caldas(1946), escultor, desenhista, artista gráfico, gravador, cenógrafo, figurinista.

Um ponto de grande relevância na construção da imagem da Galeria é visto na arquitetura dos lugares pelos quais ela passou, todos em estrutura de concreto. O concreto aparente é uma solução construtiva de forte identificação com a arquitetura brasileira. Parte importante dos movimentos modernista e brutalista, e foi largamente explorado por arquitetos como Oscar Niemeyer, Vilanova Artigas, Ruy Ohtake e Paulo Mendes da Rocha. O logotipo do Gabinete de Artes Gráficas, em tipografia sem serifa, foi grafado diretamente no concreto, fortalecendo os seus aspectos de comunicação. O projeto do espaço atual se distingue pelos enormes brises na fachada, que são utilizados também como elemento de identidade, na concepção de peças gráficas de divulgação.

Dentro do espírito desse tempo, de seu posicionamento, sua identidade conjugou características dos campos da arte e da arquitetura, que colocaram em prática mais enfaticamente o design moderno.



Figura 1 Marca da Galeria Raquel Arnaud

Fonte Acervo da autora, 2016

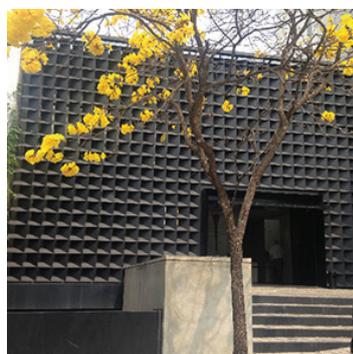


Figura 2 Fachada da Galeria Raquel Arnaud

Fonte Acervo da autora, 2016

O logotipo da Galeria Raquel Arnaud é grafado em Univers, considerada um dos símbolos máximos do design moderno (Figura 1). Essa tipografia sem serifa, de mais ampla divulgação mundial, foi desenhada por Adrian Frutiger (1957), dentro do espírito do Estilo Internacional. Ele concebeu 21 versões da Univers, em cinco pesos e larguras, atualmente existem 60 variações para essa fonte.

Conhecida pela sua limpeza e legibilidade, foi usada nas suas marcas anteriores, na versão normal. Em 2011 foi criada nova identidade visual, pela Danowskif Design (1996 – atual), com logotipo e sua aplicação em papelaria, fachada, anúncios, convites, e cartões virtuais que se tornaram a mídia adequada para fazer animações que identificam a expressão das obras cinéticas de seus artistas. A tipografia do logotipo, em Univers adota para a palavra “Galeria” a versão Condensed Light e para o nome “Raquel Arnaud” a versão Condensed Bold, acentuando e dando relevância ao nome da galerista. O alinhamento à esquerda estabelece ritmo e movimento à essa composição. A marca é aplicada sobre uma placa na parede lateral de concreto, próxima à rua (Figura 2), e a identidade visual se completa com a visão dos elementos geométricos desse lugar. A cor magenta escurecida a destaca, e traz uma possível associação com a identidade da Millan, que a antecede no desenho da marca e uso de cor, gerando uma possível aproximação entre a categoria.

A Galeria Millan (1986 – atual) reconhecida como uma das mais tradicionais de São Paulo é dirigida por André Millan e Socorro de Andrade Lima.

André tem bacharelado em História e cursou História da Arte na França. Conviveu com a arte desde cedo, seu pai Fernando Millan foi antiquário, galerista, participou da comissão da Exposição do IV Centenário da Cidade de São Paulo, da Bienal Internacional de Artes e do MASP.

Desde a sua fundação em 1986, a Millan tem como intuito apresentar relações entre a produção dos artistas contemporâneos que representa e os artistas modernos que influenciaram sua formação. Esse diálogo entre gerações e correntes artísticas permitiu a ela representar, de maneira coerente, um time de artistas que abrange desde nomes consagrados a jovens em início de carreira.

Iniciou suas atividades no bairro de Pinheiros, na rua Mourato Coelho, mudou-se para a rua Lisboa, no mesmo bairro, onde permaneceu por três anos. Em 1997, o galerista deu uma pausa nas atividades de exposição, para repensar a relação *marchand*-artista e retornou para o escritório da Mourato Coelho. Sua intenção era gerenciar alguns dos artistas, manter o acervo e trabalhar com outros espaços expositivos, para otimizar seu tempo e seus esforços com a intenção de fortalecer um mercado de arte contemporânea ainda sem liquidez (FIORANTE, 1997).

Ela reabre suas portas, na rua Fradique Coutinho, e em 2015 inaugura o Anexo Millan, uma ampliação de seu espaço para trabalhar com outras linguagens. Millan mantém, ainda, um galpão na Pompéia, para armazenamento de obras.

Sobre o Anexo, Millan acrescenta:

o que aconteceu com as galerias, depois das feiras, é que a sede virou um entreposto. De fato, levamos uma vida de caixeiro-viajante. Aquela coisa que acontecia na galeria – as conversas, os artistas convivendo com os colecionadores –, isso tudo acabou. Penso que nesse espaço que estamos abrindo vai ser possível resgatar esse espírito (Entrevista André Millan PUBLICADO EM: 15/12/2014).



Figura 3 Marca da Galeria e Anexo Millan
Fonte Acervo da autora, 2016



Figura 4 Fachada do Anexo Millan.
Fonte Acervo da autora, 2016

Em consonância com seu perfil e propósito, a marca da Millan, recebe o nome do galerista, que a qualifica. É representada pelo seu logotipo em tipografia Monotype Grottesca. Essa família criada por Frank Hinman Pierpont (1860-1937) foi divulgada pela fundição Monotype em torno de 1926. Ela pertence aos primeiros desenhos de fontes sem serifa e lineares. A Akzidenz Grotesk, assim como outras variantes de letras grotescas, foi eleita pela Bauhaus, pelo seu caráter funcionalista, que correspondia às suas premissas de evitar a subjectividade, os ruídos ornamentais e qualquer superficialidade estética. Essa escolha reflete os propósitos de seu fundador.

A marca da Galeria Millan e a do Anexo Millan (Figura 3), assemelham-se quanto ao uso de contraste entre light, no tipo de lugar, e bold usado no nome do galerista, ressaltando-o. Pelo seu caráter gráfico formam um conceito único, integrado entre negócio e proprietário. A arquitetura traz a ideia do cubo branco, um espaço neutro adequado à exposição das obras, e expande esse conceito para a fachada, tanto da galeria quanto do anexo (Figura 4). Os logotipos, em magenta escurecido, discretos quanto ao tamanho, sobressaem nesse ambiente.

A Galeria Fortes Vilaça (2001–atual) é uma continuidade da Camargo Vilaça (1992–2000), fundada em maio de 1992, por Marcantonio e a sócia Karla Meneghel Ferraz de Camargo, na Vila Madalena. A mostra inaugural incluía obras de oito artistas por ela representados e levou cerca de mil pessoas para o vernissage. Depois desta estreia, transformou-se numa das três mais importantes de São Paulo e ele em um dos galeristas mais conceituados do Brasil. A Galeria Camargo Vilaça foi a responsável, nos anos 1990, pela inclusão definitiva do artista contemporâneo brasileiro no mercado internacional, que passou a frequentar bienais e feiras internacionais, ganhou catálogos e livros, entrou para acervos de grandes museus e coleções particulares. Essa política das artes mexeu com o mercado.

Com a morte de Marcantonio Vilaça, Karla Camargo fica à frente do negócio contando com o trabalho de Márcia Fortes, Alessandra d'Aloia e Alexandre Gabriel. Esses três novos diretores inauguraram em 2001, a Galeria Fortes Vilaça, nome que corresponde a junção do sobrenome de Márcia Fortes com o de Vilaça, e registra a continuidade de política adotada pela Camargo Vilaça, frente às artes.

Ela é a principal representante dos artistas contemporâneos brasileiros no exterior. Seus artistas participam em exposições nos mercados europeu, americano e asiático. Trabalha com curadores convidados, e outras colaborações que envolvem publicações e palestras.

Em 2008 é inaugurada uma extensão de seu espaço no centro de São Paulo - o Galpão Fortes Vilaça. O local é simultaneamente um lugar para exposições, depósito de obras e sala de exibição, todos acessíveis ao público.

A logotipo da Galeria Fortes Vilaça recebe o nome de seus proprietários. Ele é escrito em Neuzeit Grotesk, em caixa alta e baixa, em bold e sem serifa. Essa tipografia foi originalmente concebida por Wilhelm Pischner (1904-1989). Em 1970, a abreviatura DIN foi adicionado ao nome da fonte. DIN - significa *Deutsches Institut für Normung* (Instituto Alemão de Padrões Industriais). Como outros tipos da década de 1920 reflete a filosofia da época que defende a relação forma e função. O logotipo ganha um ar mais importante ao ser destacado por uma tarja na cor amarela. Ele realça o que é relevante, essencial e pertinente.

Sua marca (Figura 5) vem acompanhada das informações de local e contato, escritas numa fonte geométrica, em grande parte de suas aplicações, e na sua fachada (Figura 6) registra a exposição em cartaz. O bloco é lido como uma unidade, pela coesão dada pela tarja amarela que passa por todos os elementos. O mesmo recurso é usado para o Galpão Fortes Vilaça, mas com o uso da tarja azul.

Esse bloco de informações, encabeçado pelo nome do lugar, é colocado discretamente na porta de vidro da galeria, cuja arquitetura se resume a um cubo branco. Esse modo de sinalização cria um forte elemento de distinção e originalidade.



Figura 5 Marca e informações da Galeria Fortes Vilaça.

Fonte Acervo da autora, 2016



Figura 6 Marca e informações aplicadas na fachada da Galeria Fortes Vilaça

Fonte Acervo da autora, 2016

Choque Cultural (2004 – atual), uma galeria de arte de rua, fundada pelos arquitetos Mariana Martins, Baixo Ribeiro e Eduardo Saretta, iniciou suas atividades na Rua João Moura, em Pinheiros, se transferindo depois para a Vila Madalena.

Ela se transformou numa das principais referências globais em arte urbana. Trabalha com foco na produção dos jovens artistas e coletivos oriundos do mundo do grafite, das intervenções urbanas e linguagens contemporâneas, muitos dos quais são nomes já consagrados. Além das exposições, a Choque investe em intercâmbios, residências, intervenções urbanas e em espaços não convencionais de arte, colaborações e outras experiências multidisciplinares. Promove com a poderosa Fortes Vilaça intercâmbios entre seus acervos, fato que foi um divisor de águas na sua história.

A Choque Cultural recebeu três diferentes marcas no seu percurso:



Figura 7 Marca da Choque Cultural.

Fonte Acervo da autora, 2016



Figura 8 Marca da Choque Cultural.

Fonte Acervo da autora, 2016



Figura 9 Marca da Choque Cultural.

Fonte Acervo da autora, 2016



Figura 10 Marca da Galeria Nuvem

Fonte Acervo da autora, 2016

A primeira (Figura 7), que ainda é usada no Facebook, é constituída por dois *letterings*, ambos associados ao universo da pichação, uma expressão da cultura popular. O desenho da palavra choque tem por referência a pichação e se aproxima, ainda, do significado da palavra “choque”, pela sua semântica, que está ligada ao significado de colisão, embate, oposição. A palavra “cultural” se refere ao conjunto de manifestações artísticas, sociais, linguísticas e comportamentais de um povo ou civilização. O desenho da palavra “cultural” é uma apropriação do logotipo da Coca-Cola. Essa citação, de um lado, se associa com a ideia de consumo, e de outro se refere à cultura popular, sugerindo uma reflexão sobre a oposição entre culturas ou ideologias.

A segunda marca (Figura 8) traz um logotipo de impacto imediato, alcançado pelo uso da fonte condensada, com ajuste no *kerning*. Esses procedimentos obtiveram como resultado um desenho pesado, com altura relevante na proporção de seu comprimento. A tipografia usada é a Alternate Gothic, família desenvolvida por Morris Fuller Benton em 1903, que desfruta de grande popularidade até hoje.

O terceiro momento (Figura 9) reflete o seu novo posicionamento, depois de mais de 10 anos de experiência no mercado de arte urbana. Em 2010 funda o Instituto Choque Cultural sobre três pilares: intercâmbios e desenvolvimento de cenas artísticas locais; educação por meio de cursos; e atuação colaborativa entre parceiros. A tipografia adotada também contempla o selo do Instituto. Essa marca é composta por um *lettering*, construído por uma tipografia geométrica linear, que sofreu alterações na letra “Q” e “R”, pequena transgressão, que traz singularidade a essa grafia de acordo com o perfil da Galeria, que investe numa nova atitude frente ao mercado.

A marca não é necessariamente aplicada na fachada, que por sua vez sofre constantes intervenções gráficas, muitas vezes temáticas.

A Galeria Nuvem (2009-atual) foi criada pelo coreano Sang Won Sung. Ele estudou Artes Plásticas na Fundação Armando Penteadado em 1986 e design na Hongik University em Seoul em 1990. Como artista assina esculturas coloridas, cria insetos alados e seres imaginários a partir de objetos de plástico de uso cotidiano e outros temas, cujo resultado é lúdico e intrigante.

A ideia de abrir um espaço, para expor e vender seu trabalho, se corporizou nesse empreendimento que funciona em um sobradinho, com uma vitrine de vidro na fachada, com a presença de esculturas, toys, direcionada a um público jovem. É um lugar voltado para a arte contemporânea, que tem o intuito de provocar o hibridismo entre as diferentes linguagens, difundindo uma nova geração de artistas, que trabalham com diversos suportes e mídias. Outro princípio da galeria é estreitar a relação com a cultura oriental, por meio de intercâmbio de artistas.

O logotipo da Galeria Nuvem (Figura 10) é grafado com a fonte OCR-A. As OCR - *Optical Character Reading*, também chamadas fontes de computador, foram desenhadas para serem usadas como base de comparação, para reconhecimento do texto pela máquina, através de leitura ótica. O aspecto dessa versão foi considerado uma caricatura grosseira do alfabeto.

A transposição desses conceitos pode estabelecer interpretações quando somadas ao seu nome, quer por ser a primeira fonte criada, com a finalidade a ela atribuída, quer pelo seu aspecto deformado, ou engraçado, lúdico, quando lido fora de seu contexto de concepção. Além dessas questões, o desenho do logotipo separa a palavra “nuvem” em dois momentos de registro e leitura, que adquire outros significados, expressos pela diferença de uso da caixa baixa para a sílaba “nu” e de caixa alta para a sílaba “VEM”, e que podem ser entendidos como um convite. A palavra “galeria” escrita em caixa baixa, na mesma tipografia, num corpo menor que da palavra que a nomeia, é discreta. A marca traz opções de versões para outros usos, como a da sua fachada.



Figura 11 Marca da Galeria Central e suas versões

Fonte Acervo da autora, 2016

Central Galeria (2010 – atual), de Wagner Lungov foi fundada em 2010, originalmente abriu as suas portas no piso térreo de um edifício residencial na movimentada Avenida Rebouças, em 2012 junta-se com a Ímpar, de Dedéia Meirelles, na Vila Madalena. O projeto de arquitetura desse espaço é de Rodrigo Ohtake.

Com a missão de descobrir alguns dos talentos emergentes de escolas de arte de São Paulo, ela representa uma linha variada de jovens artistas.

Sua marca principal (Figura 11) é constituída por um símbolo e por um logotipo. A síntese simbólica é formada por um quadrado laranja que tem no centro um “C”, e que também sugere pelo seu desenho um espaço. O logotipo é composto pela palavra “central”, que é sinônimo de principal, importante, primordial, e identifica uma qualidade à palavra “galeria”, que denota sua função. Da mesma maneira a tipografia é escrita na mesma fonte, integrando as palavras, mas ressaltando o nome pelo contraste de peso, dado pela variação de tom da cor preta. O tipo usado nesta construção pertence à família DIN Rounded Light, é geométrico e tem origem no movimento modernista, com inspiração racionalista. Segue os procedimentos das galerias tradicionais e a lógica da sua construção reforça o significado de seu nome e a qualifica.

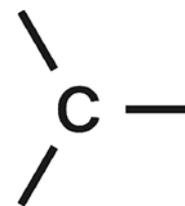


Figura 12 Bandeira e símbolo da Central Galeria

Fonte Acervo da autora, 2016

A Central adotou recentemente outros símbolos usados na bandeira, que indica seu local, e na página do facebook (Figura 12). O primeiro é constituído pela palavra “central” e o segundo pela letra “c”, de ambos irradiam

linhas em diferentes direções. Na porta da loja as linhas direcionam para as informações e apontam a entrada. Esse símbolo cambiante é flexível e associado à tipografia em caixa baixa, é menos impositivo que o anterior. Muito recentemente, a galeria reformula seu espaço e seu programa para estabelecer um diálogo maior com a cidade e o público e esta versão substituiu o anterior.

A Galeria Tato (2010-atual) se originou da Tato DiLascio, que até então era itinerante, em 2013 fixa-se em Pinheiros e atualmente está na Vila Madalena, em frente à Millan. Trabalha com artistas multidisciplinares, brasileiros ou internacionais, jovens emergentes ou já consolidados. Sua proposta é refletir sobre o imaginário povoado pelas questões e imagens do meio que nos envolve, no caso em particular, o do homem formado nas grandes metrópoles. Um cenário de múltiplas mensagens, de cunho humanitário, social, cultural e político.



Figura 13 Marca da Galeria Tato.

Fonte Acervo da autora, 2016

A marca da Tato (Figura 13) é formada por um *lettering*, desenhado a partir da alteração das tipografias geométricas. A modificação trouxe um novo espírito aos tipos usados. O uso “G” que tem seu desenho associado a letras em caixa alta, ao compor a palavra “galeria” toda em caixa baixa, gera uma certa estranheza. O nome do galerista escrito em caixa alta, sofre uma síntese, ao ter a barra da letra “A” eliminada, ato que reforça o caráter geométrico da tipografia. A relação entre as palavras é acentuada pela composição justificada. As duas diferentes interferência somam-se nesse espaço de informação, talvez como os fatos ocorrem na cidade, e é finalizada pela presença de um fio na sua base. A marca aplicada na fachada (Figura 12) entra na versão monocromática, e a do site na versão laranja e cinza.

O Ateliê Priscila Mainieri (2012- atual) é um lugar voltado para as artes visuais contemporâneas. Como atelier, ele nasce como espaço de produção da proprietária, e hoje, também dos artistas, Cláudio Rocha, Julio Barreto, Andréa Barsi, Rolinho Bros, que exercem a prática constante e consistente do grafismo, manifestado em múltiplas formas de expressão: pintura, desenho, aquarela, tipografia, fotografia, colagem, gravura, caligrafia, estêncil, cujos estilos dialogam entre si. Esse lugar de criação tem como vocação a produção de trabalhos visuais, exposições, atividades culturais, encontros culturais e oficinas, conservação e comercialização de obras do acervo.



Figura 14 Marca do Ateliê Galeria

Priscila Mainieri

Fonte Acervo da autora, 2016

O nome (Figura 14) representa esse espaço de muitas funções, apresenta o *atelier*, origem do lugar e a galeria, uma das suas atividades, numa linha hierárquica. Somado a isso, o *lettering* estabelece uma metáfora com o espaço expositivo, como esclarece seu autor Claudio Rocha (comunicação 2014): O arranjo das palavras no logotipo privilegia a organização espacial e os alinhamentos, em uma associação visual com a atividade expositiva. Esse letramento foi particularizado pelo uso do caracter “i” em minúsculo para enfatizar sua presença. A fonte DIN OT distribuída pela FontFont, além de ser usada na marca foi aplicada em outras peças.

A Casa da Xiclet (2013-atual) é uma galeria de arte *underground* e um espaço de convivência, de moradia. A presença dessas funções no mesmo ambiente é o que a torna peculiar, destoando-a dos negócios tradicionais.



Figura 15 Fachada da Galeria Casa da Xiclet.

Fonte Acervo da autora, 2016

As obras expostas se espalham pela sala, pelo banheiro e pela cozinha, concentrando o pequeno acervo no quarto-escritório. Sua programação inclui exposições, espetáculos musicais, projeções de filmes, eventos, palestras, oficinas e festas.

A dona da casa é a Xiclet, apelido de Adriana Matos Alves Duarte, artista e provocadora cultural, formada em artes plásticas na Universidade Federal do Espírito Santo. Chiclets foi uma obsessão do seu passado e rendeu-lhe um desses apelidos que acabam por substituir o próprio nome.

A marca (Figura 15) se apropria da linguagem gráfica da embalagem e da grafia do nome do Chiclets Adams, uma somatória de símbolo e do logotipo escrito em Blackletter. O desenho do nome da Galeria é um arremedo, o “CH” vira “X”, por exemplo, constituindo uma interpretação satírica. Lembrando que a ADAMS no Brasil se tornou sinônimo da categoria. Esse tipo de confeito que é produzido para ser mastigado e não engolido, pode servir de metáfora possível para essa artista que questiona o mercado convencional da arte.

A Blau Projects (2013- atual) tem como proprietária e diretora Juliana Blau, formada pela Fundação Getúlio Vargas, com passagem em cursos na Sotheby’s, sobre a globalização da arte e seus mercados, processos de compra ou venda e avaliações de obras de arte. Juliana Blau é filha de André Blau, da Galeria de Arte André, uma referência do mercado brasileiro, e que qualifica por contiguidade o nome da Blau Projects, pela presença de seu sobrenome. A palavra Projects está associada a empreendimento, a propósito.

Ela tem foco no universo da arte contemporânea, e se localiza no reduto de importantes galerias, está a meio caminho da Fortes Vilaça e da Millan. Sua proposta é trabalhar com artistas emergentes, que tenham rigor conceitual e qualidade técnica, e lidem com as linguagens mais recentes.

Blaus Projects (Figura 16) tem o logotipo grafado em caixa alta, em tipografia sem serifa, com contraste de peso, o nome Blaus em fonte bold, e palavra “Projects” em light, com espaçamento entre letras expandido. A tipografia geométrica, com origem no movimento modernista é monolinear e traz um ritmo construído pelas letras e seus espaços, numa composição equilibrada.

Na marca horizontal as palavras são escritas em sequência, e cada palavra ganha autonomia pelo seu peso. Outra forma de compor as duas palavras ocorre por meio do alinhamento à esquerda, o nome do galerista em destaque, na parte superior, Projects abaixo seguindo os mesmos critérios gráficos. Esse procedimento é adotado por muitas das galerias mais tradicionais do mercado.

A7MA (2012-atual) – criada pelos artistas Enivo Jerry Batista, Tchê Ruggi, Cristiano Kana e Alexandre Enokawa. A inspiração de seu nome, athima (alma em hindu), vem da ideia da união do indivíduo ao coletivo. Ela é a representação da união de duas casas artísticas: a Fullhouse, uma empresa que se tornou referência em impressão serigráfica, e o ‘Coletivo 132’, que surgiu em 2009, para servir de moradia a artistas e como espaço de produção e exposição de arte contemporânea.



Figura 16 Marca da Blaus Projects, versão horizontal

Fonte Acervo da autora, 2016



Figura 17 Marca da Galeria A7MA

Fonte Acervo da autora, 2016

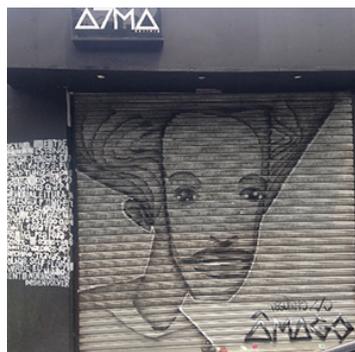


Figura 18 Aplicação da Marca A7MA na fachada da Galeria

Fonte Acervo da autora, 2016

A7MA é um espaço de arte e cultura, representa manifestações que nasceram nas ruas e permanecem ganhando visibilidade e reconhecimento no mercado. Ela está localizada em frente ao Beco do Batman, na Vila Madalena, um reduto da *street art*.

A marca A7MA (Figura 17) construída pela composição de triângulos equiláteros, um dos símbolos geométricos mais simples e fundamentais, simboliza a harmonia. O triângulo foi usado como base para construção do logotipo, por similaridade representam a letra “A”, desconstruído cria o número “7”, ou se somam e se descontroem na concepção da letra “M”. Os triângulos alinhados geram uma forma final compacta, uma forma que produz forte impressão. O “7” desrespeita o alinhamento ótico na parte superior, chamando a atenção. O peso dado às linhas dos contornos, a repetição de elementos, assim como a pichação, distingue o território e a sua vocação (Figura 18).

Considerações finais

Verificamos que as marcas das galerias de arte têm a potencialidade de expressar e indicar o perfil e o diferencial dessas empresas. Os logotipos, pela escolha da tipografia ou pela personalização dos caracteres, diferenciam ou aproximam seus propósitos. Algumas recorrem a símbolos ou elementos pictóricos para essa distinção.

Das galerias selecionadas, a Milan, a Raquel Arnaud e a Fortes Vilaça são as tradicionais, suas marcas comunicam sua essência, em tipografias símbolos do design moderno. Trazem a função da empresa e o nome do proprietário agregados. As duas primeiras destacam o nome de seus proprietários pela diferença de peso entre esses, ícones deste tipo de negócio, e a função do lugar. A Fortes Villaça aposta no uso de uma tarja, que a destaca, e a acompanha na construção de sua identidade, inovando frente à da sua categoria.

Os logotipos a seguir, o da Blaus Projects e o da Central, usam o mesmo recurso gráfico, que distingue com diferentes pesos o nome do espaço e sua função. Ambas em tipografia geométrica, monolinear, originadas no movimento modernista, se aproximam das galerias tradicionais, por esse uso. O nome destes lugares é que indicam o diferencial com as anteriores. Uma variação adotada pelo símbolo da Central, o torna mais flexível, atualizando sua linguagem. O logotipo da primeira fortalece a ideia de empreendimento, que não necessariamente se reduz a questão de expor obras de arte. Quanto ao nome, o da segunda, não identifica os proprietários, mas a designa como sendo a principal, primordial. Atualmente composta só por um símbolo cambiante ressalta o novo programa do espaço.

As galerias Choque Cultura, A7ma e a Tato carregam o espírito do grafite, da arte urbana, em suas marcas, acentuando o propósito desses espaços. As alterações dos logotipos da Choque Cultura mostram seu processo de envolvimento no mercado, que vai se tornando mais elaborado, sem perder a sua vocação.

O desenho da tipografia e a composição da palavra Nuvem, a tornaram um caso singular dentre os estudados. Ela retrata o universo lúdico de seu proprietário e de seu público jovem.

A Casa da Xiclet se apresenta com uma apropriação satírica, que traduz sua oposição ao mercado tradicional da arte.

O nome, o desenho da tipografia do logotipo e demais elementos gráficos, transmitiram os conceitos particulares das marcas analisadas, expressando o propósito das galerias pesquisadas.

Referências

- BRINGHURST, Robert. **Elementos do Estilo Tipográfico**. São Paulo Editora: Cosac Naify, 2005.
- COSTA, Joan. **A imagem da marca: um fenômeno social**. São Paulo: Rosary, 2011.
- FIORANTE, Celso. **Galeria Millan fecha e questiona mercado**. São Paulo, 28 Mar. 1997. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq280307.htm>>. Acesso em 4 set. 2016.
- GALERISTA DE GRANDES ARTISTAS. **André Millan**. Disponível em: <<http://brasileiros.com.br/2010/05/galerista-de-grandes-artistas/>> Acesso em 4 set. 2016.
- LOPES, Jonas. **Galeria de arte de Raquel Arnaud será transferida para a Vila Madalena**. 2011. Disponível em <<http://vejasp.abril.com.br/materia/raquel-arnaud-reinaugura-galeria-de-arte>> acessado em 10 ago. 2016.
- LUCAS, Renata. Anos 70 - o mercado de arte. In: GUIMARÃES, Andrea Camargo (*et al*). **Cronologia de Artes Plásticas: referências 1975-1995**. São Paulo: Centro Cultural São Paulo-IDART, 2010, p. 8-9.
- ROCHA, Cláudio. **Projeto Tipográfico: análise de fonte digitais**. Editora: Rosari Ano: 2012
- SPIEKERMANN, Erik. **A Linguagem Invisível da Tipografia: como escolher, combinar e expressar tipos**. São Paulo: Blucher, 2011
- WHEELER, Alina. **Design de Identidade de Marca**. São Paulo: Bookman, 2012.
- WILLEN, Bruce, STRASL, Nolen. **Lettering & Type – creating letters & desingning typefaces**. New York: Princeton Princeton Architectural Press, 2009.

Recebido: 30 de Agosto de 2016

Aprovado: 19 de Setembro de 2016

Luciano Cardinali*

A tipografia Armorial: a concepção de uma identidade visual sertaneja

* **Luciano Cardinali** Mestre em Design e Arquitetura pela Faculdade de Arquitetura da Universidade de São Paulo e graduado em Artes Plásticas pela Fundação Armando Álvares Penteado. Diretor da Consolo & Cardinali Design e Assessoria de Imagem com atuação nas áreas de design tipográfico, comunicação visual, design de informação, design gráfico editorial e identidade corporativa. Professor na Escola Superior de Propaganda e Marketing. Foi um dos idealizadores da Bienal Tipos Latinos, onde atuou como jurado e coordenador regional São Paulo. Atualmente é conselheiro da coordenação.
<luciano@consoloecardinali.com.br>

Resumo O artigo observa o trabalho do dramaturgo, romancista e poeta paraibano Ariano Suassuna que, em outubro de 1970, protagonizou as bases do Movimento Armorial: uma iniciativa que buscou construir o repertório de uma arte erudita baseado em referências da cultura regional e popular. Especificamente, analisa a tipografia armorial ou alfabeto sertanejo encontrada nos títulos das iluminogravuras de Suassuna, em conjunto com o Movimento Armorial na atuação como perpetuador de uma memória coletiva, visual e regional, pleiteando apresentar uma identidade popular, nordestina, brasileira. Como resultado, foi desenvolvido um projeto tipográfico que incorpora características formais desse alfabeto aplicadas em uma estrutura tipográfica clássica, estabelecendo a proposição fundamental do Movimento Armorial de unir o popular ao erudito.

Palavras chave Tipografia, Tipografia Armorial, Tipografia Vernacular, Iluminogravura, Ariano Suassuna.

The Armorial Typography: designing a sertanejo visual identity

Abstract This article examines the work of Ariano Suassuna, a Brazilian playwright, novelist and poet born in the state of Paraíba. In October 1970, he led the Armorial Movement: an artistic movement that sought to build a repertoire of a classical art based on references of regional and popular culture. This work analyzes the sertanejo (backland) typography found in the woodcuts designed by Suassuna for the group, sort of medieval illumination of manuscripts. The Armorial Movement has a relevant role in perpetuating a regional collective memory, seeking to present a popular identity typical from the Brazilian Northeastern. As a result, a typographic design has been created incorporating formal features of that alphabet, applied in a classic typographic structure, thus establishing the fundamental proposition of the Armorial Movement as responsible for the union of popular and classical.

Keywords Typography, Armorial Typography, Vernacular Typography, Iluminogravura, Ariano Suassuna.

Introdução

As iluminogravuras são obras de caráter sintético compostas de textos e imagens, com forte alusão às iluminuras medievais — observando sua relação formal com os ferros de marcar gado e influências estéticas da heráldica medieval europeia. É possível entender que tais características sobreviveriam de alguma forma, independentes de qualquer *formalização* estética, mas cabe refletir se esse imaginário, coletivo e regional, tão arraigado na tradição e, até então quase isolado na dita cultura civilizada, não sofreria interferências da cultura midiática global com alterações irrecuperáveis.

A tipografia armorial, é uma transposição quase que direta das marcas monográficas usadas nos ferros de marcar gado. Cada proprietário possui sua maneira de arranjar letras e outros sinais, que são alterados ou complementados de geração em geração, em que a particularidade de um filho se soma à do pai, de uma maneira semelhante como a brasonagem heráldica medieval procedia.

Outros aspectos podem ser abordados em relação ao Movimento Armorial para respaldar ou auxiliar a compreensão do questionamento proposto: reflexões sobre o caráter popular em oposição ao erudito; a influência da transmissão oral da cultura e costumes locais e a absorção do imaginário do bestário popular local e dos brasões medievais introduzidos pela corte real portuguesa e outros dominadores europeus.

Ainda sobre o próprio movimento, existem algumas questões estéticas que se relacionam de maneira muito particular: ao mesmo tempo em que se alinha ao pensamento do modernismo brasileiro que defendia uma consciência criadora nacional, rejeita fortemente o academicismo e resgata algumas tradições medievais. Um dos intelectuais que ajudou a formatar as bases do Movimento Armorial foi o sociólogo Gilberto Freyre, admirador da obra de William Morris e John Ruskin que defendiam o afastamento da produção cultural dos processos industriais.

O Movimento Armorial

Compreender o caráter cultural brasileiro ou tentar defini-lo com clareza não é uma tarefa fácil, ou até possível. Em um país com território de dimensões continentais, uma história de pouco mais de meio século e lapidado gradualmente por diversas culturas, a multiplicidade de aspectos que alimentam e demarcam uma sociedade necessitam de outras formas de compreensão. O próprio fator geográfico foi determinante para certos desníveis culturais importantes: no nordeste, em particular, as vilas e cidades de regiões agreste adentro, e por conta da seca caatinga, foram apartadas da região litorânea mais próxima do contato com as culturas exteriores, contribuindo para a formação de um perfil sociocultural completamente distinto, incluindo a própria linguagem oral. Como destaca o sociólogo Frederico Pernambuco de Mello:

Foi lá que a decadência precoce da colonização iniciada na segunda metade do séc. XVII, interrompendo o fluxo de penetração social menos de cem anos após seu início, veio a decretar o isolamento das populações já assentadas, empobrecidas a ponto de não se animarem a voltar para o litoral, (...) Isolamento e incomunicabilidade respondendo pela característica mais marcante do universo cultural sertanejo: o arcaísmo (MELLO, 2004, p. 20).

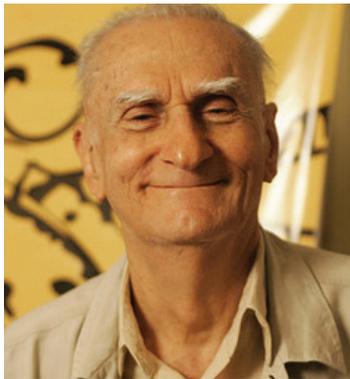


Figura 1 Ariano Suassuna (1927– 2014)

Fonte Disponível em: <<http://natelinha.uol.com.br/noticias/2014/07/31/a-grande-familia-tera-episodio-em-homenagem-a-ariano-suassuna-77831.php>> Acesso em 20 Jul. 2015.

1 A Grupo formado em 1954 por Aloísio Magalhães, Gastão de Holanda, José Laurênio de Melo e Orlando da Costa Ferreira, tinham como objetivo editar publicações impressas, especialmente poesias e textos literários, com um refinamento gráfico que estava sendo diluído na indústria gráfica da época. Dedicavam-se a tiragens pequenas e de qualidade artesanal, com preocupação especial à tipografia e diagramação arejada. Perdurou por 7 anos (GASPAR, 2016)

Esse isolamento cultural produziu uma pluralidade que se manifesta mais evidentemente nas culturas de massa, mais rudes e incultas, e em outra erudita. É nesse cenário que atuou o escritor e dramaturgo Ariano Suassuna (1927– 2014) (Figura 1) que idealizou o Movimento Armorial em 18 de outubro de 1970, data do lançamento oficial. Ainda nos anos 1950, recém-formado no curso de Direito e colaborando com o grupo de designers e intelectuais do Gráfico Amador, Ariano já formava as bases estéticas do armorial: as condições estremadas do nordeste criavam um medievalismo social e cultural, gerando homens de atitudes ásperas calcadas na honra, meios de subsistência primários, uma fé obstinada, festas populares em profusão, as bandeiras e estandartes das procissões e cavalcadas, um universo imaginário cheio de simbolismos e alegorias (BARROS, 2006). Como observa o escritor: “o inegável arcaísmo do Nordeste, a conservação de suas condições materiais e espirituais quase da Idade Média. Além, é claro, de sua organização social essencialmente feudal” (MARTINS, 2016).

O movimento iniciou ainda no âmbito acadêmico apoiado pelo Departamento de Extensão Cultural da Pró-Reitoria para Assuntos Comunitários da Universidade Federal de Pernambuco e, posteriormente, pela Prefeitura de Recife e pela Secretaria de Educação do Estado de Pernambuco. Colocado dessa forma, o movimento parece ter sido um ato individual de um artista, que determina e impõe um novo olhar. Mas antes de seguir a teorias previamente estabelecidas, o Armorial se constituiu numa direção estética e inspiração afetiva já compartilhada por vários artistas da região. Entretanto, muitas manifestações artísticas de diversas áreas passaram pelo crivo do escritor e mentor do movimento. O princípio que fundamentou o movimento foi a valorização da cultura popular nordestina por meio da criação de “uma Arte brasileira erudita a partir das raízes populares da nossa Cultura” (SUASSUNA, 1974, p. 9). Se por um lado, se alinha com o movimento modernista brasileiro que defendia uma “consciência criadora nacional”, também rejeita as regras do academicismo e defende o afastamento da produção cultural dos processos industriais. Esse ideal se forma em meio a uma crescente industrialização dos meios de comunicação, da maciça influência política da cultura norte-americana, da repressão político cultural da ditadura e, somando-se a tudo isso, o tropicalismo e a bossa nova na música e o concretismo na literatura e nas artes plásticas. Segundo Suassuna (*apud* CAMPOS, 2016), um dos objetivos do movimento era dar uma resposta a uma descaracterização e vulgarização da cultura brasileira por conta de alguns fatores citados acima. Um amplo leque de atividades culturais e artísticas esteve envolvido, agregando artistas como Francisco Brennand, Miguel dos Santos, Marcus Accioly, Gilvan Samico e

Antônio Nóbrega. Pintura, escultura, gravura, cordel, cerâmica, tapeçaria, cinema, dança e design gráfico e tipografia tiveram participação ativa, mas foi sobretudo na música e na literatura que o movimento se manifestou com maior contundência, nitidamente por seu potencial comunicativo de massa. Na música, com o Quinteto Armorial e a Orquestra Romançal Brasileira. Na literatura, a produção de Ariano Suassuna na poesia e dramaturgia com desdobramentos no cinema, teatro e séries para TV. Na tipografia, além do design tipográfico desenvolvido pelo escritor e suas variantes posteriores, destaca-se a font house brasileira Tipos do ACASO, formada em 1999 por um pequeno grupo de designers e pesquisadores capitaneados por Leonardo da Costa, o Buggy, que incorporam elementos do Movimento Armorial e do Manguebeat ao design de tipos digitais.

A Heráldica Armorial

O principal arcabouço estético, que deu forma à produção artística Armorial, foram referências à cultura medieval ibérica e sua noção de heráldica. As alusões a essa cultura medieval relevam-se desde uma aproximação ao universo fantástico do bestiário, na semelhança, ainda que sejam universais, das práticas de perpetuação de histórias por cancioneiros, nas misturas sonoras de instrumentos tradicionais com outros rústicos de criação local, as cavalhadas e pela riqueza dos detalhes da indumentária sertaneja.

No sentido tradicional, a heráldica é a arte ou ciência que estuda e determina os brasões, insígnias ou distintivos de uma pessoa ou família nobre. É um código de determinada estrutura social, baseado em um sistema de sinais, que data do século XII. Este sistema de símbolos servia para organizar, hierarquizar e identificar a aristocracia feudal. Uma heráldica muito similar ocorreu também no Japão feudal. A heráldica possui uma gramática própria e é representada essencialmente pelos brasões. O sistema é basicamente constituído por figuras e cores brilhantes (esmaltes) dispostas sobre uma área determinada —os escudos—, sob rígidas regras e configurações, e podem representar desde monarquias até um único cavaleiro. Além do significado explícito das figuras (leão, cavalo, tigre, castelo cruz, etc.), as cores também recebiam conotações simbólicas como sabedoria, grandeza, ousadia, lealdade, etc. Os brasões tinham uma função identificadora de uma família ou dinastia e de registro do status dentro da sociedade, podendo comportar uma menção de honra ou desonra. O escudo, um dos principais signos do sistema, era dividido em campos determinados nos quais se apoiavam as codificações de cores e figuras, e cujas combinações possibilitavam inúmeras variantes. Um dos aspectos mais relevantes dessa gramática é o sistema de quartelamento ou quarteado, em que duas famílias, com brasões distintos, se uniam e formavam um terceiro brasão que preservava as características de ambos. Os descendentes dessa união incorporavam um brasão híbrido, que era transmitido aos seus descendentes e assim por diante. Prática semelhante será observada mais adiante nas marcas de proprietários e fazendeiros nordestinos com o uso dos ferros de marcar (CONSOLO, 2012).

Seguindo essa definição do termo e o propósito original dessa prática —armorial—, pode parecer contraditório aos ideais mais regionalistas calcados na construção de uma arte genuinamente popular. Mas Suassuna se apropria desse termo no sentido de nomear e ressaltar os símbolos dessa cultura, sem o caráter hierarquista e elitista. A aproximação aos conceitos heráldicos são puramente estéticos (Figuras 2, 3 e 4), como ele deixa claro nos depoimentos em que relata como a associação aos termos “heráldica” e “armorial” surgiram. Suassuna altera o sentido substantivo da palavra “armorial” —relativo à armaria dos brasões ou livro onde vêm registrados os brasões— e passa a usá-la como adjetivo:

[o termo Armorial] é ligado aos esmaltes da Heráldica, limpos, nítidos, pintados sobre metal ou, por outro lado, esculpidos em pedra, com animais fabulosos, cercados por folhagens, sóis, luas, estrelas. Foi aí que, meio sério, meio brincando, comecei a dizer que tal poema ou estandarte de Cavalhada era “armorial”, isto é, brilhava em esmaltes puros, festivos, nítidos, metálicos e coloridos, como uma bandeira, um brasão ou um toque de clarim. Lembrei-me, aí, também, das pedras armoriais dos portões e frontadas do barroco brasileiro, e passei a estender o nome à escultura com a qual sonhava para o nordeste. Descobri que o nome “armorial” servia, ainda, para qualificar os “cantares” do romanceiro, os toques de viola e rabeça dos Cantadores — toques ásperos, arcaicos, acerados como gumes de faca-de-ponta, lembrando o clavicórdio e a viola-de-arco da nossa Música barroca do século XVIII (SUASSUNA, 1974, p. 9).



Figura 2 Estandarte do movimento armorial: referências às festas populares e heráldica medieval.

Fonte Disponível em <<http://material001.blogspot.com.br/2007/07/ariano-o-criador-do-movimento-armorial.html>>. Acesso em 20 Jul. 2015.



Figura 3 Estandarte que antecede a Festa do Divino

Fonte Acervo do autor, 2016.



Figura 4 Estandarte do Maracatu Leão Africano.

Fonte Acervo do autor, 2016.

A Heráldica Armorial: O sistema heráldico das marcas de ferrar gado

Marcar o gado, como forma de identificar a propriedade de um animal, é ancestral e remonta aos egípcios, cerca de 4.000 aC. Registros da marcação a ferro e fogo são encontrados em inscrições e pinturas no Egito e na Grécia. No Brasil, o procedimento de identificar a propriedade de reses existe desde que a pecuária aqui se instalou de forma mais estável. Em algumas pinturas do pintor-documentarista Jean Baptiste Debret, onde animais são retratados em cenas cotidianas, notam-se, gravadas nas ancas desses animais marcas ou sinais típicos de propriedade, indicando que essa rotina pode ter sido herdada dos colonizadores portugueses e pelos espanhóis mais ao sul. A prática de marcar se enraizou na cultura brasileira de tal forma que até mesmo tribos indígenas absorveram este hábito. O antropólogo italiano Guido Boggiani e, posteriormente, o etnólogo Darcy Ribeiro, estudaram a tribo nômade dos Kadiwéus, remanescentes da nação Guaicuru que habitavam a região entre o sul de Mato Grosso e o Paraguai, e que tiveram contato com os animais trazidos pelos colonizadores espanhóis. Neles, foram reconhecidas habilidades expressivas, como elaborados grafismos utilizados no artesanato e na pintura corporal. O estudo ainda inclui o registro de elaboradas marcas de gado feitas em ferro (Figura 5), com características formais semelhantes às do nordeste. As marcas são compostas por uma variação de elementos que se repetem e se combinam, gerando uma abundante gama de símbolos. Alguns são pictográficos, remetendo a figuras humanas com braços, pernas e coração, outros são mais abstratos ou lembram as ligaduras dos ferros nordestinos. Muitos sinais são idênticos: o ‘quadro’, parte do ‘i fechado’, ‘i aberto’, a ‘flor’, a ‘lua’, a ‘cruz’ (Figura 6). Apesar de pouco provável, não se pode descartar a possibilidade de um contato entre as duas regiões proporcionado pelo comércio de animais (MAIA, 2004).

O instrumento de ferro usado para marcar o gado são chamados tanto de ferro como marca. As peças eram feitas de ferro batido e ligadas por rebites, hoje em dia são feitas com barras de ferro soldadas (Figura 7). O ato de marcar, a ferra, ocorre geralmente nos meses mais frios o que ajuda na recuperação da ferida no animal e previne infecções. Normalmente é feita nos currais, mas em casos de animais criados soltos, a ferra reúne proprietários de duas ou mais fazendas, e ali discutem a posse de cada animal.

A criação de uma marca pode ou não estar relacionada às iniciais do nome do proprietário, mas devem obedecer às leis não-escritas dos Ferros de Gado, nas palavras de Virgílio Maia. Suassuna afirma que alguns desenhos estão relacionados à Astrologia, ao Zodíaco e à Alquimia e seus significados práticos se perdem nas gerações. Maia ainda levanta a aparência dos ferros com os sinais da escrita rúnica (MAIA, 2004).

A hereditariedade nas marcas dos ferros

A característica mais marcante desse sistema é o caráter hereditário das marcas. O filho de um proprietário, ao iniciar sua própria criação,

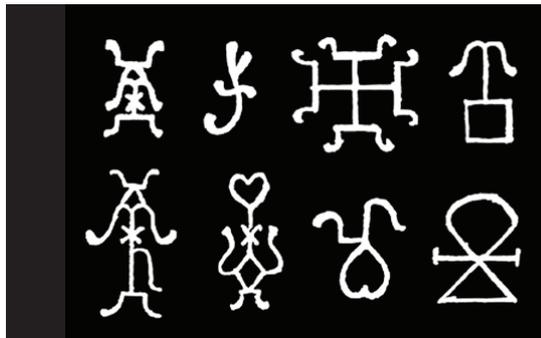


Figura 5 Marcas de Ferro dos índios Kadiwéus.

Fonte Disponível em: <<https://tipodafonte.wordpress.com/2013/10/27/estetica-armorial/>> Acesso em 10 Ago. 2012.



Figura 7 Marcas de Ferro dos índios Kadiwéus.

Fonte Disponível em: <<https://tipodafonte.wordpress.com/2013/10/27/estetica-armorial/>> Acesso em 10 Ago. 2012.

Figura 6 Sinais que compõem as marcas para ferrar gado.

Fonte MAIA, 2004, p. 36 (adaptado).



parte da marca do pai e nela acrescenta ou subtrai algum um sinal que a diferencie e se identifique com ele. Sendo a marca inicial um signo relativamente simples, os sinais agregados são acrescentados nas extremidades, sempre ligados ao sinal principal. Obviamente, existe um limite para esse procedimento, mas algumas marcas chegam a conter dezenas de gerações, guardando sempre “uma certa semelhança, algo em comum e que não se modifica, por mais que sejam as diferenças adotadas” (MAIA, 2004, p.37). O que se realiza na prática é o sinal básico ou letra inicial do nome permanecer como âncora da marca e ser complementada por sinais tradicionais. Essa base ou âncora é chamada de “caixão” ou “mesa da marca”.

Não por acaso, esta heráldica popular possui uma gramática e nomenclatura própria. É composta de vinte e um sinais básicos de estrutura muito elementar e cada sinal é nomeado referindo-se subjetivamente ao seu aspecto. Estes sinais podem se associar e compor a parte principal da marca ou serem agregadas à uma ou mais letras iniciais do nome do proprietário (Figura 6).

Um exemplo da amplitude de possibilidades que essas marcas possuem, tomamos como exemplo as marcas da família Maia, também conhecida como Fidélis. O patriarca era Manuel Fidélis da Costa, proprietário de gado no município de Limoeiro do Norte, Ceará, em meados do séc. XIX. Seus descendentes, os homens, estão representados aqui com suas marcas derivadas da “mesa” do patriarca, pois “essa história de sucessão nas marcas de ferrar gado se dava, e dá, sempre por varonia” (MAIA, 2004, 41). A marca original, consistia em um número cinco invertido, que foi corrigido com ferros auxiliares (giz) até formar um 'S'. A essa “mesa” foram sendo acrescentados os sinais que representavam seus filhos e netos (Figura 8).

Iluminogravuras

As Iluminogravuras criadas por Ariano Suassuna possuem uma forte relação estética com as iluminuras medievais europeias. A tradição religiosa das iluminuras pode ter alguma importância pessoal para o autor, mas foram os aspectos ilustrativos e sintéticos dessas obras que se adequaram aos seus propósitos artísticos e poéticos.

Iluminuras medievais

Originalmente, as iluminuras referem-se exclusivamente à aplicação de cor (geralmente vermelha) a uma página de texto manuscrito (em preto) para ressaltar ou adornar uma parte do texto, especialmente a primeira letra do parágrafo inicial, chamada de letra capitular. Mas também eram apresentadas como ilustrações completas, desatreladas de uma letra ou texto. Em pouco tempo, as pinturas ganharam colorações mais distintas, vibrantes e com algum brilho, chegando à aplicação de ouro ou prata, em forma de pó ou finíssimas lâminas, que “iluminavam” a página. A técnica atingiu seu ponto mais alto em elaboração e riqueza gráfica durante a Idade Média na Europa do séc.V ao período da Renascença. Já praticada

Figura 8 Transformação da marca da família Maia que agregou, por gerações, diferentes sinais ao “S”.

Fonte MAIA, 2004, p. 40-44 (adaptado).

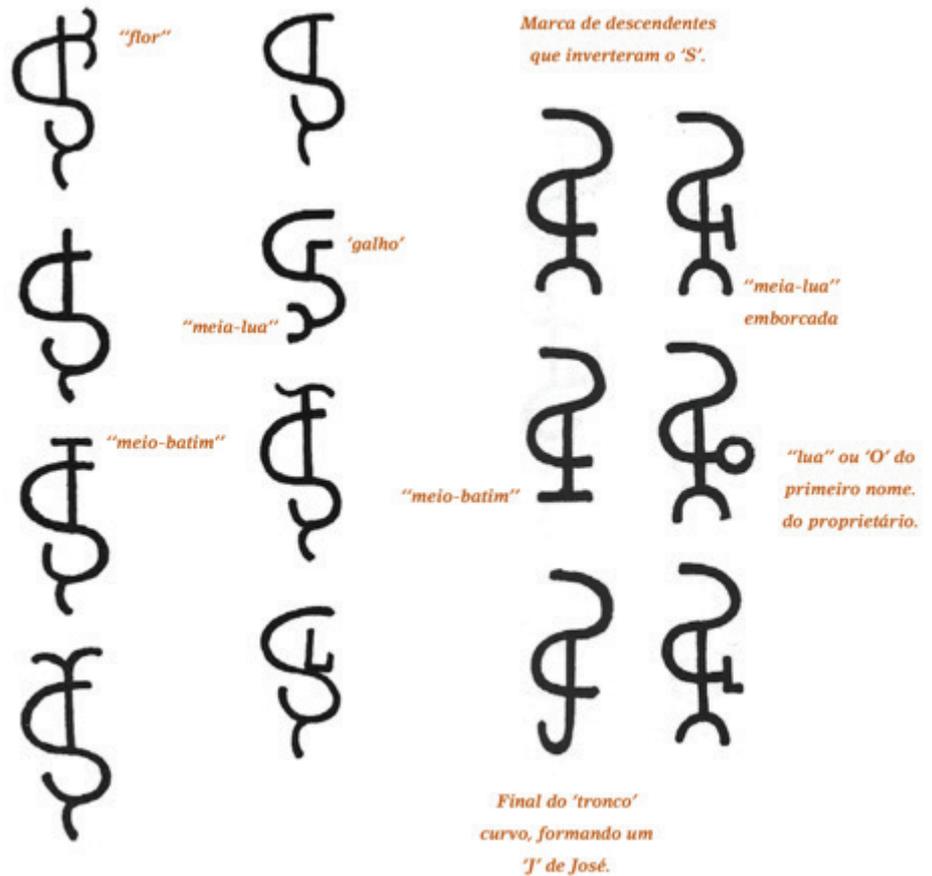


Figura 9 Iluminura de Hormuz amarrado a uma coluna, sendo espancado, ilustração em página do manuscrito Sháh-námeh (Livro dos Reis).

Fonte Disponível em: <<http://www.britannica.com/topic/Shah-nameh/images-videos/Hormuz-tied-to-a-column-and-beaten-illustration-from-a/147746>>. Acesso em 10 Ago. 2012.

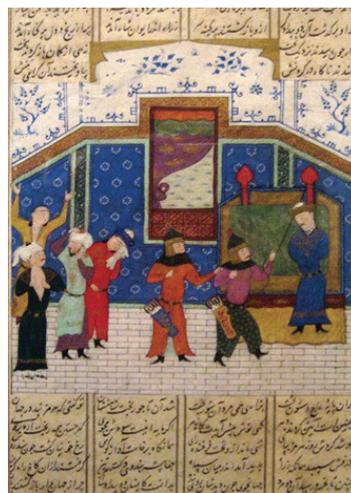


Figura 10 Iluminura do Missal de Matthias Corvinus.

Fonte Disponível em: <http://belgica.kbr.be/fr/coll/ms/ms9008_fr.html> Acesso em 20 Jul. 2015.



em manuscritos árabes (Figura 9), desenvolveu-se no ocidente após os livros abandonarem o papiro como substrato, dispostos em rolos, e passaram ao formato de códex, páginas retangulares agrupadas sucessivamente e costuradas em um dos lados, elaborados com finas camadas de peles de animais novos (carneiro ou veado). Isso possibilitava mais qualidade e precisão à pintura, além de maior durabilidade ao livro. A passagem da narrativa contínua para uma série sequencial de imagens individuais, alterou significativamente não só a facilidade de manuseio e transporte do livro, como também a disposição e conteúdo destas imagens (GARDNER, 1959). Nos rolos as imagens possuem um fluxo horizontal muito acentuado; já nos códices, as imagens assumem uma configuração mais compacta e espacialmente organizada.

Parte do laborioso processo de produção de um livro, executado nos scriptorium, complementava o trabalho dos calígrafos copistas e encadernadores, encarregados de copiar fielmente outros livros. Logo, essas pinturas decorativas tornaram-se tão importantes quanto os textos que ilustravam, adquirindo uma função didática importantíssima em um mundo iletrado e bárbaro, muito útil para propósitos religiosos. Em muitos casos, as iluminuras introduzem o leitor ao texto ou dão a noção de seu conteúdo para aqueles (muitos) inaptos à leitura. As funções decorativas e didáticas das iluminuras se alternam ou se sobrepõem nas composições. Quando a pintura domina a página, a ilustração é geralmente rodeada por uma moldura adornada por motivos florais, animais ou objetos (Figura 10).

No caso das capitulares, a letra inicial do título ou texto é ampliada e é envolvida a outras figuras, tornando a letra quase ilegível. Entretanto, de modo geral, existe uma integração entre as imagens e o texto. A articulação das figuras com o fundo é desprovido de profundidade, a exemplo da concepção espacial das pinturas da época, conseqüentemente as cores e o contraste tonal são elementos importantes para o equilíbrio do conjunto. As cenas complementam o conteúdo do texto mas a temática explora o mundo divino, imaterial, retirando o leitor de sua condição terrena e elevando-o a um nível mais espiritual.

As Iluminogravuras e a valorização do Mito

No campo das artes visuais e da literatura as Iluminogravuras criadas por Ariano Suassuna, dez anos após o início do movimento, representam plenamente a poética armorial. Desde que iniciou o projeto armorial, Suassuna sempre se interessou pela busca da criação de uma arte integral, capaz de incorporar pintura, gravura, poesia, design, tapeçaria ou música, teatro, dança, etc.

Trata-se de gravuras em papel, medindo 44 x 66 cm, produzidas por técnica mista e semi artesanal que reúnem ilustrações realizadas pelo próprio escritor e poemas em uma única composição com assumidas referências estéticas à heráldica e às iluminuras medievais européias (Figura 11). A execução das gravuras é cautelosa em relação à manufatura das etapas de reprodução em série. Primeiramente, uma matriz do trabalho com

os textos e a base das ilustrações são pintadas com tinta nanquim. Esta matriz é reproduzida pelo sistema de impressão offset e posteriormente recebe a aplicação manual de pintura colorida em aquarela, guache ou óleo sobre as cópias impressas. Esse processo aponta a intenção de minimizar o impacto que a mecanização da reprodução em série exerce sobre o trabalho final. O controle da expressividade, ou o descontrole do fazer artístico respeitando o imprevisível, são relativamente mantidos dessa maneira ao mesmo tempo que viabiliza a produção das gravuras em pequena escala, de 50 a 150 cópias. As gravuras são agrupadas em álbuns com 10 lâminas soltas e acondicionadas numa caixa de madeira (VALLE, 2008). Não por acaso a gravura foi escolhida como meio de expressão, pois está historicamente relacionada com a popularização da arte tornando-a mais barata e, supostamente, menos elitista.

Em uma análise primária geral, os títulos são escritos manualmente utilizando o Alfabete Sertanejo desenvolvido por Suassuna, observando uma relação formal com os ferros de marcar. O corpo do texto é caligrafado com uma escrita cursiva bastante informal e pessoal do autor, visivelmente



Figura 11 Iluminogruara: A Morte - A Moça Caetana, do primeiro álbum, Sonetos com mote alheio, de Ariano Suassuna, 1980.

Fonte Acervo do Autor, 2016.

mais controlada em seu traçado. Autodenominado um ilustrador amador, as ilustrações de Suassuna que escoltam o poema exploram o espectro imagético do bestiário popular e figuras com desenhos similares aos encontrados nas xilogravuras e literatura de cordel e na pintura rupestre, igualmente fonte para o trabalho do artista plástico Gilvan Samico. Esse mundo imaginário e fantástico, originário do romanceiro popular, é enriquecido com uma forte aproximação ao bestiário medieval permeado de animais híbridos, quimeras, dragões, grifos, serpentes de duas cabeças, além de anjos, demônios e outras figuras retiradas da pintura rupestre encontradas no nordeste. Os planos cromáticos são sempre chapados e descartam o volume das formas ou a profundidade, evidenciando o caráter simbólico dos elementos. A exemplo das iluminuras medievais, a composição segue uma disposição essencialmente simétrica, contrapondo figuras mais importantes, título, poema e figuras secundárias numa malha gráfica relativamente rígida mas utilizada com sensibilidade.

Em uma sociedade basicamente rural, aferrada a religiosidade e afastada do acesso a informação e cultura mais atuais, o nordeste de até a metade do séc.XX foi um campo fértil para a criação de um imaginário popular repleto de fantasias, bestas e feitos sobrenaturais. Do séc.VI ao séc.XIV, com as sucessivas descobertas ou conhecimento da existência de novas terras, estimularam a imaginação daqueles que vislumbravam as maravilhas extraordinárias de como esses seres “além-mundo” poderiam ser (Figura 12).

Para o músico Antônio Carlos Nóbrega, que integrou o grupo musical Quinteto Armorial, a arte da segunda metade do século XX teve uma vertente conceitual muito forte. Ele discorre sobre a natureza mitológica presente no movimento e em entrevista, explica que “os movimentos literários de meados do século, o teatro do absurdo, em certa medida até o



Figura 12 Dragões, assim como outros animais imaginários, povoam o bestiário medieval e Armorial. Fragmento de página do Codex Palatinus latinus, coleânea de textos enciclopédicos. Roma, 1066.

Fonte PASTOUREAU, Michael. Bestiaries du Moyen Age. Paris: Seuil, 2011, p. 205.

teatro de Brecht, todos eles têm um componente intelectual muito forte. O universo do mito foi alijado”. Ainda: “E nesse sentido, quando o Armorial fala em reinterpretar a cultura, está procurando recolocar o mito na vivência da arte” (NÓBREGA, 2012). Isso fica claro quando observamos o romanceiro popular sertanejo ou seja, a literatura de cordel que aborda temas corriqueiros elevados á histórias fantásticas, personagens de destaque transformados em heróis que embatem com seres míticos e mágicos. Por isso, o Movimento Armorial é um contraponto à estética realista ou racionalista de outros movimentos artísticos contemporâneos a ele.

A Tipografia Armorial

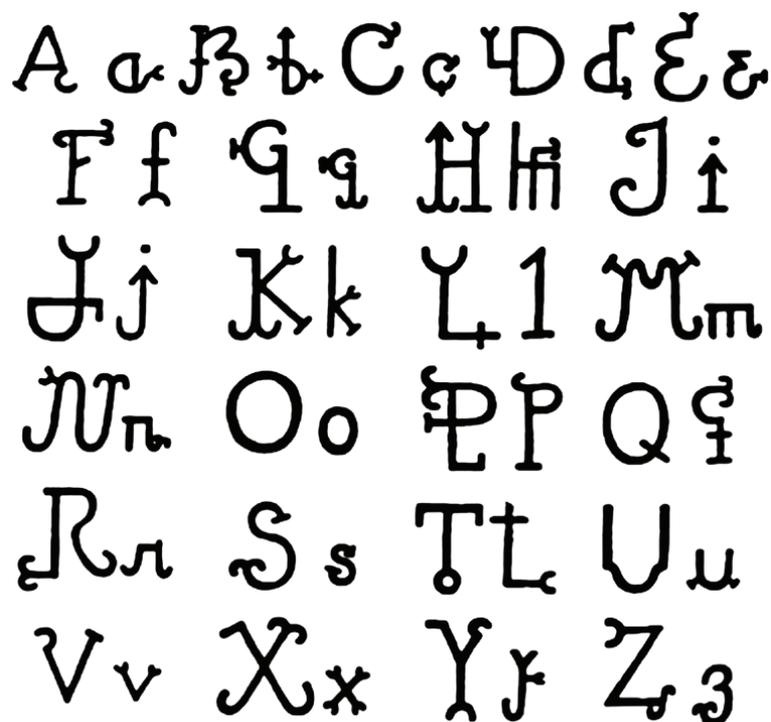
Comumente, usa-se o termo tipografia de uma maneira genérica, referindo-se tanto a impressão com tipos móveis, à composição com tipos, ao design gráfico com tipos e ao design de tipos. Quando nos deparamos com letras desenhadas, manualmente ou por processos mecânicos ou digitais, e que não fazem parte de um conjunto sistematizado com caracteres regulares e repetíveis (uma tipografia ou fonte), nomeamos esse exemplar como letreiramento ou, dependendo do caso, caligrafia (FARIAS, 2004). O design criado por Suassuna, chamado por ele mesmo de Alfabeto Sertanejo, foi posteriormente processado digitalmente e formatado como uma fonte digital. Neste texto, este alfabeto é designado como desenho de letras ou design de letras.

Foi a partir de uma coleção de desenhos de marcas, em reses adquiridas por seu antepassado materno e fazendeiro paraibano Paulino Villar dos Santos Barbosa, no século XIX, que Suassuna criou o alfabeto sertanejo (Figura 13), ou o que mais tarde se transformaria de Tipografia Armorial. Inicialmente, apenas as letras maiúsculas foram projetadas. Este relato está registrado no livro *Ferros do Cariri Uma Heráldica Sertaneja*, 1974, uma publicação quase artesanal, de tiragem limitada e, portanto, raríssima, em que ferros de marcar são usados de fato na impressão sobre o papel (MAIA, 2001; VALLE, 2008). Posteriormente, o alfabeto foi complementado com as minúsculas.

As letras foram configuradas com base nessas anotações, observando a predominância de linhas geométricas, algo que os ferros de marcar exigem como facilitador na sua fabricação, e principalmente os sinais agregados à estrutura principal do caractere, uma qualidade essencial da heráldica sertaneja. A princípio, o design dessas letras foi criado para ser usado nas Iluminogravuras como parte do texto, grafadas á mão, especificamente nos títulos dos poemas. As letras ganham atributos poéticos e criam uma conexão visual integrada com as ilustrações que acompanham os sonetos. Observando os exemplares das gravuras apresentados anteriormente, compreende-se que este alfabeto projetado é um guia de como cada letra deve ser construída, obedecendo a uma sintaxe estrutural definida, ou seja, que configuração a letra tem, quais sinais agregados são utilizados e qual posição estes sinais ocupam no corpo principal da letra. Em cada gravura as letras são grafadas manualmente, conseqüentemente, imperfeições são

Figura 13 Alfabeto Sertanejo, desenho de letras utilizado como padrão para os títulos das séries de iluminogravuras de 1980 e 1985.

Fonte Disponível em: <<http://artepopularbrasil.blogspot.com.br/2016/02/ariano-suassuna.html>> Acesso em 20 Jul. 2015.



anotadas em relação ao projeto original. Ora são mais condensadas, ora são mais inclinadas, ou as hastes são mais pesadas ou possuem certa modulação.

Apresentada não como um produto acabado e absoluto, a Tipografia Armorial pode ser compreendida como uma subcategoria informal daquilo que é conhecido como Tipografia Vernacular, gerando versões e interpretações de outros designers. Segundo Priscila Farias, o Alfabeto Sertanejo se enquadra nas Tipografias Vernaculares Rústicas, “inspiradas em tradições populares, fortemente relacionadas com o folclore ou fenômenos culturais típicos de regiões específicas, em sua maioria não urbanas” (FARIAS, 2009, p.195). Tipografias com essas qualidades carregam uma estreita vinculação com os objetos ou artefactos que originalmente as produziram. Todas as imperfeições e resíduos presentes na matéria de origem são transferidos em sua quase totalidade ao desenho das letras, acarretando em alguns casos uma interferência direta na legibilidade. No caso do Alfabeto Sertanejo, os ferros de marcar o gado transmitiram aos tipos a estrutura retilínea e monolinear (espessura uniforme e constante) da face do ferro e as irregularidades no contorno provocadas pela queima incontrolada na superfície do couro, do papel ou da madeira. Todos os caracteres, invariavelmente, possuem ao menos um sinal agregado em alguma extremidade de suas hastes ou curvas, fazendo uma alusão talvez involuntária às serifas dos tipos tradicionais, além da já citada relação com a heráldica sertaneja que associa letras ou outros sinais de descendentes às marcas anteriores. Os sinais mais comuns, agregados à base das letras, são a Flor, a Asa, a Meia-Lua e ou Meia-Balança, a Lua, o Meio-Batim, a Flecha, o Martelo. Aparentemente, esses elementos não possuem nenhuma ligação conotativa com o fonema, mas são adicionados ao tronco da letra ou por razões estéticas ou relacionadas às anotações que foram usadas como referência (Figura 14).



Figura 14 Comparação das letras desenhadas na Iluminogravura com o projeto original: a estrutura básica se mantém.

Fonte Acervo do autor, 2016.



Figura 15 Alfabeto projetado por Virgílio Maia, com estrutura mais regular e detalhes mais sutís.

Fonte MAIA, 2001.

Dentre muitos exemplos das variantes desta tipografia é o design desenvolvido pelo poeta Virgílio Maia (Figura 15) após os estudos que derivaram em seu livro *Álbum de Iniciação à Heráldica das Marcas de Ferrar Gado*. Neste trabalho tipográfico, o autor cria um alfabeto composto de 35 caracteres apenas em maiúsculas, contando com 23 letras (excluídas o K, Y, W.) e as vogais acentuadas, além do C cedilha. Os tipos foram forjados e montados em ferro grosseiramente em uma pequena metalúrgica, o que preservou o caráter rústico inerente ao objeto. Os desenhos das letras foram obtidos pelo processamento gráfico das impressões feitas com os ferros de marcar sobre papel. Neste projeto, Maia cria um design mais reducionista, eliminando remates excessivos (apenas um por caractere, na maioria) e preocupa-se sobretudo com a limpeza e legibilidade das letras. Os diacríticos também são compostos com as vogais de maneira ligada, ou seja, não estão soltos sobre a vogal mas são extensões contínuas dos traços, como nos ferros de marcar.

A fonte digital

A ideia original de Suassuna, não o seu design integral, foi realizada na forma de uma fonte tipográfica digital pelos designers Ricardo Gouveia de Melo e Giovanna Caldas, sob o nome de *Tipografia Armorial*. Os designers conheceram o poeta enquanto trabalhavam para a Secretaria de Cultura de Pernambuco, em meados dos anos 1990, então comandada por Ariano. Nesta versão digital, acompanhada pelo autor, os caracteres experimentam um tratamento mais “tipográfico” e ordenado às letras. Tomando como ponto de partida os desenhos iniciais do escritor, nota-se a preocupação em padronizar alguns estruturas e remates, tanto em suas formas como em variedade. Estes remates, ou sinais agregados, também foram modificados (como o ‘a’) ou suprimidos (como na direita do ‘b’ e na base o ‘u’) tendo em vista a necessidade de funcionamento da fonte no sistema tipográfico (Figura 16). O sinal ‘Flecha’ quase ausente na versão de Suassuna, se torna muito presente na versão digital, gerando uma textura visual mais uniforme e um auxílio ao reconhecimento dos caracteres em composições mais extensas. Alguns remates, ou muito longos ou oblíquos demais, interfeririam nos espaçamentos dos caracteres ao formarem palavras, comprometendo o ritmo e harmonia visual resultantes. Isto se deve à necessidade das letras se ajustarem espacialmente umas às outras de maneira uniforme e constante, pois suas formas não podem ser adaptadas ou modificadas de acordo com a sequência escrita (Figura 17), o que já é possível quando se escreve a mão. Nas hastes, observa-se uma grande mudança em relação ao projeto original: uma forte modulação dos traços (variação de espessura) notada mais claramente nas curvas do ‘o’ e ‘a’, por exemplo. Nas palavras de Ricardo, a fonte procurou “se distanciar dos regionalismos pitorescos, caricatos e estereotipados” intencionando criar justamente uma força autêntica, arraigada numa realidade local que dialoga com uma textura visual e cultural mais ampla. “É como se fincássemos uma bandeira neste universo tecnológico”, ele diz, afastando-se dos procedimentos criativos mais viciados e defendendo uma “sistemática de olhar texturas, formas, cores da região em que vivemos” (*apud* MARTINS, 2016).



Figura 16 Versão do Alfabeto Sertanejo para a minissérie de TV A Pedra do Reino, exibida em 2007.

Fonte Disponível em: < <http://www.mundosbrasil.com.br/2014/03/melhores-series-brasileiros-dos-ultimos.html>>. Acesso em 12/08/2015.

Figura 17 Tipografia Armorial, fonte digital realizada pelos designers Ricardo Gouveia de Melo e Giovanna Caldas.
Fonte Tipografia Armorial, fonte digital realizada pelos designers Ricardo Gouveia de Melo e Giovanna Caldas. Imagem cedida pelos autores.



Nova Armorial: Uma tipografia Armorial contemporânea

Muitas versões já foram feitas baseadas no projeto original do Alfabeto Sertanejo e Tipografia Armorial. Frequentemente são empregadas em peças gráficas cujo conteúdo é explicitamente ligado à temática da cultura popular nordestina, literatura da vertente armorial ou diretamente relacionada à obra de Ariano Suassuna. Estas versões exploram o aspecto rude ou vernacular dos caracteres, o que limita suas utilizações a certos conteúdos ou situações muito específicas.

Seguindo a premissa primordial do Movimento Armorial de criar uma arte erudita ancorada na cultura popular, este projeto tipográfico visa levar a experiência estética a um patamar possivelmente mais amplo, levando o sentido básico dos tipos apoiados nos ferros de marcar à uma tipografia com estrutura mais tradicional, ainda que seja um tipo display para uso restrito em títulos, frases curtas e tamanhos grandes.

Respeitando os propósitos iniciais do movimento, que pretendiam o afastamento da produção cultural de processos industrializados e acadêmicos, pareceu oportuno realizar um percurso inverso: porque a tradição sertaneja dos ferros de marcar, com sua rica simbologia, não pode ser incorporada à tipografia tradicional, com todo seu rigor técnico e tecnológico? Se o Armorial bebe de fontes eruditas (Iluminuras e heráldica européia), as processa e devolve arte popular, esse caldo pode retornar e enriquecer uma cultura estabelecida.

Partindo de um projeto anterior próprio, a fonte Atrophia, a fonte Nova Armorial reúne detalhes e complementos associados àqueles dos ferros que são incorporados às letras de uma maneira sutil e não muito invasiva, intencionando distanciar-se do caráter mais pitoresco e evidente, sem eliminar, contudo, a conexão com o armorial. A fonte pretende explorar um limite mais extremo da questão levantada pelo Movimento Armorial do diálogo estético entre o popular e o erudito, representado aqui por uma fonte base de autoria própria. O objetivo é observar se uma fonte, com essas características estruturais baseadas na tradição tipográfica europeia, se comporta adequadamente em situações diversas e se ainda mantém sua relação com o popular, atestando uma identidade.

A fonte Atrophia parte de um redesign de outra fonte clássica do período neoclássico, a Bodoni criada pelo italiano Giambattista Bodoni em 1798. Esta releitura que gerou a fonte Bodhoni, além de alterar algumas sutilezas das formas curvas, modifica as serifas para uma solução mais transicional (serifas com apoio curvo e base plana). Na Atrophia, cada letra tem uma parte de sua estrutura reduzida, atrofiada, criando espaços e um ritmo e balanço peculiar (Figura 18). São nestes espaços abertos que os sinais típicos dos ferros são agregados. O resultado é um design que funde esses sinais com estruturas tipográficas tradicionais com suas serifas e contrastes nas espessuras dos traços, criando um diálogo inquietante entre formas de princípios distintos ou até opostos.

A fonte possui os caracteres básicos (cerca de 256) incluindo alguns recursos Open Type para caracteres alternativos e ornamentais. Por exem-

plo: em uma palavra com letras duplicadas como ‘rr’ ou ‘ss’ a forma dos caracteres (glifos) não são repetidas, sendo uma delas substituída por um design sutilmente diferente. Também há caracteres especiais para dígrafos comuns na língua portuguesa (lh, nh, ch, LH, NH, CH) (Figura 19).



Figura 18 De cima para baixo: A) Bauer Bodoni, da typefoundry Bauer. B) Bodhoni, uma reinterpretação da clássica Bodoni, da typefoundry Tipomakhia e de autoria de Luciano Cardinali. C) Atrophia, baseada na Bodhoni, da typefoundry Tipomakhia e de autoria de Luciano Cardinali. D) Nova Armorial (nome provisório), projeto baseado na fonte Atrophia com inserção de sinais tradicionais dos ferros de marcar, da typefoundry Tipomakhia e de autoria de Luciano Cardinali.

Fonte Do autor, 2016

Considerações finais

Como projeto artístico, o Movimento Armorial conduzido pelo escritor pernambucano Ariano Suassuna cumpre o papel de lembrar o indivíduo de seu papel social e cultural, reiterando e reavivando o que é matéria passível de esquecimento: seus rituais, sua herança visual e sua poética. É o zelador de uma memória viva, que se remodela e se reinventa. Um dos mais importantes méritos dessa mobilização estética, que ocorreu e ainda ocorre no nordeste, é o fato de ter alcançado o objetivo de integrar as várias manifestações artísticas, culturais e principalmente, as visuais que existem a longo tempo e extrapolam os limites geográficos. Estandartes, a “armadura” de couro do vaqueiro, bestiário, romance popular, ferros de marcar gado. O Armorial.

Contrariando esse percurso de catalisador de elementos e expressões vigentes, o poeta e ensaísta espanhol Juan Goytisolo rebate: “a ‘identidade’ nos é revelada como algo que precisa ser inventado e não apenas descoberto”, ou seja, uma identidade é algo efetivamente vivo, não está escondida, mas deve ser criada, projetada. Mas a construção de um universo poético-visual tão particular e alicerçado numa herança cultural regional, tem intensidade para formar esse reconhecimento no outro, em acordo com J. Luis Borges: identidade é o sonho que o outro tem do eu (BONSIEPE, 2011).



Figura 19 Os principais caracteres da tipografia Nova Armorial, com as ligaturas para dígrafos lh, nh, ch, LH, NH e CH.

Fonte Do autor, 2016

Quando nos preocupamos com a vontade de memória, de que fala Pierre Nora, estamos também revelando a urgência de reiterar/lembrar/vivenciar/criar nossa identidade, de demarcar um lugar ao qual pertencemos (NORA, 1993). O Alfabeto Sertanejo tangencia várias posições no espectro cultural do nordeste e, em outra escala, no Brasil. Sua utilização como fonte digital é diversa e dispersa, independe do desejo do autor que a criou, se difunde com a rapidez que os meios eletrônicos contemporâneos nos permitem. As ideias e conteúdos, intencionados pelo escritor, são multiplicados na vasta gama de meios de expressão baseados na escrita ou na comunicação visual, pela simples presença de seu design. Algo que outras expressões artísticas não cumprem totalmente com tal eficiência. A tipografia, um elemento presente em configurações gráficas que envolvem a palavra, pode ser mais onipresente, disseminada e assimilada de uma maneira interativa e integrada com esses novos meios. Age como um fio condutor de um conteúdo visual mais amplo, mesmo quando este não está presente, assumindo a propriedade inerente de certos símbolos e outros signos visuais comunicação contemporânea de substituírem seu referente, na ausência deste.

Referências

- BARROS, Frederico Machado de. **Cantiga de Longe**: O Movimento Armorial e a proposta de uma música de concerto brasileira. Dissertação de Mestrado, PUC-Rio: Rio de Janeiro, 2006.
- BONSIEPE, Gui. Design, **Cultura e Sociedade**. São Paulo: Blucher, 2011.
- CAMPOS, Ana P. **Curta-metragem "Música Armorial" (Diretora Ana Paula Campos), 2006**. Disponível em: <[http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/tv/materias/CURTAS-NA-TV/170719-CURTA-METRAGEM-MUSICA-ARMORIAL-\(DIRETORA-ANA-PAULA-CAMPOS\).html](http://www2.camara.leg.br/camaranoticias/tv/materias/CURTAS-NA-TV/170719-CURTA-METRAGEM-MUSICA-ARMORIAL-(DIRETORA-ANA-PAULA-CAMPOS).html)>. Acesso em 12 Jul. 2016.
- CONSOLO, Cecília. Marcas. **A expansão simbólica da identidade**. Tese de doutorado. ECA: São Paulo, 2012.
- FARIAS, Priscila L. **El diseño de tipos vernáculos em Brasil y las tecnologías digitales**. Boletín del Instituto de Investigaciones Bibliográficas, vol. xiv, n. 1-2 (UNAM, Mexico) issn 0006-1719. 2009.
- _____, Priscila L. **Notas para uma Normatização da Nomenclatura Tipográfica**. Anais do P&D Design 2004 - 6º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design (versão em CD-Rom sem numeração de página). FAAP: São Paulo.
- GARDNER, Helen. **Art Trough the Ages**. Nova York: Harcourt, Brace & World, Inc., 1959.
- GASPAR, Lúcia. **O Gráfico Amador**. Pesquisa Escolar Online, Fundação Joaquim Nabuco, Recife. Disponível em: <<http://basilio.fundaj.gov.br/pesquisaescolar/>>. Acesso em: 31 Jul. 2016.
- MAIA, Virgílio. **Comarca da escrita a ferro**. In: *Tupigrafia* 3, 2001, [s.p.]
- _____. **Rudes Brasões. Ferro e Fogo das Marcas Avoengas**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2004.
- MARTINS, Sérgio. **Impressões do sertão**. Disponível em <<http://www.academia.org.br/noticias/impressoes-do-sertao>>. Acesso em 12 de Jul. de 2016.
- MELLO, Frederico P. Guerreiros do Sol. **Violência e banditismo no Nordeste do Brasil**. São Paulo: A Girafa Editora, 2004.
- NÓBREGA, Antônio Carlos. **Alma Armorial**. Disponível em: <<http://www.revistacontinente.com.br/index.php/component/content/article/35-flip-revista/7002-flip-revista.html>>. Acesso em 20 Jul. 2012.

NORA, Pierre. **Entre a Memória e a História**: A problemática dos Lugares. Projeto História (10): 1993

PASTOREAU, Michel. **Bestiaires du Moyen Âge**. Paris: Seuil. 2011

SUASSUNA, Ariano. **O Movimento Armorial**. Recife: Universitária da UFPE, 1974.

VALLE, Francisco B. **As relações entre Design e o Armorial de Suassuna**. Dissertação de Mestrado. UERJ: Rio de Janeiro, 2008.

Recebido: 01 de Agosto de 2016

Aprovado: 30 de Agosto de 2016