

Indicações quanto ao Design de Tipos Digitais no Brasil

Indications about Digital Type Design in Brazil

Ricardo Esteves Gomes

Dr. Washington Dias Lessa

Dr. Guilherme Cunha Lima



Indicações quanto ao Design de Tipos Digitais no Brasil

Indications about Digital Type Design in Brazil

Ricardo Esteves Gomes¹

Dr. Washington Dias Lessa²

Dr. Guilherme Cunha Lima³

Palavras-chave: design de tipos, tipografia digital, design brasileiro

Resumo:

Este artigo busca investigar o processo de consolidação do design de tipos digitais no Brasil. Foram identificados os principais designers ativos nas últimas duas décadas, algumas de suas principais influências nacionais e internacionais, assim como modos de abordagem projetual e esforços de compreensão da atividade. Partindo dos dados levantados, foi traçado um panorama de como tem se dado o desenvolvimento dessa área específica do design brasileiro desde o final dos anos 1980, e identificadas algumas perspectivas para o futuro.

Keywords: type design, digital typography, brazilian design

Abstract:

In this paper we propose an investigation about the consolidation of digital type design in Brazil. It was identified the main designers that were active in the last two decades, some of their national and international main influences, their different kinds of design approaches and activity's comprehension efforts. Using the researched data, we established a general view about how the development of this specific area of brazilian design was since the 1980's. After that, we identified some prospects for the future.

Introdução

Em termos técnicos, as fontes tipográficas digitais são matrizes virtuais que, uma vez instaladas em sistemas operacionais de computadores, podem ser visualizadas em monitor, e permitir saída em impressoras ou em equipamentos de pré-produção de impressão. São utilizadas em diferentes softwares gráficos como insumo para outros projetos de design, em diferentes áreas da indústria da comunicação.

Face à tradição tipográfica, que remonta ao século XV, o design de tipos digitais possui especificidade dada pelos equipamentos informáticos, que desencadearam mudanças sensíveis no modo de fazer fontes tipográficas, no tempo de desenvolvimento e difusão desses produtos, bem como em suas propriedades

constitutivas.⁴ Não possuem qualquer limitação material em sua constituição original (como ocorria, por exemplo nas matrizes de chumbo, de madeira, ou mesmo, de maneira mais sutil, nos filmes de fotocomposição). Sua limitação, por outro lado, se restringe às propriedades constitutivas das curvas vetoriais de Bézier, às possibilidades dos softwares de criação e produção de fontes digitais e aos padrões do mercado de softwares gráficos.

Vivemos em um momento histórico no qual essa área específica do design começa a surgir enquanto atividade projetual autônoma, focada principalmente na inovação. Conforme indica Farias,

O advento de novas tecnologias da escrita e da impressão, como o desenvolvimento das técnicas de fotocomposição (a partir do final da 2ª Guerra), as letras transferíveis (1957), as copiadoras eletrostáticas (1959), e principalmente o *desktop publishing* (1984), fez crescer o interesse pela tipografia. Até muito pouco tempo, contudo, o campo 'oficial' do design de tipos era reservado a poucos especialistas. Uma prova disso é a constatação de que as inovações tipográficas surgidas em contextos de experimentação, pelo menos até a década de 80, são inovações muito mais ligadas a usos não tradicionais de caracteres já existentes do que à criação de novas fontes (Farias, 2000, p:18).

A partir da década de 1980 e especialmente de 1990, o campo do design de tipos digitais começa a florescer exponencialmente, tornando-se progressivamente uma área do design gráfico. Surgem novos revendedores desses produtos e as chamadas fundições de tipos digitais (*digital type foundries*) independentes, possibilitando a difusão e comercialização de novas fontes em escala mundial.

No contexto brasileiro, é importante pontuar a fundamental contribuição de alguns professores/pesquisadores no fomento dessa produção dentro das universidades, destacando Rodolfo Capeto, no Rio de Janeiro, e Priscila Farias e Vicente Gil, em São Paulo. Como fatores de promoção podem ser citadas a exposição Tipografia Brasilis (São Paulo, 2000 e 2001), a revista Tupigrafia, editada a partir de 2000, a inclusão, a partir de 2002, da tipografia como categoria projetual na Bienal Brasileira de Design Gráfico da ADG, as Bienais Letras Latinas (2004 e 2006)/Tipos Latinos (2008), palestras/workshops de designers de tipos estrangeiros promovidos pela ADG/FAAP (São Paulo) e UniverCidade (Rio de Janeiro), incremento das publicações de autores brasileiros e estrangeiros (sobre o tema específico e sobre tipografia em geral). Desde meados da década de 1990 podem também ser registradas as iniciativas de estudantes quanto ao estudo e desenvolvimento de tipos digitais, sendo que alguns deles posteriormente se tornaram profissionais da área.

Tendo em vista a caracterização do contexto brasileiro, a pesquisa foi feita por meio de levantamento de dados bibliográficos (livros, periódicos, anais de congressos, catálogos, publicações avulsas, websites de fundições de tipos digitais), e com base em entrevistas realizadas com designers de tipos.

Neste processo foi de fundamental importância o levantamento publicado em "Fontes Digitais Brasileiras: de 1989 a 2001", de autoria de Priscila Farias e Gustavo Piqueira. Para os anos subsequentes consultamos as oito edições da revista Tupigrafia, os catálogos da Bienal da ADG, os catálogos da Bienal Latino-americana de Tipografia (Letras Latinas/Tipos Latinos), e o artigo "Uns tipos novos: a nova geração da tipografia brasileira", de Norberto Gaudêncio Junior e Gustavo Lassala⁵.

Como critérios para a seleção dos designers mencionados neste texto foram considerados:

- tendo em vista um projeto realizado, que existissem pelo menos 3 citações dele em publicações especializadas;
- publicações de tipos em catálogos de bienais nacionais e internacionais;

- premiações em concursos promovidos por associações e empresas internacionais de grande visibilidade;
- vendas no mercado internacional, por meio de revendedores de fontes digitais.

Uma primeira fase do design de tipos digitais no Brasil: pioneirismo e experimentações

O período coberto pelo livro de Farias e Piqueira caracteriza-se por um florescimento de fontes *display*⁶, correspondendo, de certo modo, à liberdade formal sugerida pelas novas tecnologias, assim como à ausência de uma tradição de design de fontes para texto. A idéia de “quebrar regras” colocava-se quase como uma nova regra.

Em 1989, o designer autodidata paulista Tony de Marco realiza um dos primeiros tipos digitais produzidos no Brasil. Sumô foi o nome da fonte, desenvolvida nos primeiros contatos do então ilustrador com um Macintosh.

Nos anos de 1997/1998, quase uma década depois, os designers paulistas Priscila Farias e Claudio Rocha publicaram o que parecem ser os primeiros tipos brasileiros distribuídos por revendedores internacionais. Farias comercializou suas fontes LowTech e Quadrada por meio da fundição digital norte-americana T26, e Rocha teve suas fontes ITC Underscript e ITC Gema distribuídas pela tradicional International Typeface Corporation (ITC).

Durante os mesmos anos de 1997/1998 surgiu, no Rio de Janeiro, o grupo Subvertaípe, liderado pelo designer Billy Bacon, produzindo dezenas de novas fontes comercializadas por conta própria. Em uma edição da Tupigrafia, Bacon fala sobre influências:

1990... na revista How tinha uma matéria sobre Neville Brody... ela me influenciou muito... na verdade ela foi o start, pode-se dizer, da Subvertaípe (...) e foi durante esse período [1992 a 1995] que pude conhecer a Raygun... um designer – David Carson – desenvolveu um trabalho de tipografia completamente bizarro... mexeu com a cabeça de todo mundo em função da ilegibilidade... (...) a independência... a chance de fazer qualquer coisa. (Bacon In: Tupigrafia 2, 2001, pp:35-36)

As produções de Bacon e sua equipe, viriam a influenciar os então estudantes cariocas Gustavo Ferreira, Fabio Lopez, Guilherme Capilé, Emílio Rangel e Erik Grigorovsky, que fundaram o grupo Fontes Carambola, com atividades entre os anos de 1998 e 2000. Segundo Fabio Lopez,

Durante o NDesign [Encontro Nacional dos Estudantes de Design] de Curitiba [1998] me lembro de ter visto algumas tipografias desconstruídas do Billy Bacon. [...] O grupo foi aprendendo um pouco da tecnologia e desenvolvendo vários experimentos de alfabetos. Durante as aulas de Processos Gráficos tivemos uma ajuda fundamental do professor Rodolfo Capeto [ESDI], pois tentávamos extrair o máximo de informações sobre o assunto. No NDesign de Brasília [1999] já ensaiaríamos uma experiência de foundry, que chamávamos de Fontes Carambola. Fizemos alguns pequenos folders e disquetes com algumas fontes nossas. Vendíamos como verdadeiros feirantes. (Transcrição de trecho da entrevista gravada em 12 de maio de 2008).

Também no ano de 1998, surgiu no Recife o grupo Tipos do Acaso, formado pelos jovens designers pernambucanos Leonardo Buggy e Miguel Sanchez, que desenvolviam tipos experimentais, ora desconstrutivistas, ora geométrico-molulares. O grupo produzia e distribuía suas fontes digitais também de maneira independente, tendo publicado um catálogo em maio de 2000.

Durante o mesmo período, os designers cariocas José Bessa e Claudio Reston, que assinavam projetos como Elesbão e Haroldinho, publicaram várias fontes por meio de seu grupo Tipopótamos. O grupo fez um considerável sucesso nacional, especialmente

Dentro dos diferentes discursos a respeito desse tema, vemos que a figura do homem pré ou pós-civilizado se adequa à busca de “essência”, “tradição” e “identidade” brasileiras. A idealização do sujeito tradicionalmente territorializado, com forte vínculo com a terra e com o mundo quase natural que o cerca, ou daquele desterritorializado, que caracteriza as “tribus” urbanas e a cultura marginal, buscariam valorizar o que é local em um mundo cada vez mais globalizado. Nos dois casos, a inclinação por um desenho “tosco” e/ou pouco “lapidado” coloca-se como uma tentativa de aproximação com o mito da fundação e da criação espontânea. Independentemente de alguns bons resultados obtidos com base nessas premissas, elas não podem ser encaradas programaticamente como caminho definitivo para o design brasileiro de tipos. Sem invalidar a possibilidade desse ser um dos caminhos possíveis, Bonsiepe tem razão ao afirmar que:

Se os países periféricos querem deixar sua posição e criar uma identidade contemporânea, devem olhar para o futuro, e não para o passado. [...] Identidade cultural é transparente para aquela pessoa que vive neste contexto. [...] A identidade se constitui no olhar do outro. Por isso, parece-me pouco produtivo considerar a identidade cultural como um bem escondido, que deveria ser traduzido em produtos ou artefatos gráficos. (Bonsiepe, 1997, p:108)

Neste sentido, face ao discurso da busca de uma identidade nacional em oposição à tradição européia/ocidental, ganha consistência pragmática a ponderação de Cláudio Rocha e Tony de Marco:

Por um lado, nos ressentimos de uma cultura tipográfica mais forte. Por outro, estamos soltos para buscar nossa identidade tipográfica, sem ignorar esse patrimônio que a própria tipografia permitiu preservar. Novas regras, novos veículos, outro tipo de leitor (Rocha e De Marco In: *Tupigrafia* 5, 2004, p:02)

Uma segunda fase do design de tipos digitais no Brasil: experiências internacionais e amadurecimento

Em 2001 coloca-se um novo marco qualitativo em nossa produção. A família tipográfica Houaiss, projetada por Rodolfo Capeto exclusivamente para o dicionário homônimo, cria uma nova referência, tanto por ser uma família para texto e não um tipo display, quanto pela diversidade de versões que apresenta. Rapidamente percebe-se que é possível desenvolver projetos de alta complexidade técnica em território brasileiro. Em pouco tempo outros projetos de famílias para texto surgiram, configurando um segundo momento na área de design de tipos digitais no Brasil.

Família tipográfica Houaiss, de Rodolfo Capeto.

Houaiss
Houaiss
Houaiss

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzß

Ainda no início da década de 2000 alguns designers brasileiros vão estudar design de tipos na Europa – fato que traz novas experiências para o cenário nacional. É o caso de Eduardo Berliner, que fez seu mestrado em Typeface Design na Universidade de Reading, na Inglaterra, além de Gustavo Ferreira e Yomar Augusto, que fizeram o curso

de mestrado TypeMedia, na Royal Academy of Arts em Hague, na Holanda. Mais tarde, outros teriam experiências semelhantes, como Fernando Mello (Reading) e Gustavo Soares (Hague), todos desenvolvendo excelentes famílias de tipos para texto em solo europeu.

Em 2003 tivemos o primeiro DNA Tipográfico (São Paulo) – encontro que reuniu alguns dos principais designers de tipos brasileiros, bem como palestrantes estrangeiros de renome internacional. Durante o mesmo ano, Tony de Marco, juntamente com seu irmão Caio, desenvolveram a família para títulos Samba, inspirada em *letterings* do ilustrador J. Carlos e no movimento Art Deco. No mesmo ano, a Samba seria premiada no International Type Design Contest, promovido pela fundidora Linotype. Juntamente com a família tipográfica dos irmãos De Marco, foi premiada também a família Beret, desenvolvida pelo paulistano Eduardo Omine. Ambas as famílias viriam a ser comercializadas posteriormente pela mesma Linotype. Entre os jurados do concurso haviam nomes bastante conhecidos e respeitados como Jill Bell, Edward Benguiat, John Hudson, Erik Spiekermann, Gerard Unger e Akira Kobayashi. Esse foi, sem dúvida, mais um marco importantíssimo para a tipografia nacional.

Família tipográfica Samba, de Tony e Caio de Marco.



Família tipográfica Beret, de Eduardo Omine.



Ainda em 2003, Henrique Nardi cria o projeto Tipocracia – uma série de cursos e palestras que visaram promover a produção tipográfica brasileira, estabelecendo parcerias com editoras, associações e universidades. O projeto rapidamente percorre mais da metade dos estados brasileiros e países europeus como Portugal e Áustria. Além do esforço de fomento dessa produção nacional e de incentivo ao design de novos tipos, a política criada por Nardi, de doação de livros como contrapartida para as universidades em que o curso passaria, trouxe uma importante contribuição para a ampliação do acervo nas bibliotecas de nossas instituições.

No catálogo da 6ª Bienal Brasileira de Design Gráfico (2002) – agora com uma categoria específica de tipografia – pudemos ver como destaque, entre vários projetos inscritos, a família tipográfica display Seu Juca, de Priscila Farias, representando o universo vernacular na criação de tipos. Na 7ª edição da Bienal (2004) foram destaque as famílias para texto como a Colonia, de Fabio Lopez, desenvolvida em seu trabalho de conclusão de curso na ESDI/UERJ; a Cruz Sans, de Crystian Cruz, desenvolvida para publicações da Editora Abril; a Thanis, de Luciano Cardinali, desenvolvida para a Revista da ADG; a Foco, de Fabio Haag, que seria comercializada posteriormente pela empresa britânica Dalton Maag, entre outras produções.

Família tipográfica Seu Juca, de Priscila Farias.

A TYPEFACE BY PRISCILA FARIAS BASED
ON LETTERING SAMPLES BY SIGN
PAINTER 'SEU JUCA' (1944-2006), FROM
RECIFE -PERNAMBUCO- BRAZIL.

Família tipográfica Foco, de Fabio Haag.

Com formas abertas
e arredondadas,
a família tipográfica Foco
é amigável e convidativa,

refletindo
a personalidade
do povo brasileiro

2004 foi também o ano da primeira Bienal Letras Latinas, promovida pela Revista tipoGráfica, do argentino Ruben Fontana. Entre os tipos brasileiros publicados, foram um total de 11 na categoria “texto”, 25 na categoria “títulos”, 11 na categoria “experimentais” e 2 na categoria “miscelâneas”. A Bienal reunia os melhores trabalhos feitos por designers latino-americanos nos últimos anos, entre eles brasileiros como Luciano Cardinali e sua famílias Paulisthania, Thanis, Reich e Kashemira; Cláudio Rocha e suas bem humoradas Perplexiva, Liquid Stencil e Akrylicz Grotesk; Priscila Farias com sua família para textos Nova e sua família display Seu Juca; Fabio Lopez com suas Ryad, Bangkok, Giovanna e Colônia; Crystian Cruz com sua já citada Cruz Sans e Rodan, feita para a revista Quatro Rodas; Leopoldo Leal e suas Flor de Lácio, Cacografia e Caligrafia; Ericson Straub com suas Céltica, Waimiri, Noebauhaus, Palumbo, Pero Vaz, Indo-América e Free; Eduardo Braga com seus tipos Nossa Senhora de Bom Sucesso e Núcleo de Design; Tony de Marco com a já citada Samba; Gustavo Piqueira com os tipos Final, Motordrome e Cabourg; Fernanda Martins com sua Paulista Regular; Marcio Shimabukuro, com seu tipo Heresia; Yomar Augusto com suas Virgem, Líquida e Dizain; e Eduardo Omine com sua família para textos chamada Lalo, que despertou interesse por parte da comunidade tipográfica latino-americana. Segundo Omine:

Meu primeiro contato sério com tipografia foi em 1999, quando eu cursava uma disciplina de programação visual na FAU (Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da USP) sob orientação do professor Vicente Gil. Nessa época, ele defendeu sua tese de doutorado, "A Revolução dos Tipos", um livro que mistura história da tipografia com trabalhos gráficos experimentais. Esse livro me mostrou que havia coisas mais interessantes do que fontes grunge ou pixel, e me estimulou a estudar o assunto com mais profundidade. (Omine, 2006. Disponível em: <<http://tipograficamente.blogspot.com/2006/04/entrevista-4-eduardo-omine.html>>. Acesso em: 23 de novembro de 2008)

A influência do professor Vicente Gil apareceria novamente quando, em 2006, Fernando Mello publicaria sua família chamada Mello Sans, desenvolvida em seu trabalho de conclusão da graduação (sob orientação de Gil na mesma FAU-USP). MelloSans foi publicada na Bienal Letras Latinas de 2006, bem como na 8ª Bienal da ADG, no mesmo ano. A mostra Letras Latinas daquele ano reuniria, ao todo, 2 trabalhos de brasileiros na categoria “texto”, 3 na categoria “títulos”, 3 na categoria “experimentais” e 1 na categoria “miscelâneas”. O número de projetos selecionados foi visivelmente menor que na edição anterior. Isso talvez se deva ao fato de na edição de 2006 terem sido selecionados apenas tipos desenvolvidos nos dois anos anteriores, enquanto em 2004, serem aceitos trabalhos feitos até aquele ano. Além da família de

Fernando Mello, a segunda edição da Bienal Latino-Americana de Tipografia reuniu também trabalhos de outros designers brasileiros como Yomar Augusto, com família para textos Den Dekker; Roberto Raúl Janz, com sua Póstuma; Gustavo Lassala com sua Boqueta; Fabio Haag, com sua FH After; Dimitre Lima, com seu tipo experimental Clave de Fá; Marcel Pereira Ursini, com seu Cubius Concretus; e Rogério Lionzo, com sua Goteira. Na Bienal da ADG daquele ano vimos ainda a fonte Doo Sans, de Eduilson Coan e a Estado Sans, desenvolvida para o jornal Estado do Paraná pela empresa Straub Design, que teve na equipe os designers Ericson Straub, Eduilson Coan e Fabio Augusto.

Ao longo da década de 2000 são desenvolvidas famílias cada vez mais complexas em termos de variações de peso, largura, inclinação, entre outros elementos construtivos – é o chamado design paramétrico, que define variáveis sob as quais o desenho tipográfico irá se comportar, na construção de identidade e alteridade entre diferentes fontes numa mesma família. Dois bons exemplos brasileiros de manifestações desse movimento de complexificação da atividade são a já citadas Beret, de Eduardo Omine, e as famílias Elementar e UnB, de Gustavo Ferreira. A família Elementar foi desenvolvida para leitura em telas de computador e a UnB, para a identidade visual da Universidade de Brasília.

Família tipográfica Elementar, de Gustavo Ferreira.



Outro elemento determinante para o desenvolvimento da cena tipográfica nacional foram os sistemas de comunicação instantânea. No âmbito da criação de tipos para venda no varejo, nos últimos anos o mercado parece ter migrado em definitivo para a rede mundial de computadores.

Além do custo de produzir e manter um site ser muito menor do que desenvolver sistematicamente materiais impressos, o comércio pela internet é mais ágil e também é perfeito para as fontes digitais, pois elas transitam em seu habitat natural – os discos rígidos de Macs e PCs – com delivery imediato, sem despesas de remessa (Rocha e De Marco In: *Tupigrafia 5*, 2004, p:94)

Logo, mais um parâmetro de avaliação das fontes nacionais começaria a se fazer presente: as vendas. Paralelamente às grandes discussões conceituais, ainda no ano de 2004 o mineiro Eduardo Recife, com sua fundição digital Misprintedtype, sorrateiramente posicionaria sua expressiva fonte Great Circus no topo da lista de *best sellers* do portal MyFonts. Segundo Recife,

Conheço *foundries* de excelente qualidade que fazem poucas vendas no ano. Nem sempre é fácil e barato se fazer uma divulgação adequada. No caso da Misprintedtype, eu tive sorte de

ter um bom número de acessos diários ao site e isso certamente ajudou na divulgação e venda de fontes. (Recife In: Tupigrafia 6, 2005, p:46)

Em 2008, aconteceria a terceira edição da Bienal Latino-Americana de Tipografia – agora intitulada Tipos Latinos. Entre os tipos brasileiros selecionados foram 2 na categoria “família”, dedicada às famílias tipográficas para texto com vários pesos, inclinações e outras variáveis; 5 na categoria títulos; 2 na categoria “experimentais”, 1 na categoria “tela” e 2 na categoria “miscelâneas”. A exposição mostraria famílias tipográficas de alto nível como a Frida, de Fernando Mello, desenvolvida para uso em periódicos, durante seu curso de mestrado em Reading e a Adriane Text, criada pelo designer autodidata Marconi Lima, do Amapá, para uso em livros. Com a estréia de sua fundição digital Typefolio, Lima comercializa a família Adriane por meio de grandes revendedores internacionais como MyFonts, Veer e TypeTrust.

Famílias tipográficas Adriane, de Marconi Lima (à esquerda) e Frida, de Fernando Mello (à direita).

Adriane Text
Adriane Text
Adriane Text
Adriane Text



Expuseram também na Bienal daquele ano os designers Francisco Martins, com sua Nova Sans, comercializada a partir de 2009 por meio do revendedor MyFonts; Eduilson Coan com sua família Ninfa, publicada comercialmente a partir do mesmo ano, também pelo MyFonts; Jarbas Gomes com sua Boldoni Gray; Gustavo Garcia com o tipo Flat Pipe; Anderson Machio com sua Chumbitos; Ricardo Esteves Gomes, com suas Maryam e Jana Thork; além da equipe de Vicente Pessoa, Tiago Porto e Zed Martins com o tipo bitmap Processual.

Atualmente, poucos daqueles grupos pioneiros da tipografia digital brasileira continuam em atividade. Por outro lado, o número de novas fundições independentes se multiplica, dada à facilidade para se entrar nesse mercado através de distribuidores altamente receptivos. Grande parte dessas novas fundições são constituídas por um ou dois designers, que trabalham em seus escritórios gerando produtos para o mercado. Nesses casos, cada designer costuma participar de todas as etapas do processo de concepção e produção de seus tipos – algo semelhante ao artesanato pré-revolução industrial, mas agora com equipamentos altamente sofisticados. Esse modo de trabalho freqüentemente acontece de forma diferente do que estamos acostumados na programação visual, em que o designer é responsável pela concepção do produto e a parte da produção fica por conta do gráfico ou similar. Uma exceção à regra nacional é o gaúcho Fabio Haag, atual funcionário da Dalton Maag – empresa onde as etapas de design e de produção tipográfica são bem divididas e todos os projetos são feitos em equipe.

O próprio discurso desses designers se torna mais maduro e mais profissional – um caminho natural de erros, acertos e aprendizado deixado por tantas pessoas que se propuseram a desbravar esse novo mercado. Atualmente vemos algumas empresas e grupos independentes que começam a se firmar, como a BRtype, do paulistano Gustavo

Lassala; a Misprinted Type, do mineiro Eduardo Recife, ambos distribuindo suas fontes pelo MyFonts; a Intellecta Design, do gaúcho Paulo W, distribuindo suas produções pelo MyFonts, T26, Monotype e outros; a Omine Type, do já citado Eduardo Omine, com fontes comercializadas pelo MyFonts, Linotype e FontShop; a Just in Type, do pioneiro Tony de Marco, com seus produtos na Linotype e no MyFonts; a Outras Fontes, de Ricardo Esteves Gomes, distribuindo suas fontes pelo MyFonts, Ascender Corporation, T26, Linotype e Monotype; a Typefolio, de Marconi Lima, com suas fontes distribuídas pelo MyFonts, TypeTrust e Veer; além do gaúcho Fabio Haag, já citado, com fontes distribuídas pela Dalton Maag, T26 e MyFonts. De acordo com Haag,

Criamos quebrando regras, inicialmente sem sequer saber que elas existiam. Mas hoje já passamos a fase inicial de experimentação, e estamos aliando nossa criatividade com um maior rigor técnico, conhecendo com maior rigor a arte e a técnica tipográfica, resultando em projetos inovadores e de qualidade internacional. Isso é tão verdadeiro que foi um dos motivos pelo qual fui contratado pela Dalton Maag. Nós latino-americanos somos conhecidos por sermos muito criativos em qualquer campo da comunicação, e no typedesign, não poderia ser diferente (Haag, 2008. Disponível em: <http://www.tipografia-montevideo.info/entrevistas/archivo/e_haag.html> Acesso em: 15 de agosto de 2008)

Outros designers poderão ser encontrados atuando nesse amplo mercado de tipografia digital. Aqui, fizemos menção apenas àqueles que obtiveram visibilidade nacional e internacionalmente, encontrados nas referências pesquisadas. Com isso, esperamos ter contribuído para estabelecer um panorama geral sobre a produção de tipografia brasileira a partir do final dos anos 1980. Possíveis lacunas ou injustiças que tenham sido cometidas nesse artigo poderão ser futuramente resolvidas por historiadores do design brasileiro.

Conclusão

Do mesmo modo como acontece em diversas partes do mundo, vemos que os novos softwares de produção tipográfica, a rede mundial de computadores e a economia globalizada possibilitaram (e continuam possibilitando) o crescimento e a diversificação da área. Nos últimos anos, por exemplo, já podemos observar um maior número de tipos para texto sendo desenvolvidos no Brasil, além de boas fontes display – o que demonstra uma certa maturidade adquirida após o período inicial, embora não menos importante, de florescimento experimental.

À realização alia-se a divulgação e a comercialização dos novos projetos. Nos primeiros anos desse novo século começam a ser estabelecidos padrões que acrescentam ao exercício estético uma dimensão de mercado. Num país onde sempre se importou tipos (desde a chegada tardia da impressão tipográfica no século 19), pela primeira vez começamos a exportar essas ferramentas para uso em projetos estrangeiros, especialmente para designers gráficos e outros profissionais de comunicação na América anglo-saxônica e na Europa.

O Brasil vive o alvorecer desse novo campo, rico em possibilidades criativas porém ainda carente de teorias que se articulem de modo consistente para explicar a produção presente e dar suporte à produção futura possível. As discussões sobre identidade brasileira se mostraram não totalmente sem sentido, mas talvez um pouco deslocadas. Nós, enquanto sujeitos de um país colonizado, temos uma tendência histórica de absorver elementos estrangeiros e rearranjá-los de maneiras peculiares, conforme o modelo sugerido pelo Movimento Antropofágico. Sobre esse aspecto específico, parece haver pouca diferença em relação a outros países latino-americanos, ou mesmo dos Estados Unidos e Canadá, colonizados por outras culturas européias. A abertura à diferença e ao repertório do outro tende a ser maior no Novo Mundo e é talvez esse um dos fatores que possam potencializar criativamente nossa produção tipográfica.

Mas se por um lado hoje há uma maior facilidade de se dar vazão à produção nacional, por outro o mercado internacional se torna cada vez mais competitivo e antigas fórmulas tendem a nem sempre funcionar adequadamente. Embora a quantidade de produtos disponíveis seja enorme, a qualidade desses produtos muitas vezes se torna bastante questionável e um desenho tipográfico formalmente bem cuidado e inovador aliado a rigorosas estratégias de vendas podem continuar sendo diferenciais competitivos importantes. Em tempos de crises econômicas e incertezas globais, a criatividade e diversidade brasileiras, se tomadas com a devida seriedade e dedicação, podem vir a se tornar destaque no cada vez mais efêmero cenário tipográfico internacional.

Notas

-
- 1 Mestrando PPDESDI Ricardo Esteves Gomes, ESDI/UERJ, Brasil, ricardo@outrasfontes.com
 - 2 Professor Doutor Washington Dias Lessa, ESDI/UERJ, Brasil, wdlessa@esdi.uerj.br
 - 3 Professor Doutor Guilherme Silva da Cunha Lima, ESDI/UERJ, Brasil, gecunhalima@globo.com
 - 4 Excluímos desse estudo os chamados dingbats, por entendermos que eles pertencem mais ao universo da ilustração do que ao projeto de sistemas utilizados historicamente na linguagem escrita.
 - 5 GAUDÊNCIO JUNIOR, Norberto; LASSALA, Gustavo. 2008. *Uns Tipos Novos: A nova geração da tipografia brasileira*. Tecnologia Gráfica. São Paulo, SP, ano XII, n. 62, pp. 58-61, set. 2008.
 - 6 De acordo com o uso corrente, os tipos display correspondem às categorias “título” e “experimental” (cf. Bienais Letras Latinas/Tipos Latinos). Adotamos também o termo “texto” (também utilizado pelas referidas Bienais), o qual diz respeito aos tipos adequados ao texto de imersão, ou texto corrido.

Referências

Livros, revistas e material não publicado

- BACON, Billy. 2001. Subvertaípe. *Tupigrafia*, n. 2, pp. 30-37.
- BONSIEPE, Gui. 1997. *Design: do material ao digital*. Florianópolis: FIESC/IEL.
- CRUZ, Crystian. 2003. Nossa escrita brasileira. *Tupigrafia*, n. 4, pp. 69-71, out.
- Entrevistas estruturadas realizadas com os designers de tipos cariocas Gustavo Ferreira, Fabio Lopez, Eduardo Berliner e Felipe Kaizer. Maio 2008.
- FARIAS, Priscila L. 2000. *Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias*. Rio de Janeiro: 2AB.
- FARIAS, Priscila & PIQUEIRA, Gustavo. 2003. *Fontes digitais brasileiras: de 1989 a 2001*. São Paulo: Edições Rosari.
- RECIFE, Eduardo. 2005. Great Circus. *Tupigrafia*, n. 6, p. 45, mar.
- ROCHA, Claudio; DE MARCO, Tony. 2004. Editorial. *Tupigrafia*, n. 5, p. 02, jul.
- ROCHA, Claudio; DE MARCO, Tony. 2004. Disquete?. *Tupigrafia*, n. 5, p. 94, jul.

Textos publicados na internet

- HAAG, Fabio. 2008. Entrevista no site Tipografia-Montevideo. Disponível em: <http://www.tipografia-montevideo.info/entrevistas/archivo/e_haag.html> Acessado em 15 de agosto de 2008.
- OMINE, Eduardo. 2006. Entrevista no site Tipograficamente. Disponível em: <<http://tipograficamente.blogspot.com/2006/04/entrevista-4-eduardo-omine.html>>. Acessado em: 23 de novembro de 2008.