
IV · ENC ONTRO · DE · TIPO GRAFIA

LIVRO DE ATAS
▼
BOOK OF PROCEEDINGS

DO INSCRITO AO ESCRITO

DE LO INSCRITO A LO ESCRITO · FROM ENGRAVING TO WRITTEN

▼

IV·ENC
ONTRO·
DE·TIPO
GRAFIA

LIVRO DE ATAS
▼
BOOK OF PROCEEDINGS

DO INSCRITO AO ESCRITO

DE LO INSCRITO A LO ESCRITO · FROM ENGRAVING TO WRITTEN

26-29 SET. 2013

IDANHA-A-VELHA
{ PORTUGAL }

{ ET.IPCB.PT }

© 2013 dos prólogos: os seus autores / The authors
© 2013 do texto: os seus autores / The authors
© 2013 das imagens: os seus autores / The authors

FICHA TÉCNICA / TECHNICAL DATA

Atas do IV Encontro de Tipografia / Book of Proceedings of IV Meeting of Typography

Edições IPCB / Publisher Edições IPCB

Instituto Politécnico de Castelo Branco
Av. Pedro Álvares Cabral n.º 12
6000-084 Castelo Branco
Portugal
www.ipcb.pt

Coordenação Científica / Scientific Coordination

Daniel Raposo
João Neves
José Silva
Ricardo Silva

Direção Editorial / Publishing Management

Daniel Raposo
João Neves

Tradução dos artigos / Papers translation

Os autores / The authors

Design da Capa / Cover Design

Hélder Milhano, IPCB/ESART
Master in Graphic Design from IPCB/ESART and FAUTL

Design e paginação / Design and Desktop Publishing

Hélder Milhano, IPCB/ESART

Impressão e acabamento / Print and Finishing

Procer - Oliveira do Bairro, Portugal

Data de edição / Publishing date

Setembro 2013 / September 2013

Tiragem / Print run

500

Depósito Legal / Legal deposit

364782/13

ISBN 978-989-8196-33-0

Todos os direitos reservados. Salvo o previsto na lei, não é permitida a reprodução total ou parcial deste livro que ultrapasse o permitido pelo Código de Direito de Autor, como a sua recompilação em sistema informático, nem a sua transformação por meios electrónicos, mecânicos, por fotocópias, por registo ou por outros métodos presentes ou futuros, mediante qualquer meio para fins lucrativos ou privados, sem a autorização dos titulares do copyright e do autor que detém a propriedade intelectual da obra.

All rights reserved. Except as provided by law, it is not allowed total or partial reproduction of this book that exceeds what is permitted by the Copyright Code, both recompilation in a computer system or its transformation by electronic, mechanical, by photocopying, recording or by other methods present or future, by any means for profit or private purposes, without permission of the owners of copyright and author who holds the intellectual property of the work.

ÍNDICE

IV Encontro de Tipografia “Do inscrito ao escrito”	9
Comissões	13
Programa	17
Tipografia arquitetônica nominativa: surgiu uma nova categoria CARLOS ALEXANDRE XAVIER SALOMON	21
Os primórdios da tipografia em Portugal ANA FILOMENA CURRALO	27
Tipografia e representação: semiótica aplicada aos logotipos de telenovelas da Rede Globo MIRELLA DE MENEZES MIGLIARI • DOMINIQUE KRONEMBERGER PÁDUA	36
Sugerencia del lenguaje artístico de Eduardo Chillida para la creación de la fuente tipográfica EHU EDUARDO HERRERA FERNÁNDEZ • LEIRE FERNÁNDEZ IÑURRITEGUI	42
El alfabeto romano: primera caracterización gráfico-visual EDUARDO HERRERA FERNÁNDEZ	47
(Re)fluxos caligráficos: sobre o gesto, o traço e as produções de presença da escrita em tempos de dispositivos móveis. ELIAS BITENCOURT • CARINA FLEXOR	52
Letras do cotidiano: um olhar do design para a cidade informativa EMERSON NUNES ELLER • SÉRGIO ANTÔNIO SILVA	57
Semana Tipográfica em Bauru: uma interação entre Universidade e comunidade FERNANDA HENRIQUES • CASSIA LETÍCIA CARRARA DOMICIANO	63
Teaching Strategies for Letterform design in 1st year B.A. degree in Communication Design course: Letterform design as an expressive element of communication. JOANA LESSA	69
La “imagen” de la palabra escrita: análisis de significados de los signos tipográficos de Identidad Visual Corporativa LEIRE FERNÁNDEZ	77
Adaptação da Cor da Tipografia em Páginas Web para Pessoas com Deficit na Visão da Cor MADALENA RIBEIRO • ABEL GOMES	83
A Identidade Cultural e o desenvolvimento Tipográfico OLINDA MARTINS	89
Metodología del proyecto de creación de la fuente tipográfica EHU MARÍA PÉREZ MENA	100
Tipografia em camadas: uma proposta de design customizável FERNANDA HENRIQUES • MARIANNE KASAI YOSHIYASSU	106
Las lecciones del plomo ORIOL MORET VIÑALS	115
Contribuições para difusão do conhecimento em tipografia: o exemplo do projeto Desembaralho EDILENO CAPISTRANO FILHO • PAULO F. DE A. SOUZA	125
Los significados de la retícula ROBERTO GAMONAL ARROYO	132
Posters	139

IV ENCONTRO DE TIPOGRAFIA

“DO INSCRITO AO ESCRITO”

O IV Encontro de Tipografia surge na sequência das anteriores edições, a primeira organizada pela Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha do Instituto Politécnico de Leiria, a qual ocorreu no mês de maio de 2010. O II Encontro Nacional de Tipografia ocorreu no mês de setembro de 2011, sob a organização do Departamento de Comunicação e Arte (DeCA) da Universidade de Aveiro e o terceiro encontro ocorreu no mês de outubro de 2012, levado a cabo pelo Departamento de Artes da Imagem da Escola Superior de Música, Artes e Espetáculo (Instituto Politécnico do Porto), do Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura e da Escola Superior de Arte e Design de Matosinhos.

O IV Encontro de Tipografia é organizado pela Unidade Técnico Científica de Design, Audiovisuais e Produção dos Media em associação com o Centro de Investigação em Música, Artes e Design (CIMAD) da Escola Superior de Artes Aplicadas (ESART) do Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB).

Subordinado ao tema geral “Do inscrito ao escrito”, o IV Encontro de Tipografia tem como principal objetivo constituir-se como o centro de divulgação, reflexão e discussão sobre a investigação e o desenvolvimento tipográfico a nível nacional e internacional.

Contando com a participação de investigadores, profissionais, docentes e alunos, com projetos dedicados à tipografia, este encontro pretende fomentar a partilha de experiências resultantes do exercício da profissão em atelier, ao nível da investigação e no contexto académico, de modo a promover novos conhecimentos e projetos.

Enquanto estratégia de afirmação e promoção das atividades científicas, técnicas e artísticas desenvolvidas nos últimos treze anos pela Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco, considerou-se que o IV Encontro de Tipografia seria um importante evento ao qual nos deveríamos associar, no sentido de dar a conhecer o trabalho desenvolvido e a capacidade de cooperação em redes de conhecimento, mas também uma forma de mostrar o território onde a ESART se insere e o seu potencial na atração de eventos científicos e outras atividades.

Foi precisamente refletindo sobre o território onde a ESART desenvolve as suas atividades pedagógicas que naturalmente surgiu o tema geral do Encontro “Do inscrito ao escrito”, bem como a escolha do local.

Na região idanhense é possível descobrir, ainda nos dias de hoje, um riquíssimo património de 600 de milhões de anos, bem expresso pelas evidências que se podem encontrar por todo o geoparque Naturtejo. Numa paisagem recortada por granitos, vales e montes lustrosos, descobre-se uma das mais importantes localidades da história de Portugal. Hoje, Idanha-a-Velha é uma aldeia histórica onde cada pedra, cada recanto e cada pessoa pode narrar a sua história, podemos mesmo dizer que a aldeia de Idanha-a-Velha é um verdadeiro compêndio de História a céu aberto.

No contexto deste IV Encontro de Tipografia não poderíamos deixar de referir que a história de Idanha-a-Velha se cruza com a epigrafia de belas capitais e letras lapidares de origem romana. Conhecida então como civitas Igaeditanorum,

esta cidade da Lusitânia foi fundada, muito possivelmente, no século I a.C. Durante esse mesmo século, dentro de um quadro (re)organizacional do território da Lusitânia terá sido estabelecida como capital dos Igaeditani o que lhe trouxe protagonismo e visibilidade.

Ainda hoje, Idanha-a-Velha conserva no seu perímetro muralhado um dos conjuntos epigráficos mais importantes referentes ao período da permanência romana na Península, exposto no Museu Epigráfico Egitanense, neste podemos observar a maior coleção de epigrafia romana da Europa alguma vez encontrada num só lugar, sendo mesmo uma referência obrigatória de todos dos epigrafistas, arqueólogos e roteiros patrimoniais. Outra parte deste espólio faz parte das coleções do Museu Tavares Proença Júnior (Castelo Branco) e do Museu Nacional de Arqueologia (Lisboa).

Mas não é só do passado romano que Idanha-a-Velha se pode orgulhar. São muitas as histórias que se encerram no seu perímetro, e que tão importantes foram para a formação do território português. Desde da criação da diocese da Egítânia Sueva, com a sua basílica (séc. V), às manifestações paleocristãs do mundo visigodo. Passando pela presença árabe e o violentar guerreiro da reconquista e desde os cavaleiros do Templo e os cavaleiros da Ordem de Cristo, assim como todos aqueles que percorriam o caminho de Santiago de Compostela, que passava por Idanha-a-Velha, deixaram uma marca inapagável no tempo e na história desta localidade.

É deste modo, que Idanha-a-Velha serve o tema “Do inscrito ao escrito”, que pretende evidenciar a relação subjacente ao desenho da letra, que ao longo dos desenvolvimentos técnicos e tecnológicos, assegura um encadeamento com a história.

Fruto de uma transformação gradual, as letras contemporâneas encontram a sua raiz nos primeiros signos gráficos, que comprovam a origem do pensamento simbólico humano. Foi a partir da imagem e dos primeiros pictogramas, que arrancou o processo evolutivo dos signos gráficos e dos sistemas de escrita, mantendo uma influência mútua entre as necessidades sociais, as técnicas, os suportes, a simbólica, o gesto e a forma.

Tal como o escrito antecede o inscrito, também a letra inscrita tem um impacto evidente no desenho digital de tipos de letra.

Setembro de 2013

Daniel Raposo
João Neves
José Silva
Ricardo Silva

COMISSÕES [COMISSÃO DE HONRA]

Editor & Typographer, John D. Berry, Presidente da Association Typographique Internationale (ATypI)

Professor Doutor António Lacerda, Presidente da Associação Nacional de Designers (AND)

Professor Doutor Vasco Branco, Presidente do Instituto de Investigação em Design, Media e Cultura (ID+/UA)

Presidente do CIMAD – Centro de Investigação em Música, Artes e Design (IPCB/ESART)

Professor Doutor Fernando Moreira da Silva, Presidente do Centro de Investigação em Arquitectura, Urbanismo e Design (CIAUD / FAUTL)

Professor Doutor Enric Tormo – Universidad de Barcelona (FBA-UB)

Professor Doutor António Fidalgo, Presidente Laboratório de Comunicação e Conteúdos Online (LABCOM / UBI)

Professor Doutor Fernando Carvalho Rodrigues, Presidente da Unidade de Investigação em Design e Comunicação (UNIDCOM/ IADE)

Comissão Científica

Jorge dos Reis (FBAUL) – Presidência

Eduardo Herrera (FBA-UPV) – Presidência

Álvaro Sousa (UA)

Antero Ferreira (FBAUP e AdC)

Catarina Silva (IPCA)

Daniel Raposo (ESART)

Daniel Rodriguez Valero (UAlicante)

Dino dos Santos (DSTYPE)

Francisco Providência (UA)

Gil Maia (ESE.IPP)

Helena Barbosa (UA)

Horácio Marques (ESMAE.IPP)

Hugo d'Alte (Wonder)

Joana Lessa (UAlg)

João Lemos (ESAD)

João Brandão (FAUTL)

João Neves (IPCB/ESART)

Jorge Pereira (IPCA)

José Silva (IPCB/ESART)

José Bártolo (ESAD)

Leire Fernández (FBA-UPV)

Luis Ferreira (EUAC)

Luis Moreira (IPT)

Margarida Azevedo (ESAD)

Margarida Gamito (CIAUD) Maria Ferrand (EUAC)

Marina Chaccur (ATypI, São Paulo)

Mário Moura (FBAUP)

Miguel Carvalhais (FBAUP)

Miguel Sousa (Adobe)

Olinda Martins (UA)

Paulo Ramalho (ESAD.CR)

Paulo Silva (IADE)

Pedro Amado (UA)

Pedro Serapicos (ESEIG.IPP)

Ricardo Santos (ESAD.CR)

Roberto Gamonal (UCM)

Rúben Dias (ESAD.CR)

Rui Abreu (r-typography)

Rui Costa (UA)

Rui Mendonça (ID+/FBAUP)

Teresa Cabral (FAUTL)

Tiago Marques (UÉ)

Vítor Quelhas (ESMAE.IPP)

Comissão Executiva (IPCB/ESART)

Daniel Raposo

João Neves

José Silva

Ricardo Silva

Subcomissão organizadora (IPCB/ESART)

Daniel Raposo

João Neves

Ana Paula Gonçalves

Cristina Belo

João Caio

Paula Gonçalves

Ana Mingatos

Daniela Costa

Diana Freire

Diogo Pessoa

Fátima Jacinto

Subcomissão Científica (IPCB/ESART)

Ricardo Silva

Ana Rita Marques

Bolormaa Mandaa

Subcomissão de Comunicação (IPCB/ESART)

José Silva

Pedro Silva

Hélder Milhano

João Paulo Martins

Jorge Costa

Paula Martins

Alexandru Valeanu

Ana-Maria Moise

André Antunes

André Pacheco

Ema Rolo

Emilian Popa

João Almeida

João Fernandes

Lorraine Egito



FCT
Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA

ORGANIZATION



CIMAD
Centro de Investigação
em Música, Artes e Design



naturtejo
GEO.PARK



PROMOTER



PROGRAM

PROVERE
Programa de Valorização Económica
de Recursos Endógenos

CO-FUNDING

**mais
CENTRO**
Programa Operacional Regional do Centro

**QR
EN** QUADRO
DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
INICIATIVA PARCELA



SPONSORS

FontLAB



ESG
Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Gestão

rVJeditores

MEDIA PARTNERS

**ENSINO
MAGAZINE**

apigraf

unostiposduros



atypi
www.atypi.org

PROGRAMA

26 SETEMBRO [QUINTA-FEIRA]
[ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO DE IDANHA-A-NOVA]

{WORKSHOPS}

10.00h - 13.00h / 15.00h - 17.00h

Caligrafia {Ricardo Rousselot}

Introdução ao design tipográfico { Adam Twardoch, FontLab Ltd.}

Design tipográfico de nível avançado {Daniel Rodriguez}

Cross Between Styles {Rúben R. Dias, Ricardo Santos e Aprígio Morgado}

20.00h Evento de boas-vindas [CCR – Centro Cultural Raiano]

27 SETEMBRO [SEXTA-FEIRA]
[ANTIGA CATEDRAL DE IDANHA-A-VELHA]

10.00h Sessão de abertura

10.30h Uma vida a desenhar letras {Ricardo Rousselot}

11.30h Parêntese {Coffee Break}

I - O alfabeto romano: primeira caracterização gráfico-visual – Eduardo Herrera

II - Os primórdios da tipografia em Portugal: factos e personalidades – Ana Curralo

III - As lições dos caracteres móveis – Oriol Moret

13.00h Parêntese {Almoço}

15.00h Conjunto de caracteres: um pequeno interesse na elaboração de letras pelo do gesto e geometria. {Gary Munch}

16.00h Parêntese {Coffee Break}

IV - Semana tipográfica em Bauru: uma interação entre Universidade e comunidade – Fernanda Henriques e Cassia Domiciano

V - Contribuições para difusão do conhecimento em tipografia: o exemplo do projecto Desembaralho – Edile no Capistrano Filho e Paulo Souza

VI - Estratégias de ensino ao nível do desenho de letra no 1º ano da Licenciatura em Design de Comunicação: A forma da letra como elemento expressivo de comunicação – Joana Lessa

VII - A “imagem” da palavra escrita: análise de significados dos signos tipográficos de Identidade Visual Corporativa – Leire Fernández

18.10h Painel ATypI Portugal {Vitor Quelhas e Pedro Amado}

19.00h Lançamento de Livro [CCR – Centro Cultural Raiano]

Prova de produtos regionais

28 SETEMBRO [SÁBADO]

[ANTIGA CATEDRAL DE IDANHA-A-VELHA]

- 10.30** Design de tipos de letra - dos punções ao digital {Rúben R. Dias}
- 11.30h** Parêntese {Coffee Break}
- VIII - O significado da grelha – Roberto Gamonal
- IX - Tipografia arquitetónica nominativa: surgimento de uma nova categoria – Alexandre Salomon
- X - Letras do quotidiano: um olhar do design para a cidade informativa - Emerson Eller e Sérgio Antônio Silva.
- 13.00h** Parêntese {Almoço}
- 15.00h** A definição do seu tom de voz {Bruno Maag}
- 16.00h** Parêntese {Coffee Break}
- XI - A influência da linguagem artística de Eduardo Chillida na criação da fonte tipográfica EHU – Eduardo Herrera e Leire Fernández
- XII - Metodologia do projecto de criação da fonte tipográfica EHU – María Pérez
- XIII - Tipografia e representação: semiótica aplicada aos logótipos de telenovelas da Rede Globo - Dominique Kronemberger e Mirella De Menezes Migliari.
- XIV - Tipografia em camadas: uma proposta de design customizável – Marianne K. Yoshiyassu e Fernanda Henriques
- XV - Adaptação da cor da tipografia em páginas web para pessoas com déficite na visão da cor - Madalena Ribeiro e Abel Gomes.
- 18.00h** Ponto final { . } Enric Tormo
- 19.30h** Inauguração de Exposição (CCR) "Da epigrafia à caligrafia – da tipografia à poesia" {Jorge dos Reis}

29 SETEMBRO [DOMINGO]

{PROGRAMA CULTURAL}

- 10.00h** Visita à vila típica de Penha Garcia através da Rota dos Fósseis
- 12.30h** Parêntesis {Almoço em restaurante com comida regional}

TIPOGRAFIA ARQUITETÔNICA NOMINATIVA: SURTIU UMA NOVA CATEGORIA

Carlos Alexandre Xavier Salomon {ESPM Rio}
alexandre.salomon@espm.br

RESUMO

Este artigo tem como objetivo apresentar uma nova categoria de tipografia arquitetônica, denominada 'tipografia arquitetônica nominativa'. Este conjunto foi assim definido durante a fase de estudos exploratórios da pesquisa sobre ocorrências tipográficas observadas no espaço público do centro da cidade do Rio de Janeiro, denominada TAC, Tipografia Arquitetônica Nominativa Carioca.

Palavras-chave / Tipografia e identidade, Ensino, história e crítica de tipografia, design, arquitetura, história, Rio de Janeiro.

INTRODUÇÃO

A designação de uma nova categoria de tipografia arquitetônica foi possível a partir de uma estrutura de coleta de dados e de parâmetros de análise adotados em outros projetos de pesquisa que investigaram a presença do elemento tipográfico na cidade de São Paulo. Estas pesquisas anteriores tiveram como objetivo principal obter uma melhor compreensão da tipografia enquanto elemento histórico e cultural inserido no espaço público urbano. Com o objetivo de ampliar a compreensão sobre o assunto, pesquisadores das áreas do design e da arquitetura, entre outros, vinculados ao projeto TAP, a 'Tipografia Arquitetônica Paulista' desenvolveram certos procedimentos metodológicos. Entre eles o sistema de fichas de coleta de informações e de registros fotográficos para a elaboração de um banco de dados. Para que este fosse possível, foram criadas categorias cuja a finalidade é a de organizar tais ocorrências tipográficas.

Segundo Gouveia, Pereira, Farias e Barreto (2007, p.3), os elementos tipográficos presentes na paisagem urbana poderiam ser descritos em oito categorias; a 'Honorífica', de homenagem a personagens, a 'Memorial' com as inscrições fúnebres, a de 'Registro' vistas em tampas e grades, a 'Artística', observada nas pinturas e esculturas, a 'Normativa' nas placas e sinais de trânsito, a 'Comercial', geralmente efêmeras, a 'Acidental', incluem manifestações de grafites e pichações e a Arquitetônica, que abrange inscrições perenes geralmente planejadas, construídas ou acopladas, seguindo ou não a linguagem arquitetônica de um imóvel.

Para fins de análise, os elementos de tipografia arquitetônica encontrados em edifícios do centro da cidade de São Paulo foram divididos em elementos de portada, objetos e apliques e as epígrafes arquitetônicas.

O presente artigo procura apresentar os resultados obtidos pela pesquisa denominada Tipografia Arquitetônica Nominativa Carioca (TAC) realizada entre 2008 e 2011. Esta pesquisa incluiu imóveis tombados e localizados no centro histórico da cidade do Rio de Janeiro, cujo resultado foi a criação da nova categoria de tipografia arquitetônica.

TIPOGRAFIA ARQUITETÔNICA

Observando os resultados parciais obtidos durante os estudos exploratórios na primeira fase da pesquisa TAC em 2008, foi possível perceber que diferente da cidade de São Paulo, na área pesquisada no Rio de Janeiro, o nome do edifício nem sempre estava associado à portada.

A pesquisa, realizada na cidade de São Paulo definiu alguns elementos tipográficos arquitetônicos categorizados da seguinte forma:

1. Elementos de portada é quando há tipografia associada ao gradil ou à ornamentação da fachada e ligada ao aparelho da porta podendo informar o nome do edifício;
2. Objetos e apliques são as letras presentes em brasões, maçanetas, caixas de depósito, etc.;
3. Epígrafes arquitetônicas são as assinaturas dos arquitetos, engenheiros ou construtores daquele imóvel pesquisado.

Na pesquisa realizada na cidade do Rio de Janeiro foi possível observar que a tipografia, cujos elementos devem ter a função específica de informar o nome do edifício não estava, de fato, ligada ao elemento arquitetônico da portada e muito menos às demais categorias. Tais elementos podem ocorrer sobre qualquer parte da fachada do edifício. Portanto, estas inscrições devem ser compreendidas em uma categoria inédita. É importante ressaltar que a pesquisa TAC se preocupou em investigar e inventariar esta nova categoria.

Historicamente podemos conceber o uso da tipografia na arquitetura de maneira geral como o resultado da atividade humana de construção de monumentos, que em sentido estrito, são obras arquitetônicas associadas à memória de determinados acontecimentos ou personagens (Kock, 2003, p. 174). É possível perceber que estes monumentos podem apresentar em suas estruturas, elementos tipográficos com as mais diversas finalidades, entre as quais a função de informar o nome. Tal fato deve ser entendido dentro do contexto desta pesquisa como diretamente ligado ao sentido de identificação do imóvel.

O conceito criado por Baines & Dixon (2003, p.99) para tipografia arquitetônica, enquanto estrutura com função de definir um lugar dentro do espaço urbano, foi muito importante para a contextualização desta nova categoria. Ainda segundo Baines & Dixon (2003, p. 97), esta função quando relacionada com a estrutura arquitetônica de um edifício e integrada a paisagem urbana, de maneira ampla, pode ser entendida como parte do sistema de ordenação de uma malha urbana.

O ESPAÇO URBANO

Entender espaço urbano, no contexto da pesquisa TAC é compreender a configuração geográfica do centro histórico da cidade do Rio de Janeiro. A partir daí podemos construir uma ideia concisa de paisagem urbana, isto é, uma estrutura ampla e complexa, cuja forma comporta conceitos de lugar e de espaço urbano.

Segundo Morin (1979, p. 183), o espaço urbano é aquele que informa a cidade, e deve ser observado como o centro da complexidade social. Nele está contida a aglomeração populacional que proporciona o surgimento de um aparelho centralizador, isto é, o ponto de concentração de poder que se traduz arquitetonicamente em palácios, prédios administrativos e templos. É importante ressaltar que esta junção entre pessoas, edifícios e poder proporcionou de acordo com Morin, o surgimento e a divulgação da manifestação da escrita. Ainda segundo este autor, a cidade é resultado da evolução e da hipercomplexidade, recorrentes da expansão do cérebro humano. Ela é também um conjunto, no qual espaço e lugar se formalizam e são assumidos na pesquisa TAC como paisagem urbana.

Portanto, espaço e lugar são partes constituintes da paisagem urbana. De acordo com Certeau (2008, p. 201), lugar é uma ordem, seja ela qual for, segundo a qual se distribuem elementos nas relações de coexistência. Então, lugar é o resultado da progressão do personagem chamado observador-caminhante que se desloca dentro do espaço urbano. Espaço urbano contém paisagem, isto é, quando afirmamos que um único edifício é resultado formal da arquitetura, a relação entre ele e malha urbana configura a cidade. É a interação entre cidade e espaço urbano que formaliza a paisagem urbana.

De acordo com o conceito de visão serial de Cullen (1984, p. 19), a compreensão de espaço urbano parte da perspectiva de observação do observador-caminhante. Segundo Cullen, a paisagem urbana é pontuada por uma série de contrastes súbitos e por impactos visuais. São estas ocorrências que permitem ao observador-caminhante constituir lugares, como mostra o esquema de progressão na figura 1.

É a visão serial que propicia ao elemento humano determinar percursos, e foram estes, que estabeleceram relações de coexistência e a dinâmica do chamado espaço urbano.

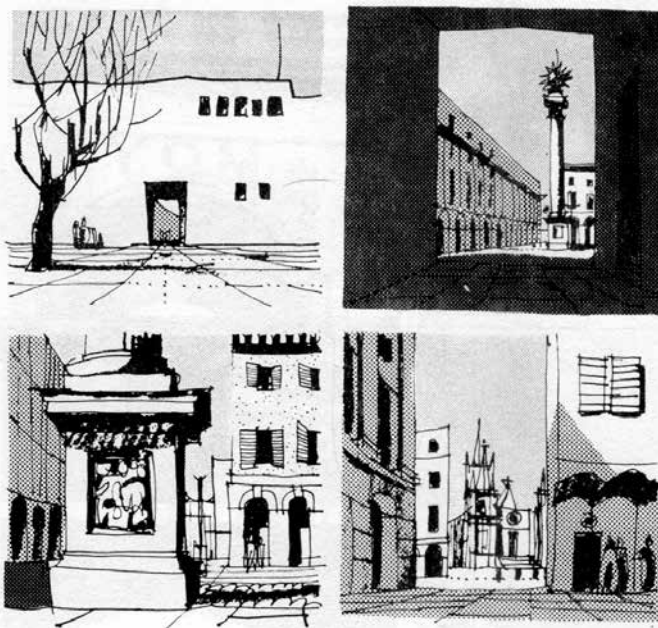


Figura 1. Esquema que representa a visão serial do observador-caminhante construindo os lugares que vão constituir o espaço urbano (CULLEN, 1984, p. 19).

A IMAGEM DA CIDADE

Segundo Cullen (1984), é na sucessão de lugares constituídos que o espaço urbano vai sendo sequencialmente construído, a partir do olhar de quem percorre a malha da cidade e observa a sua paisagem. São as artérias da cidade, as ruas e avenidas, que, de acordo com Cullen, erguem a paisagem urbana através da visão em série. Esta forma serial de constituir lugares é que dá ao sujeito a sensação de pertencimento, contribuindo para a formação de memória. A pesquisa TAC considera então o homem como personagem essencial da formalização da paisagem da cidade. Ele é o observador-caminhante.

Outra ideia de construção da imagem da cidade foi desenvolvida por Lynch, e sugere que esta formalização seja o “resultado de um processo bilateral” (Lynch, 1997, p.7), isto é, enquanto o ambiente sugere “especificidades e relações” (Ibid, 1997, p.7) para o observador-caminhante. Este com a sua capacidade de adaptação e em acordo com seus objetivos específicos, seleciona e dá significado ao que percebe. Portanto, nesta dinâmica dentro do espaço urbano observado através de uma rede é que Lynch relaciona a imagem da cidade com formas físicas, uma delas é constituída por vias, que segundo o autor são canais de circulação:

... ao longo dos quais o observador se locomove de modo habitual, ocasional, ou potencial. Podem ser ruas, alamedas, linhas de trânsito, canais, ferrovias. Para muitas pessoas, são estes os elementos predominantes em sua imagem (Lynch, 1997, p.52).

Através de canais, o observador-caminhante constrói a sua própria imagem projetada enquanto se locomove dentro de uma realidade imediata e aquela estabelecida em sua memória.

As ruas, dentro da malha urbana, têm essa função, a de organizar a circulação humana no interior do espaço urbano. A atitude de observação humana resultante da sua interação com as vias é o que constrói a imagem da cidade ou sua percepção. Portanto, a circulação do homem através dos canais presentes no espaço urbano do centro histórico da cidade do Rio de Janeiro produz, em série, o grande conjunto arquitetônico onde estão imóveis contemplados por esta pesquisa, cujas fachadas trazem os objetos de estudo da pesquisa TAC, tipografia arquitetônica.

DELIMITAÇÃO DO ESPAÇO URBANO

Além das ruas, os bairros são definidos por Lynch como áreas em que o observador-caminhante pode penetrar mentalmente e que possuem características comuns e ainda podem apresentar vários tipos de fronteiras, algumas sólidas outras flexíveis.

O IPP, Instituto Pereira Passos, é o órgão ligado à prefeitura da cidade do Rio de Janeiro, responsável por reunir dados geográficos, estatísticos e históricos, necessários ao planejamento e à gestão da cidade. O IPP forneceu a esta pesquisa, dados sobre bens tombados e sobre a divisão do centro da cidade em quatro grandes áreas chamadas APAC, as Áreas de Proteção do Ambiente Cultural. Estes dados foram usados na pesquisa, criando parâmetros para a divisão da região central da cidade em trechos contínuos; desta forma um trecho importante do bairro da Lapa foi considerado, geograficamente, como parte do centro da cidade do Rio de Janeiro, alterando a percepção dos limites.

Outro delimitador utilizado pela pesquisa TAC foram os pontos nodais, ou melhor, focos estratégicos a partir dos quais o observador-caminhante deve tomar as suas decisões. Em alguns casos, estes pontos nodais podem ter a forma de praças ou de entroncamento de vias importantes, como por exemplo a Praça XV ou o cruzamento da Avenida Rio Branco com a Avenida Almirante Barroso.

Além dos pontos nodais existem os marcos, isto é, pontos de referência espacial visual. Edifícios como o Centro Cultural da Justiça Federal (figura 2), a Santa Casa de Misericórdia (figura 3), o edifício Marquês do Herval (figura 4) e a sede do Clube Naval (figura 5), são exemplos marcantes, presentes na paisagem do centro do Rio de Janeiro.



Figura 2 . Imagem do edifício do Centro Cultural da Justiça Federal (acervo do autor).



Figura 3 . Imagem do edifício da Santa Casa de Misericórdia (acervo do autor).



Figura 4 . Imagem do edifício Marquês do Herval (acervo do autor).



Figura 5 . Imagem da Sede do Clube Naval (acervo do autor).

Compreendemos que cidade e seu conjunto tipográfico devem ser analisados como um espaço construído progressivamente dentro da memória do observador-caminhante. Esta correlação entre linguagem arquitetônica e tipografia cria diálogo entre a linguagem formal, estética e memória, unindo arquitetura e letra.

A tipografia arquitetônica com função de informar ao observador-caminhante o nome de um edifício é uma das diversas manifestações tipográficas possíveis dentro do espaço urbano do centro histórico do Rio de Janeiro. Este tipo de ocorrência, não contemplada nas pesquisas anteriores pode ser compreendida como uma nova categoria, a partir da conclusão da pesquisa ‘Tipografia Arquitetônica Nominativa Carioca’.

A METODOLOGIA

O desenvolvimento da metodologia científica da pesquisa da TAC foi resultado direto da adaptação de métodos utilizados para pesquisas sobre tipografia arquitetônica realizadas na capital paulista.

Os métodos de obtenção de dados sobre a tipografia arquitetônica inserida na paisagem urbana da cidade de São Paulo, relatados em diversos artigos (entre eles Gouveia et al., 2007, Gouveia et al., 2006 e Gouveia et al., 2005), foram estudados e analisados. Esta fase do processo da adaptação foi importante para a compreensão da estrutura do sistema de fichas e da organização dos dados, antes e após a coleta.

O sistema de fichas foi então adaptado e passou por uma fase de estudos exploratórios. O resultado concreto dessa adaptação foi um sistema de fichas denominado ‘fichas TAC’, ou fichas de coleta de dados para a pesquisa Tipografia Arquitetônica Nominativa Carioca. Foi possível, através das fichas, obter de cada imóvel investigado uma descrição de seus atributos arquitetônicos e tipográficos. Partindo da proposta inicial do projeto, foi então definido como objetivo a elaboração de um inventário com os dados coletados.

O sistema de coleta de dados criado para a pesquisa Tipografia Arquitetônica Paulistana (TAP), descritas por Anna Paula Gouveia e Priscila Farias em diversas ocasiões (entre elas GOUVEIA et al., 2007 GOUVEIA et al., 2006 GOUVEIA & FARIAS 2007) serviu como base para os parâmetros da pesquisa carioca. As fichas foram necessárias para que se pudessem coletar informações relevantes para a elaboração do inventário em uma amostra específica.

A construção deste inventário sobre a tipografia arquitetônica nominativa foi apoiada sobre duas bases de conhecimento, uma delas com informações sobre os aspectos arquitetônicos e a outra com dados sobre a proposta do projeto tipográfico com função nominativa presente no edifício.

A pesquisa realizada envolveu as seguintes etapas:

1. Interpretação e adaptação do sistema de fichas da pesquisa Tipografia Arquitetônica Paulistana (TAP);
2. Elaboração de fichas para a pesquisa carioca (TAC);
3. Pesquisa-teste feita em campo (coleta) e observação e análise dos resultados do primeiro teste (tratamento);
4. Pesquisa-teste feita em campo (coleta), observação e análise dos resultados do segundo teste (tratamento), definição das rotas de coleta e o controle dos resultados, respeitando-se os aspectos determinados pelos parâmetros da pesquisa;
5. Elaboração da forma final das Fichas TAC;
6. Aplicação das fichas de coleta de dados e registro fotográfico da amostra (coleta);
7. Pesquisa posterior para complementação de dados através de consulta a informações contidas na última edição oficial da Prefeitura da Cidade do Rio de Janeiro, ao livro “Guia do Patrimônio Cultural Carioca – bens tombados” (Lodi 2008) e aos 3 órgãos responsáveis pelas políticas públicas de preservação do patrimônio histórico, cultural e artístico nacional: IPHAN, INEPAC e SEDREPAHC (coleta);
8. Preparação dos dados obtidos através de tabulação e tratamento gráfico;
9. Elaboração e implementação de um inventário através de um sistema de compartilhamento interativo no qual um we blog é o ponto de partida para planilhas, banco de imagens e mapas.

A adaptação realizada para o levantamento da tipografia arquitetônica dos edifícios do Rio de Janeiro resultou no desenvolvimento de apenas duas fichas.

A ficha/TAC A (anexo 1): registrou dados sobre a identificação do imóvel, incluindo observações sobre aspectos arquitetônicos do edifício;

A ficha B/TAC (anexo 2): registrou e detalhou os elementos de tipografia nominativa. Através de um recurso de numeração, a ficha B/TAC pode se transformar em uma série de fichas que descrevem a ocorrência de mais de um elemento tipográfico de caráter nominativo presentes na fachada principal de um mesmo edifício, por exemplo, fichas B1, B2, B3, etc.

Durante a adaptação do processo metodológico para obtenção de dados para a pesquisa carioca prevaleceu também o aspecto do observador-caminhante que utiliza como referência a tipografia nominativa como orientação espacial dentro da malha urbana.

A NOVA CATEGORIA

A tipografia arquitetônica nominativa, área de estudo e de interesse do campo do design, compreendida como manifestação da linguagem arquitetônica vista em uma determinada amostra de edifícios históricos do Rio de Janeiro, pôde ser observadas a partir de certos ângulos.

7A tipografia arquitetônica nominativa pode servir como guardião da memória. Quando acoplada a fachada de um edifício esta tipografia pode preservar funções um dia atribuídas àquele imóvel.

Reconhecido pelos órgãos de preservação do patrimônio histórico, cultural e artístico do Brasil como Paço Imperial, este foi o edifício que sediou os governos do Reinado e do Império Português. Situada na praça XV, esta construção traz em uma das suas portadas a inscrição ‘CT’ (figura 6). Aparentemente sem ligação com suas origens, esta tipografia foi identificada como abreviatura para ‘Correios e Telégrafos’. O fato é devido ao edifício ter sediado esta instituição logo após a Proclamação da República do Brasil em 15 de novembro de 1889 até o ano de seu tombamento em 1938.



Figura 6 . A tipografia arquitetônica nominativa em uma das portadas do Paço Imperial (acervo do autor).



Figura 7 . A tipografia arquitetônica nominativa na portada do imóvel denominado Edifício Mesbla (acervo do autor).

Outra função que pode ser atribuída a esta categoria é a de preservar o vínculo histórico em construções muito descaracterizadas pela mudança de sua função. Pode-se destacar a arquitetura do edifício Mesbla (figura 7), em estilo art déco, construído em 1934 como sede de uma loja de departamentos que não mais existe, e preserva em sua fachada a tipografia ‘Edifício Mesbla’, mantendo a memória do lugar.

Além destas atribuições, esta categoria tipográfica também vislumbra um vínculo estético entre arquitetura e tipografia. O edifício do Theatro Municipal (figura 8), erguido entre 1905 e 1909, projetado pelo engenheiro Francisco de Oliveira Passos guarda em sua fachada ornamentada, uma estrutura tipográfica em conformidade estética com o estilo arquitetônico eclético, típico do início do século XX no Brasil.



Figura 8 . A tipografia arquitetônica nominativa no topo da fachada do Theatro Municipal (acervo do autor).

CONCLUSÃO

Os resultados completos desta pesquisa podem ser acessados através do endereço eletrônico <http://tipografiacarioca.blogspot.com.br>. Os dados coletados estão formalizados em um banco de dados que compreende um grupo de planilhas, imagens e mapas com localizador dos imóveis e sistema de rotas.

Depois de coletados e organizados, realizou-se uma interpretação dos dados obtidos sobre a tipografia arquitetônica nominativa dos 44 imóveis que apresentaram tais tipos de inscrição dentro da área investigada no centro histórico da cidade do Rio de Janeiro. Foram detectadas 56 ocorrências tipográficas nominativas, sendo que em 100% dos casos a autoria do

projeto tipográfico é desconhecida. Em outros resultados da pesquisa TAC é possível observar por exemplo, que do total de ocorrências, 19 casos (33,9%) de inscrições apresentam tipografia ‘serifada’ e 32 casos (57,1%) classificada como ‘sem serifa’. A maioria das inscrições sem serifa, 12 casos (37,5%), estão presentes em edifícios de estilo arquitetônico eclético. Quanto à localização, a tipografia na fachada soma 26 ocorrências, ou seja, 46,4% dos casos, nos quais ela aparece aplicada na área da portada e em 20 casos (35,7%), as inscrições estão aplicadas no topo. Quanto ao material, o metal é o mais usado, com 35 ocorrências (62,5%) seguido da alvenaria com 11 ocorrências (19,6%).

Outro aspecto importante desta pesquisa é o fato de que seu resultado constituiu um inventário; e conforme disposto no parágrafo 1º do Artigo 216 da Constituição da República Federativa do Brasil, inventário pode ser proposto como um instrumento legal de colaboração com o Poder Público para promover e proteger o patrimônio cultural do povo brasileiro.

Espera-se que este artigo divulgue, apoiado sobre bases metodológicas sólidas, o resultado consequente da pesquisa TAC. O mais importante talvez seja o surgimento da categoria de Tipografia Nominativa que se comunica com as áreas do design e da arquitetura. E finalmente, espera-se que os resultados desta pesquisa possam servir de incentivo às novas pesquisas e ao surgimento de novas categorias de manifestações da tipografia.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BAINES, Phil & DIXON, Catherine. Signs: lettering in the environment. London: Laurence King, 2003.
CERTEAU, Michel de. A invenção do cotidiano. Petrópolis: Vozes, 1990.
CULLEN, Gordon. Paisagem Urbana. Lisboa: Edições 70, 1984.
GOUVEIA, A. P. S.; RAMOS, D. H.; PEREIRA, A. L. T.; GALLO, H.; FARIAS, P. L. . Objetos e apliques: elementos tipográficos na arquitetura paulistana. In: 2º Congresso Internacional de Design da Informação - 1º InfoDesign Brasil, 2005, São Paulo. Anais do 2º congresso Internacional Design da Informação. São Paulo: SBDI Sociedade Brasileira de design da informação, 2005.
GOUVEIA, A. P. S., FARIAS, P., PEREIRA, A. L. T., GALLO, H., FERNANDES, L. A. Anais do 7º P&D Design - Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design. Curitiba: AEND Brasil, 2006.
GOUVEIA, A. P. S., PEREIRA, A. L. T., FARIAS, P. L., BARREIROS, G. G. Paisagens Tipográficas - Lendo as letras nas cidades. Infodesign (SBDI) ., v.1, p.1 - 12, 2007.
LYNCH, Kevin. A imagem da cidade. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
KOCK, Wilfried. Dicionário dos Estilos Arquitetônicos. São Paulo: Martins Fontes, 2003
MORIN, Edgar. Ciência com consciência. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

OS PRIMÓRDIOS DA TIPOGRAFIA EM PORTUGAL

Ana Filomena Curralo {IPVC}
anacurralo@estg.ipv.pt

RESUMO

A tipografia em Portugal nasce no período quatrocentista e, com ela, os primeiros impressores e oficinas tipográficas, locais onde se tornou fecunda a produção de livros hebraicos, porque fértil foi também a expansão intelectual e material dos Israelitas, em Portugal, ao até ao ocaso do século XV.

Contudo só no período de transição do século XV para o século XVI a sociedade cristã despertou para “o poder do livro”, transformando-se na sua disseminadora, com os principais agentes as incontornáveis autoridades religiosas – bispos, cabidos, provinciais de ordens regulares e clérigos instruídos – e, obviamente, os próprios impressores.

Este estudo sustenta-se na bibliografia existente sobre os primórdios da tipografia em Portugal, tendo como objetivo o estudo dos tipógrafos pioneiros que se destacaram no início da época de quinhentos e que marcaram a história das artes gráficas. Ainda dedicaremos ao estudo dos pioneiros da tipografia em Portugal, assim com os trabalhos que imprimiram e à atividade profissional que exerceram, devidamente contextualizados nos objetivos da investigação.

Todavia, não o faremos sem esclarecer de igual modo os factos que mais se destacaram no panorama tipográfico nacional, bem como as obras onde se expressam características inovadoras como, por exemplo, as primeiras experiências no emprego dos caracteres romanos e itálicos.

PERSONALIDADES E FACTOS HISTÓRICOS

Portugal vivenciou o Renascimento à luz de uma perspetiva dual, onde interesse e ambição traçaram uma rota à conquista de novos mundos e novas culturas, sob a regência de D. João II. Mas também outras culturas empreenderam o percurso inverso, até o território nacional. Os estrangeiros vindos para Portugal, integraram o grupo de tipógrafos responsáveis pela impressão e edição de uma parte considerável das primeiras obras literárias e facultaram ao país a oportunidade de estruturar uma imensidão de referências e influências em todo o contexto socioeconómico e cultural.

Os impressores alemães, em contraste com os Judeus que introduziram a tipografia em Portugal no final do século XV, adaptaram-se plenamente à sociedade portuguesa, através de projetos na Casa Real, nas instituições religiosas e com particulares.

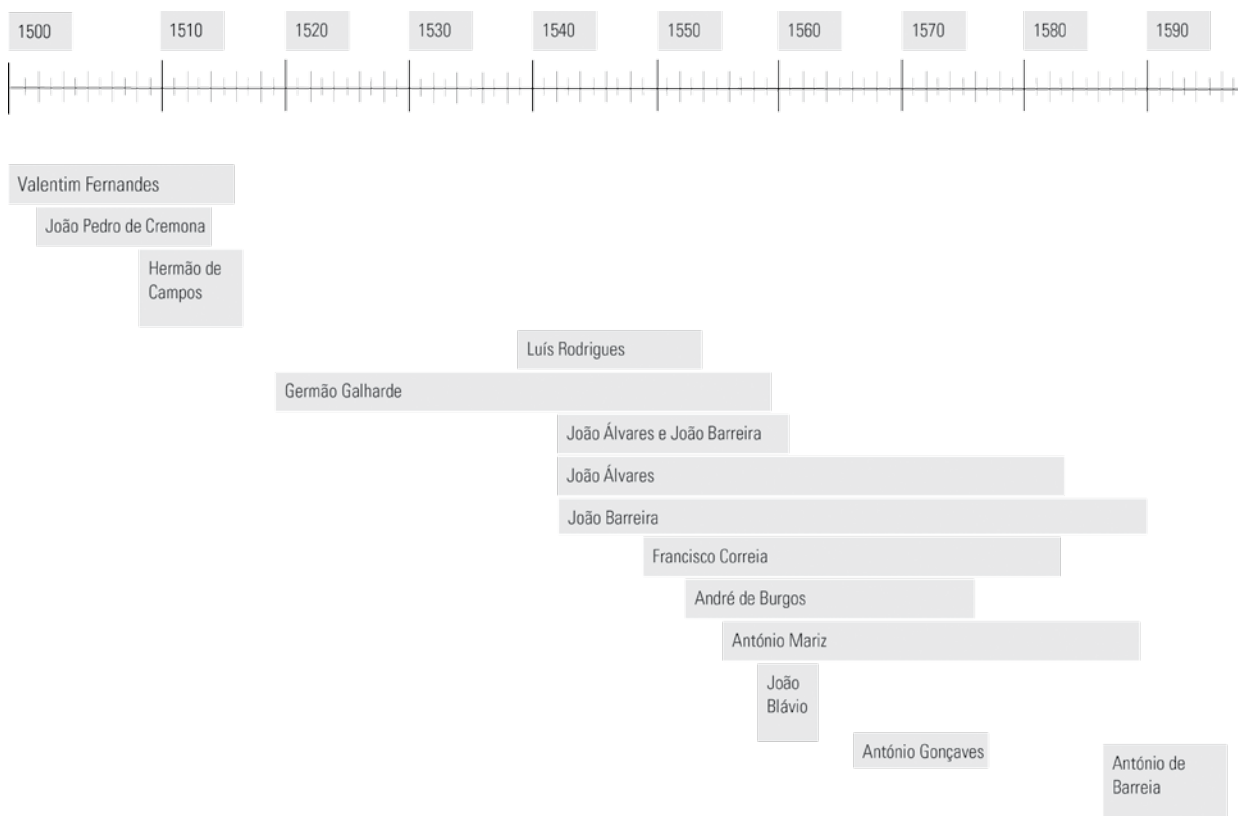


Gráfico 1. Período de atividade de alguns dos tipógrafos quinhentistas.

Nas obras *A Imprensa Portuguesa Durante o Século XVI* (1874), Tito de Noronha e *Documentos para a História da Tipografia Portuguesa (...)* (1888), Venâncio Deslandes, seguindo uma perspetiva cronológica, identificam os tipógrafos e o período de tempo correspondente à sua atividade profissional. A partir da seleção e cruzamento de dados, elaboramos o gráfico 1 que permite aferir a sua prevalência e refletir a dinâmica dos tipógrafos de quinhentos que apresentam maior produtividade de impressão.

Na primeira década quinhentista destaca-se a influência da presença alemã, liderada por Valentim Fernandes e seus discípulos, bem como um italiano e seu conterrâneo: João Pedro Bonhomini de Cremona¹, que exerceu atividade entre 1501 e 1516. Referimos ainda Hermão de Campos², que trabalhou na mesma oficina ou com o mesmo material de Valentim Fernandes, entre 1509 e 1518.

¹ João Pedro de Cremona ou Buonhomini – Impressor italiano, natural de Cremona, que começou por imprimir em Génova e Florença nos últimos anos do século XV, tendo-se instalado em Portugal a partir de 1501. Pelos anos de 1484-1486 aparece ligado a uma sociedade livreira de Veneza. Trabalhou em Portugal, umas vezes só, outras em sociedade com Valentim Fernandes de Morávia. Em 1501 imprimiu a *Grammatica Pastranae*, comentada por João Vaz; em 1502 o *Sacramental*, de Clemente Sanchez de Vercial; em 1504, de parceria com Valentim Fernandes de Morávia, imprimiu o *Catecismo Pequeno*, de D. Diogo Ortiz; em 1505 *Prosodia Grammaticae*, de Estevão Cavaleiro; em 1512 a *Grammatica Pastranae*, comentada por Pedro Rombo; em 1513 o *Livro e Legenda dos Santos Mártires*; em 1513 é vez de imprimir o *Materiae* de Pedro Rombo; em 1514 Ordenações do Reino, por substabelecimento de Valentim Fernandes; em 1514 ou 1515 o *Regimento dos Contadores das Comarcas* e em 1517 imprimiu a *Grammatica* de Estevão Cavaleiro. – *Dicionário dos Tipógrafos e Litógrafos*, In Romper.com [Em linha, acedida em Mai. 2012]. Disponível em http://ruinovo.blogspot.pt/2011/06/dicionario-dos-tipografos-e-litografos_1072.html.

² Hermão de Campos ou Herman de Kempis, foi impressor de quem se conhece uma dezena de obras impressas em Setúbal, Almeirim e Lisboa, entre 1509 e 1518. Como a maioria dos impressores desta época, pouco se sabe da sua vida, das razões que o trouxeram a Portugal, onde a sua permanência é assinada por nove anos de atividade tipográfica, ignorando-se se depois regressou à Alemanha, se saiu de Portugal ou se deixou apenas de trabalhar. Originário do norte da Renânia, de Kempen, foi para além de tipógrafo também bombardeiro da Casa Real, ou seja, membro da Guarda do Paço. Fonte: Romper. Com, acedida em Maio 2012, em http://ruinovo.blogspot.pt/2011/06/dicionario-dos-tipografos-e-litografos_4899.html.

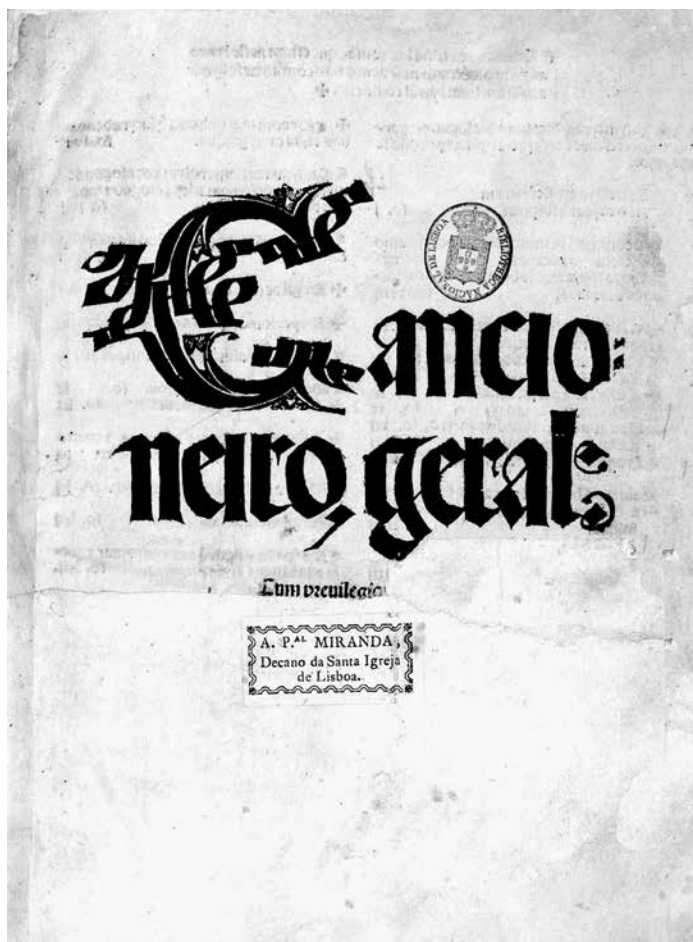


Figura 1. Folha de rosto da obra *Cancioneiro Geral*. Autoria de Resende, Garcia de (1470–1536). A impressão da obra teve início em Almeirim e término em Lisboa, por Hermão de Campos, em 1516. O rosto da obra não possui ilustrações.

Hermão de Campos, manteve oficina em Lisboa e imprimiu de moto-próprio ou em parceria com Valentim Fernandes³ e Roberto Rabelo⁴. No entanto, a mobilidade caracterizava este impressor, pois imprimiu ocasionalmente em Setúbal e Almeirim.

O *Cancioneiro Geral* de Garcia de Resende⁵ (figura 1) que o tipógrafo iniciou em Almeirim, no mesmo ano da obra *Ordem D'Aviz*, 1516, foi finalizada mais tarde, em Lisboa. A edição do *Cancioneiro Geral* foi beneficiada com um privilégio real, cujo texto nos fornece indicações precisas acerca dos confrangimentos com que, nesse ano de 1516, o impressor fazia face à concorrência, tanto de artífices instalados em Portugal como de tipógrafos do país vizinho (Anselmo, 1991, p.123).

As obras saídas dos prelos de Hermão de Campos exibem grande abundância de cartelas e maiúsculas ornamentadas, umas vezes a branco sobre o fundo negro, outras a negro sobre fundo branco. Os títulos compostos com um corpo de letra relativamente maior do que os caracteres de texto eram xilotipia, como era comum na época.

Os ornatos que aparecem nas obras preconizam ainda um cruzamento com os do século precedente, que continuaram a usar-se até quase ao fim do século XVI (Cruzeiro, 1981 p. 136).

Hermão Campos, sempre impermanente quanto ao espaço de impressão, foi alvo de cogitações por parte de alguns autores. Artur Anselmo (1991) menciona que, no caso das obras *Regra da Ordem de S. Thiago* e *Regra da Ordem D'Aviz*, não deixa de ser curioso estarmos perante, em ambos os casos, duas peças fundamentais para as respectivas ordens religiosas e avança que, pelo conteúdo que expressavam, talvez carecessem de revisões constantes e cuidadas, razão que poderia considerar-se suficientemente válida para deslocar um prelo a essas localidades Setúbal e Almeirim (p.124).

³ Valentim Fernandes (? –1519) – Tipógrafo de origem germânica (Morávia) que se estabeleceu em Portugal a partir de 1495. Muitas vezes exerceu a arte da impressão em sociedade, como por exemplo com o seu compatriota Nicolau de Saxónia, com João Pedro de Cremona (ou Buonhomini), com Hermão de Campos (ou Herman de Kempos) ou com Nicolau Gazini do Piemonte. Por ordem da Rainha D. Leonor, Valentim Fernandes imprimiu, logo em 1495, em parceria com Nicolau da Saxónia, *Vita Christi*, traduzido do latim por Frei Bernardo de Alcoabaça e Nicolau Vieira. Em 1518 Valentim Fernandes publicou o que se julga ser o seu último trabalho, *Reportório dos Tempos*. – In Instituto Multimédia, [Em linha, acedido em Dez. 2011].

⁴ Hermão de Campos colaborou com Roberto Rabelo na impressão *Flos Sanctorum* em 1514. Sobre este impressor pouco se sabe, supõem-se apenas que terá colaborado com Hermão de Campos como aprendiz.

Disponível em <http://www.imultimedia.pt/museuirtpress/port/persona/e-f.html>.

⁵ O *Cancioneiro Geral*, coligido por Garcia de Resende e impresso por Hermão de Campos, em 1516, é uma das obras mais importantes da nossa literatura, o melhor quadro da vida palaciana naqueles tempos e a fonte mais completa de documentação histórica de uma época cheia de interesse. – *Manuel II, Livros Antigos Portugueses / 1489–1600/ da Biblioteca de sua Magestade Fidelíssima descrita por S.M.D. Manuel II*, (3 volumes / I /1489–1539; II /1540–1569; III /1570–1600 e suplemento 1500–1507, Universidade de Cambridge: Maggs Bros, 1929, p. 324.

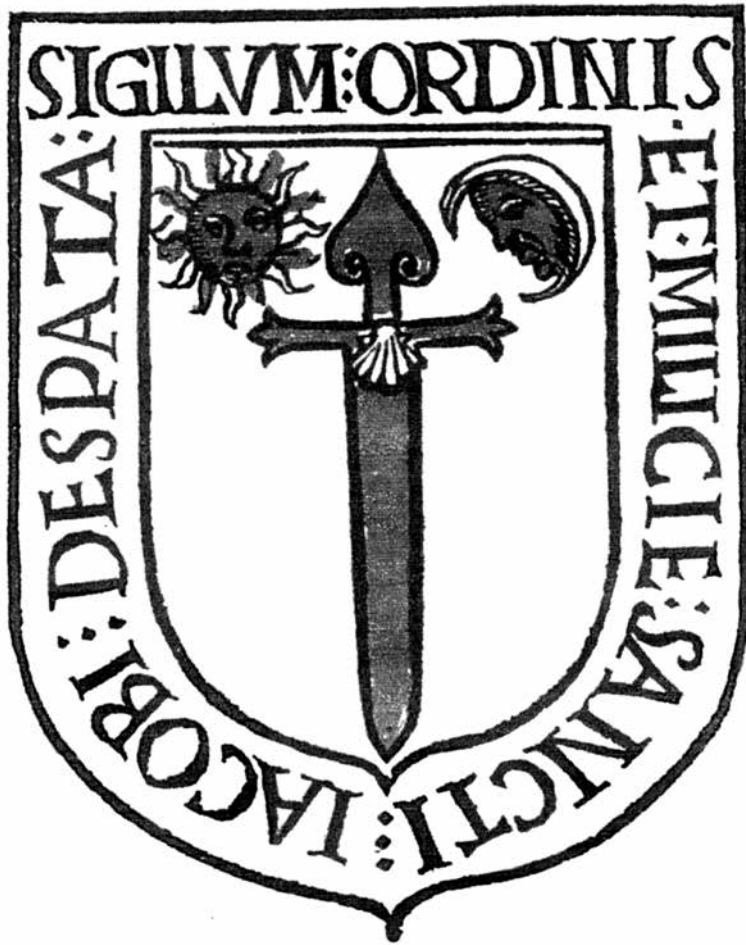


Figura 2 . Selo da Ordem de Santiago, estampado na última folha (Cviii) de *Regra: status : & diffinções: da ordem de Sanctiagu*, impressa em Setúbal, por Hermão de Campos, em 1509. O desenho exibe uma espada, entre o Sol e a Lua, com a seguinte legenda em volta: *SIGILVM: ORDINIS. ET MILICIE: SANCTI: IACOBI: D: ESPATA*. – Dias, João, *Iniciação à Bibliografia*, 1984 p. 16. A figura encontra-se aumentada em relação à escala real.

A obra *Regra: statutos: e diffinções: da ordem de Sanctiagu* (1509) contém ainda, estampado na última folha, o selo daquela ordem religiosa (figura 2). Um pormenor que contribui sobremaneira para o seu cunho inovador, pois, João Alves Dias (1994) considera a legenda do selo, impressa em Setúbal por Hermão de Campos, a primeira xilogravura onde aparecem desenhadas frases inteiras em caracteres romanos (p. 16).

Após Valentim Fernandes e seus associados, veio a estabelecer-se, em Portugal, o francês Germão Galharde, em 1519 ou 1520, inaugura uma fase de exclusividade, pois, por mais de quarenta anos, este foi o principal “animador do comércio de livros” (Anselmo, 1988, p. 468).

Porém, no que a atributos diz respeito, as obras do longevo tipógrafo são, na convicção de D. Manuel II:

“inferiores às de Valentim Fernandes e João de Cremona, ou mesmo às de Hermão de Campos, que imprimiu em Portugal antes dele, havendo a acrescentar que Galharde serviu-se constantemente dos seus trabalhos, das suas gravuras, letras capitulares iniciais, tarjas, que os seus antecessores tinham empregue nas suas com posições, não tendo por consequência a finura dos outros”

D.Manuel II, 1927, vol. I, p. 409

Na primeira metade do século XVI, a aquisição de novo material tipográfico era luxo a que poucos impressores se podiam entregar, quedando-lhes apenas, como hipótese mais viável, a aquisição de equipamento a outro impressor mais velho. Por esse motivo, era comum que elementos gráficos fossem reutilizados, de livro para livro, apresentando diferenças apenas quanto aos esquemas de enquadramento.

Entre 1530 e 1531, Galharde interrompeu a sua costumeira atividade⁶ para montar a tipografia do Convento de Santa Cruz⁷. A sua missão incluía também o ensino do ofício aos monges de Santa Cruz, pelo que se manteve na cidade durante um curto período de 9 meses, regressando pouco depois a Lisboa, onde viveu até ao fim dos seus dias.

⁶Nesse mesmo ano foi agraciado por D. João III, com todos os privilégios reais e liberdades dos oficiais mecânicos da Casa Real. Facto que terá havido supostamente, lugar antes da sua ida a Coimbra. – In Deslandes, Venâncio. *Documentos para a História da Typographia Portuguesa nos Séculos XVI e XVII*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1888, pp. 14–15.

⁷O Mosteiro de Santa Cruz de Coimbra foi fundado em 1131 por D. Telo (São Teotónio) e 11 outros religiosos, que adotaram a regra dos Cónegos Regrantes de Santo Agostinho. O novo mosteiro recebeu muitos privilégios papais e doações dos primeiros reis de Portugal, tornando-se a mais importante casa monástica do reino. A sua escola, como uma das melhores instituições de ensino do Portugal medieval, possuía uma grande biblioteca (agora na Biblioteca Pública Municipal do Porto) e um ativo scriptorium. – In Mattoso, José (Coord.), *História de Portugal*. Lisboa: Editorial Estampa, 1994.



Figura 3 . Folha de rosto de *Antimoria*. Autoria de Barbosa, Aires (1456–1530), Impresso em Coimbra pelos Cónegos de Santa Cruz (1530-1577), em 1536 [dim. real: √ 9 x 15 cm]; gravura [dim. real: √ 7 x 8,5 cm].

Os primeiros anos da imprensa de Santa Cruz são os mais ativos e também aqueles em que se abrem novos modelos gráficos. Contemporaneamente à instalação da tipografia, a biblioteca é enriquecida pela aquisição de livros impressos, como revela o livro de receitas e despesas do Mosteiro, de Novembro de 1534 a Fevereiro de 1535, onde se encontra lançada a compra de diversas obras didáticas e de formação espiritual, necessários à formação dos cónegos regrantes (Meirinhos, 2001, p. 326).

Foi por meio desta atividade que, na época de quinhentos, as principais novidades gráficas em Portugal saíram dos prelos do Mosteiro de Santa Cruz, em Coimbra. É o caso da obra *Antimoria* (1536 [figura 3]), de Aires Barbosa, que além de permitir reviver a época dos estudos das humanidades em Portugal, foi uma das primeiras obras impressas, no nosso país, com caracteres romanos e itálicos. Contudo, João Alves Dias (1994) alerta para a possibilidade de existir uma outra obra *Divisionibus et Diffinitionibus, de Boecio* (sem data), que também poderá ter sido uma das primeiras que saíram dos prelos dos cónegos de Santa Cruz (p.18).

Para a composição das obras impressas em Santa Cruz foram certamente usados outros livros, já impressos no estrangeiro. Exercício aliás, que permitiu o uso da tipografia com verdadeira elegância e nitidez de impressão nos pequenos volumes dos humanistas nacionais Aires de Barbosa e Jorge Coelho, compostos com caracteres de pequeno corpo mas grande nitidez, em contraste com os góticos, de maior dimensão, usados na maioria dos volumes.

A oficina dos Cónegos Regrantes⁸ conservou-se até 1755, ano em que foi deslocada para o convento de S. Vicente de Lisboa, quando D. Sebastião mandou pedir ao prior geral os meios de impressão, com o objetivo de ali se imprimir a bula da cruzada, cujo rendimento deveria ser aplicado às despesas com a guerra de África (D. Manuel II, 1927, p. 120).

Apesar dos caracteres romanos se encontrarem em Portugal desde a década de trinta, não foi antes da década de sessenta que estes se impuseram no panorama tipográfico. O público português, ao contrário do italiano e francês, manteve-se fiel ao desenho de letra marcadamente germânica, o gótico, mais por uma questão de gosto do que por motivos económicos. Se em 1536 se publicava em

⁸ Chamam-se cónegos regrantes aos clérigos que faziam os seus votos religiosos, viviam em comunidade e juravam votos de pobreza. Chamaram-se regrantes por seguirem a regra instituída por Santo Agostinho, distinguindo-se de outros clérigos autóctones. – In *Grande Enciclopédia Portuguesa e Brasileira*, Lisboa, Página Editora/Editorial Enciclopédia, Zairol, 1981, vol. VII, pp.404-405

Coimbra a primeira edição impressa com caracteres romanos, em Lisboa, pela mesma altura, imprimia-se ainda com caracteres góticos, reservando os romanos apenas para alguns ensaios ocasionais em títulos e subtítulos.

Nos primeiros passos da indústria tipográfica e editorial quinhentista, os textos a levar ao prelo eram previamente escolhidos entre os manuscritos de maior procura.

É nesta contingência que surge a função de editor e a tarefa de auscultação de mercado. Quanto à produção de obras e respetiva divulgação, eram tarefas que, quase sempre, ficavam concentradas nas mãos do tipógrafo (Anselmo, 1997, p.77), facto que, como já sucedera com Valentim Fernandes e Germão Galharde, voltaria a acontecer com Luís Rodrigues⁹.

No que diz respeito à comercialização da época, as tarefas de editor, tipógrafo e livreiro acham-se comumente confundidas. É, todavia, necessário ressaltar que nem todos os indivíduos considerados «livreiros» seriam também tipógrafos, tal como explica Deslandes Venâncio na sua obra¹⁰.

A partir de 1539 encontramos registo da atividade de Luís Rodrigues, tipógrafo responsável pela impressão de *Ordenação*, nesse mesmo ano, a qual foi encomendada a João Cromberger¹¹, em Sevilha¹². Depois de concluir o trabalho, desloca-se a Paris onde se abastece de material tipográfico, caracteres e estampas. Contrata também pessoal especializado, no qual se inclui o tipógrafo francês Raollet Dubois, por dois anos. Durante cerca de onze anos, entre 1539 a 1549, como é demonstrado no gráfico 1, saíram dos prelos de Luís Rodrigues cerca de 50 espécimes, algumas de acentuada tendência humanística¹³.

Já desde finais do séc. XV que diversas universidades da Europa procuravam possuir tipografias ou, pelo menos, tipógrafos que para si trabalhassem mediante o estabelecimento de contratos onde se definiam direitos e obrigações mútuas, tais como cedência de prioridade para as obras académicas ou o usufruto de supletivos privilégios para os tipógrafos, em adição à remuneração material pelo seu trabalho.

A origem da imprensa da Universidade de Coimbra¹⁴ remonta ao alvará de D. João III, que a 21 de Março de 1548 autorizava um contrato com impressores privilegiados da Universidade: João de Barreira¹⁵ e João Álvares¹⁶. Pese embora o estabelecimento dos dois tipógrafos em Coimbra desde 1542, só em 1548, por provisão de D. João III, foi confirmada a comissão e fundação da imprensa daquela Universidade. A imprensa era propriedade Real e os impressores pertenciam à Universidade, sem que para isso houvesse necessidade de abandonar a sua atividade independente. Assim, a dupla de tipógrafos João de Barreira e João Álvares, além de exercerem a sua atividade profissional na oficina da Universidade, trabalhavam em parceria com outras cidades do país, como Lisboa, Braga e Coimbra. Antes do contrato com a Universidade ser firmado, os tipógrafos haviam, ambos, oficina própria, fazendo jus à sua reputação como profissionais experientes no ofício impressor.

João de Barreira exerceu atividade entre 1542 e 1590, em Coimbra, Lisboa e Braga¹⁷, ora de moto-próprio, ora em parceria com João Álvares. Conquistou os títulos de Impressor do Rei e de Impressor da Universidade, juntamente com o seu associado. Foi também impressor da Companhia de Jesus e pensado como o mais “opulento” dos tipógrafos do século XVI (Deslandes, 1888, p. 57).

⁹ Luís Rodrigues foi impressor português que trabalhou em Lisboa, pelo menos entre 1539 e 1554. É considerado um tipógrafo renascentista, um pouco à maneira italiana. Foi também livreiro da casa real. A sua marca tipográfica era um grifo enroscado a um tronco, com a legenda *Salva vitae* e o seu nome Ludovicus Rodvrici. Dele se conhecem mais de 50 trabalhos gráficos, quase exclusivamente em tipos góticos e itálicos. Entre as suas obras mais importantes contam-se a *Grammatica da Língua portuguesa com os mandamentos da santa madre igreja, de 1539; Ho Preste Ioam das Índias, de 1540 e Ley que manda deusar das pessoas que teuerem ajuntamento carnal com suas parentas e affins(...)*. – *Dicionário dos Tipógrafos*, in Romper. com [Em linha, acessido em Jan. 2012]. Disponível em http://ruinovo.blogspot.pt/2011/06/dicionario-dos-tipografos-e-litografos_4899.html.

¹⁰ Cf. *Documentos para a história da tipografia portuguesa nos séculos XVI e XVII*. [compil.] Venâncio Deslandes; introd. Artur Anselmo. Lisboa: Imprensa Nacional – Casa da Moeda, 1988, obra que consiste num inventário dos nomes e bibliografia sumária dos tipógrafos, livreiros e editores que trabalharam em Portugal entre o século XVI e XVII.

¹¹ João Cromberger (?-1540) era proveniente de uma família de tipógrafos alemães que trabalhou em Sevilha na primeira metade do século XVI. Também conhecidos como Corenberger, Kronberger, Kroneberger ou Chronberger. Jacobo ou Jacome Cromberger teve oficina naquela cidade onde, entre 1502 e 1528, onde deu à estampa alguns dos mais belos livros góticos impressos em Espanha. Jacobo também trabalhou em Portugal. Em 1508 o rei D. Manuel I de Portugal concedeu-lhe autorização para imprimir no país. Jacobo imprimiu então em Évora e em Lisboa, cidade onde viria a falecer em 1528. Jacobo nunca abandonou Sevilha, embora tenha viajado várias vezes a Portugal... – *Dicionário dos Tipógrafos e Litógrafos*, in Romper. com, [Em linha, acessido em Jan. 2012]. Disponível em http://ruinovo.blogspot.pt/2011/06/dicionario-dos-tipografos-e-litografos_4899.html.

¹² Sendo livreiro de D. João III, Luís Rodrigues obteve, em 1533, um alvará régio para impressão das Ordenações do Reino. Segundo Artur Anselmo, de cada vez que a Casa Real dava ordens para se imprimir uma edição das leis do reino, agitavam-se as águas mornas na vida editorial portuguesa, pela razão simples de que, sendo anormalmente elevada a tiragem da obra, 1000 exemplares de cada conjunto de cinco volumes, isto é, 5000 exemplares na totalidade, eram também elevadíssimos os lucros auferidos pelos agentes comerciais encarregados da edição. Para este lucrativo empreendimento, Luís Rodrigues não hesitou em subempreitar a encomenda a Germão Galharde. Mas *Ordenações* era objeto de almejo por todos os impressores da época devido às prebendas merecidas pelo seu produtor. A este respeito lembramos o que aconteceu com Valentim Fernandes, que fez parte maior da sua fortuna, entre 1512 e 1514, com a primeira e segunda tiragem de *Ordenações Manuelinas*, tendo o rei permitido que se lhe pagasse o contrato em maças de noz moscada e em pigmenta. – in Anselmo, Artur, *Estudos de História do Livro*, Lisboa, Guimarães Editores, 1997, pp. 77-78.

¹³ Como as que foram assinadas por João de Barros, António Luís, Bartolomeu Filipe, André de Resende, Francisco Álvares, Jorge Coelho, Erasmo, D. Jerónimo Osório, Frei João Soares, Duarte Pinhel, Francisco de Monçon e Damião de Góis.

¹⁴ A bula do Papa Nicolau IV, datada de 9 de Agosto de 1290, reconheceu o Estudo Geral, com as faculdades de Artes, Direito Canónico, Direito Civil e Medicina, ficando reservada a Teologia aos conventos Dominicanos e Franciscanos. A universidade, inicialmente instalada na zona do atual Largo do Carmo, em Lisboa, foi transferida para Coimbra, para o Paço Real da Alcáçova, em 1308. Voltou em 1338 para Lisboa, onde permaneceu até 1354, ano em que regressou para Coimbra. Ficou nesta cidade até 1377 e regressou a Lisboa nesse ano. Permaneceu na Capital portuguesa até 1537, data em que foi transferida definitivamente para Coimbra, por ordem de D. João III. – Serrão, Joaquim Veríssimo, *História de Portugal*. Lisboa: Editorial Verbo, 1997, pp. 357-360.

¹⁵ Segundo Tito de Noronha, João de Barreira era de origem espanhola. O autor menciona um Afonso Barreira, que teve prelos em Sevilha em 1569, e um André Barreira que imprimia em Córdova em 1598. – In Noronha, Tito de, *A imprensa Portuguesa durante o século XVI*. Porto: Imprensa Portuguesa, 1874, p. 27. Inocêncio da Silva atribui a Barreira *mui honroso nome*, e um dos que mais notáveis se fizeram entre nós no século XVI. – In *Dicionário bibliográfico português: estudos de Innocencio Francisco da Silva applicaveis a Portugal e ao Brasil*. Lisboa: Imprensa Nacional, Casa da Moeda, 1973, vol. III, pp. 317-318.

¹⁶ João Álvares (?-1586) foi impressor português, natural de Salgueiro (Aveiro), ativo em Coimbra. Exerceu o seu ofício em Lisboa, Braga e Coimbra, de 1542 até 1586, data de sua morte. João Álvares casou com Medea Gil de Coimbra. Tiveram dois filhos: Isabel João, que casou com o impressor António de Mariz, e o licenciado Cristóvão João, deputado do Santo Ofício na Inquisição de Coimbra. Residiu nesta cidade, na Rua das Fangas e nos Paços d'el rei. – In Deslandes, Venâncio, *Documentos para a História da Typographia Portuguesa nos Séculos XVI e XVII*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1888, p. 55.

¹⁷ Da sua passagem por Braga só temos conhecimento de Barreira ter publicado uma obra, *Breviarium Bracharefe*, 1549. Mesmo essa, imprimiu-a em parceria com João Álvares, com quem teve sociedade num período de 25 anos. Contudo, durante esse período de colaboração artística, também trabalhou por conta própria, e atualmente (2010) o espólio da BN e BPMP, contém dezenas de edições impressas, exclusivamente com o seu nome. Apesar de nada sabermos acerca das suas origens familiares, especula-se que era natural de Espanha.

Nas suas obras, Barreira aplicou caracteres góticos, romanos e itálicos. São publicações tidas como importantes, tanto pelo seu valor histórico como pelo seu valor literário. A nível gráfico, algumas das produções de Barreira apresentam uma cuidada e harmoniosa imagem mas outras, parecem ter sido executadas apressadamente, sem apresentar o cuidado e a beleza que assinalaram os primeiros tempos “da nobre arte impressoria” (D. Manuel II, 1927, vol. II, p.209).

António Barreira alcançou condição semelhante. Sendo filho de João de Barreira e aprendiz na oficina de seu pai, gozou, em 1587, do estatuto de tipógrafo privilegiado da Universidade de Coimbra. Mas, como este não tivesse muito sucesso como tipógrafo, à morte de seu pai (João Barreira), em 1590, o tipógrafo António Mariz¹⁸ ocupou o seu lugar. Segundo Deslandes (1988) Este último era preferido pelos jesuítas e tornou-se um dos mais ativos tipógrafos da segunda metade de quinhentos, em Coimbra, Braga, Cernache de Alhos e Leiria. Segundo Deslandes, consta que o tipógrafo-livreiro de Coimbra se fornecia de impressões da oficina de Plantin por intermédio de Pedro Moreto, joalheiro, flamengo, estabelecido em Lisboa (p.94)

Nos primeiros 50 anos de efetuação da imprensa da Universidade de Coimbra sobressaem, como tipógrafos, João de Barreira e António de Mariz, pela soma quantidade e pelos atributos das obras dadas aos prelos. Os caracteres góticos estão presentes na maior parte das obras iniciais mas, progressivamente, acabam por figurar também caracteres romanos e itálicos.

Outro dado que avulta do Portugal quinhentista é a implementação da imprensa em outras cidades do país. Entre estas, Évora figura como centro de relevo e ocupa o terceiro lugar no que à atividade tipográfica diz respeito. Foi com a atividade do impressor André de Burgos¹⁹, a partir de 1553, que Évora passou a fruir de uma oficina tipográfica, a laborar de forma regular. O gráfico 5 mostra que o supramencionado tipógrafo exerceu atividade até 1579. Segundo Jorge Peixoto (1967), André de Burgos não primava pela perfeição. O tipógrafo trabalhara também em Sevilha, donde se conclui que as duas cidades meridionais mantinham estreitas relações no capítulo da tipografia (p. 15).

João Blávio²⁰, tipógrafo contemporâneo de André de Burgos, imprimiu mais de 50 obras entre 1554 e 1563. Tendo atividade durante o reinado de D. Sebastião, João Blávio recebeu, a 6 de Outubro de 1558, licença de isenção do pagamento de direitos para importar material tipográfico. Tratava-se, porém, de uma licença com limitações no que atedia às quantidades de material adquirido, quedando ao tipógrafo, apenas a liberdade de importar caracteres tipográficos sem restrições, pelo que se pode ler no parágrafo abaixo:

«havendo respeito ao beneficio e utilidade que tirava o reino da conservação da sua impressão em Lisboa insenção por dois anos de direitos do papel, tintas, baldreus²¹ e letras que importasse para “despeza e meneio” da sua oficina, não passando, em cada ano, de quinhentas resmas de papel, dois quintaes de tinta, e sem limitações para os caracteres tipográficos, que seriam livres quantos recebesse.»

Deslandes, 1888, p. 96

Ainda mais se demonstra, no parágrafo acima, que os materiais usados nas tipografias, como papel, tinta, ferramentas e, em especial, os caracteres tipográficos, não derivavam de produção nacional, mas de importação.

A relação entre os tipógrafos e o Santo Ofício revestia-se de grande delicadeza. João Blávio foi preso em 1561 sob acusação de ter levado aos prelos falsas bulas, em Espanha. Apesar disso, não foi vítima de segregação pela sociedade, como comumente acontecia, mas foi enviado para trabalhar em Évora pelo Inquisidor Geral (Azevedo, 1913, p. 71-88).

¹⁸ António Mariz (?-1559) obteve o mesmo privilégio, concedido por D. Sebastião (1554-1578), em 25 de Agosto de 1572, aos padres da Companhia de Jesus. Teve oficina em Braga e Coimbra e loja de livros em Lamego. O privilégio consistia em “que ninguém pudesse imprimir, nem trazer de fora, nem vender quaisquer livros compostos, ordenados, ou trasladados por eles, sem sua aprovação, sob pena de perder os ditos livros que lhe fossem achados, e trinta cruzadas de multa. António de Mariz imprimiu, em 1571 e 72, a segunda edição de algumas das obras do celebre compositor Pedro Nunes. – In Deslandes, Venâncio, *Documentos para a História da Tipografia Portuguesa nos Séculos XVI e XVII*, reprod. em fac-símile, Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda, 1888, pp. 91-94.

¹⁹ Andrés ou André de Burgos (?-1576). Alguns autores afirmam terem existido dois tipógrafos com o nome Andrés de Burgos, pois são conhecidos impressos em que aparece o seu nome e que, no entanto, são provenientes de várias cidades, como Burgos, Granada, Sevilha e Évora, entre 1503 e 1580 – um período demasiado extenso para corresponder a um só impressor. In *Dicionário dos Tipógrafos e Litógrafos* [Em linha, acedida em Maio. 2012]. Disponível em http://ruinovo.blogspot.pt/2011/06/dicionario-dos-tipografos-e-litografos_1072.html.

²⁰ João Blávio (1554-1563), impressor alemão, natural de Colónia, que se estabeleceu em Lisboa, onde foi Impressor Régio do rei Sebastião. Imprimiu mais de 50 obras. As suas impressões, produzidas tanto em caracteres góticos como em romanos e itálicos, destacam-se pela nitidez e boa qualidade. Usou como marca tipográfica um escudo com três garras em roquete e, no centro, uma estrela de seis pontas, tudo suportado por dois ursos. Ao alto a marca continha as iniciais I. B. – In Anselmo, António Joaquim, *Bibliografia das obras impressas em Portugal no século XVI*, Lisboa: Biblioteca Nacional, 1926, pp. 83-96.

²¹ Baldreu, derivado do castelhano Baldrez, pele de luvas com que os tipógrafos formavam as balas, pequenas almofadas com cabo de madeira, cheias de lã ou estopa, para não molestar a letra, de que se serviam para dar tinta. – In Deslandes, Venâncio, *Documentos para a História da Typographia Portugueza nos Séculos XVI e XVII*. Lisboa: Imprensa Nacional, 1888, p. 96.



Figura 4. Primeira edição de *Os Lusíadas*, de 1572, ano em que saíram duas edições do poema épico. Impresso em Lisboa, por António Gonçalves.

Não daremos por concluído este estudo sem mencionar António Gonçalves, tipógrafo que houve a honra de imprimir a primeira edição de *Os Lusíadas* (figura 4) o poema épico de Luís de Camões. O impressor é citado por Venâncio Deslandes (1888) como assistente de Duarte Nunes de Leão a quem foi concedida a licença de impressor em 1564. Deslandes afirma que a tipografia de Gonçalves nunca conheceu, apesar da importante obra que imprimiu, a proeminente reputação que é atribuída à de outros impressores:

«Nenhuma lembrança achámos apontada das particularidades da vida e pessoa de António Gonçalves, impressor de livros em Lisboa. A sua typographia, que parece haver sido estabelecida n'esta cidade pelos annos de 1568 ou pouco antes d'elles, e que nunca alcançou tal nome que chegasse a ser afamada entre as do seu tempo, coube todavia a invejada gloria de tirar a primeira estampa dos Lusíadas, do eminente epico Luiz de Camões.»

Deslandes, 1888, p. 101

Contudo, Joaquim Anselmo (1962) descreve António Gonçalves como um tipógrafo notável, que imprimiu sempre em Lisboa e cuja atividade se desenvolveu entre 1566 e 1576, tempo este durante o qual produziu uns 27 ou 28 títulos, com caracteres redondos e itálicos, alguns dos quais de excelente qualidade. Alguns dos rostos das suas impressões são gravados em metal (p. 194).

Na aceção de José Pedro Machado (1927), mediante uma análise às obras de António Gonçalves, pode inferir-se o prestígio de que gozava a sua oficina tipográfica, fundamentado nas possibilidades técnicas e na competência dos seus artífices e de quem os dirigia. Para Joaquim Anselmo, este é um “impressor notável” (p. 5).

CONCLUSÃO

O arranque da tipografia em Portugal ficou marcado pelo caráter religioso das suas edições e foi dominado por tipógrafos estrangeiros nas primeiras três décadas do século XVI. Porém, a partir da quarta década, a grande maioria dos tipógrafos era já de origem nacional.

Os tipógrafos de quinhentos, ao contrário dos seus antecessores, não haviam como preocupação produzir obras que imitassem os manuscritos anteriores à imprensa. O livro, demoradamente, começava a conquistar autonomia e o tipógrafo traçava, cada vez mais, o seu próprio caminho.

À medida que o século ia decorrendo, as imagens que se produziram exibiam indícios claros de influência estrangeira – a assimilação de uma transferência, quase sempre lenta, de valores que chegavam simultaneamente da Alemanha, Itália, Flandres, França e de Espanha. Estes valores estribavam-se em tipologias adaptadas aos modelos predeterminados pela classe religiosa ou por grupos das classes mais altas da sociedade e que acabava por ser promovido como regra para o cidadão comum.

Os meios técnicos e o material tipográfico eram escassos e o recurso às ilustrações tornou-se indispensável, pelo menos em certos casos, quer para a valorização do objeto livro, quer por razões de ordem didática e artística. Os impressores, recorriam a material de proveniência estrangeira, frequentemente desgastado ou em mau estado, ou tentavam reproduzi-lo, com maior ou menor precisão.

As gravuras estampadas nos primeiros livros portugueses serviam igualmente ao objetivo de ornamentar e embelezar. Acresce, a essa função primeira das gravuras, ilustrar o texto que acompanhavam, pese embora o facto de nem sempre os seus artífices terem correspondido inteiramente ao que se propunham ou ao que, nalguns casos, lhe era exigido.

As matrizes xilográficas circulavam de tipógrafo para tipógrafo, de cidade em cidade, de país em país e, sobretudo, repetiam-se de livro para livro, evento que ocorreu durante várias dezenas de anos, como é o caso da portada de *Os Lusíadas*.

O mosteiro dos Cónegos Regrantes de Santa Cruz, em Coimbra, foi o berço das maiores novidades tipográficas nascidas em Portugal na época de quinhentos, associadas com a publicação de obras poéticas de humanistas nacionais. Na tipografia do mosteiro deu-se à estampa obras graficamente notáveis pela inovação que preconizavam e pela forma como enobreceram a abertura da indústria gráfica portuguesa às correntes da Europa quinhentista.

Os tipógrafos não dispunham de meios de autofinanciamento e permaneciam na contingência de pedir ajuda aos mecenas, como as instituições religiosas, a Casa Real e particulares que pudessem patrocinar a impressão das obras.

Independentemente das razões havidas pelos mecenas para o investimento em objetos, à época considerados raros e pouco acessíveis, foi indubitavelmente graças a estas entidades que a cultura gráfica encontrou caminhos que conduziram à sua implementação e desenvolvimento no país e que, atualmente, se constituem como o legado da cultura gráfica em Portugal.

REFERÊNCIAS

- ANSELMO, António Joaquim. (1962). *Bibliografia das obras impressas em Portugal no século XVI*. Lisboa: Biblioteca Nacional, 1926.
- ANSELMO, Artur. (1992). *O livreiro Luís Rodrigues. Cadernos BAD*. Lisboa: Associação Portuguesa de Bibliotecários, Arquivistas e Documentalistas.
- (1987). *Os primeiros impressores que trabalharam em Portugal*. *Revista da Biblioteca Nacional*. Lisboa: Biblioteca Nacional.
- (1991). *História da edição em Portugal: das origens até 1536*. Porto: Lello & Irmão.
- (1987). *Valentim Fernandes ou a mediação na alteridade*. *Revista da Biblioteca Nacional*. Lisboa: Biblioteca Nacional.
- (1988). A tipografia ao serviço do humanismo. In *O humanismo português 1500–1600*, 1º simpósio nacional. Lisboa: Academia das Ciências de Lisboa.
- CRUZEIRO, Maria, Manuela. (1981). *As obras impressas em Portugal pelo tipógrafo Hermão de Campos (1509–1508)*, *Revista da Biblioteca Nacional*. Lisboa: Biblioteca Nacional.
- DIAS, João José Alves (1994) – *Iniciação à Bibliofilia*, Lisboa, Pró-Associação Portuguesa de Alfarrabistas.
- DESLANDES, Venâncio (1998). *Documentos para a História da Tipografia Portuguesa nos Séculos XVI e XVII, reprod. em fac-símile*. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- MACHADO, José Pedro (1972). *O impressor de “Os Lusíadas”*. In *Prelo*. Lisboa: Imprensa Nacional.
- D. MANUEL II (1927). *Livros Antigos Portugueses 1489–1600 da Biblioteca de Sua Majestade Fidelíssima*. Londres: Maggs Bros, Impresso na Imprensa da Universidade de Cambridge.
- MEIRINHOS, José Francisco, et.al. (coord.) (2006). *Tipografia Portuguesa do século XVI, nas Coleções da Biblioteca Pública Municipal do Porto*. Porto: Biblioteca Pública Municipal do Porto, 2006.
- NORONHA, Tito Augusto Duarte de (1874) – *A imprensa portuguesa durante o século XVI*. Porto: Imprensa Portuguesa, 1874.
- PEIXOTO, Jorge (1967) – *História do Livro Impresso em Portugal*, Coimbra, 1967.

TIPOGRAFIA E REPRESENTAÇÃO: SEMIÓTICA APLICADA AOS LOGOTIPOS DE TELENÓVELAS DA REDE GLOBO

Mirella De Menezes Migliari {ESPM-Rio}
migliari@espm.br

Dominique Kronemberger Pádua {ESPM-Rio}
kronemberger.d@gmail.com

RESUMO

Este trabalho teve como objetivo provocar uma maior reflexão sobre o papel da tipografia na representação dos conceitos a partir da avaliação de como vem sendo aplicada e percebida em um contexto simbólico de enorme exposição na sociedade brasileira: as telenovelas da Rede Globo de televisão. Foi conduzida uma investigação a cerca da transmissão de características relativas ao teor da trama de uma telenovela por meio da representação tipográfica no contexto da Identidade visual, observando-se que este logotipo poderia estar inserido nas mais variadas aplicações – como em produtos licenciados, embalagens, publicidade etc., todos eles relacionados à novela. Também foi proposta deste trabalho definir com base em que elementos e em que simbologia esse conteúdo é comunicado. Foram analisadas as Identidades visuais das novelas produzidas pela Rede Globo nos anos de 2011 e 2012, buscando-se esses elementos e visando avaliar a sua relação e influência na mensagem percebida pelo espectador e público-alvo dos produtos relacionados. Para concluir estes objetivos foram utilizadas referências multidisciplinares, principalmente nas áreas de tipografia, semiótica, sociologia e comunicação.

Realizou-se uma taxonomia dos logotipos analisados com base em conceitos extraídos da semiótica. Foi pedido a cinco Doutores/Mestres em Design que analisassem os elementos gráficos que constituem as Identidades visuais de nove telenovelas. E, em seguida, que completassem uma tabela com palavras-chave que descrevessem as qualidades abstratas e associações imediatas causadas pelos logotipos produzidos para estas novelas, discriminando assim quais as qualidades visíveis – e portanto tangíveis – que provocam determinadas associações. Em seguida, os dados foram tabelados e a partir das palavras-chave com mais ocorrências elaborou-se um questionário o qual foi levado a uma amostra do público geral da Rede Globo.

O objetivo foi confirmar se as percepções deste público coincidiram com aquelas inicialmente apontadas pelos especialistas – Mestres e Doutores. Ou seja, verificar se o entendimento dos elementos visuais era consensual tanto entre especialistas quanto entre aqueles sem instrução visual específica. De uma forma geral, as palavras mais mencionadas pelos especialistas foram muito pertinentes às tramas das respectivas telenovelas. Em alguns casos, os conceitos derivaram de elementos gráficos que não a tipografia, e sim elementos descritos como adicionais, acessórios – tais como cores, acabamentos, inserções gráficas, texturas etc. Porém, em boa parte dos casos a tipografia produziu um número considerável de associações, especialmente naqueles em que sofreu alguma distorção intencional ou quando pertencente à categoria fantasia. Trabalhou-se com a hipótese inicial de que os logotipos produzidos para a teledramaturgia comunicam ao espectador final qual é o argumento central da trama, utilizando-se sobretudo da tipografia.

Ao confrontar-se os resultados obtidos pela pesquisa à hipótese inicial, foi constatado que as Identidades visuais estudadas transmitem percepções corretas pretendidas à cerca da trama da novela. Assim, por mais que a tipografia desempenhe um papel importante, os elementos adicionais influenciam fortemente na associação pretendida. Entende-se, por fim, que a representação dos logotipos de novelas têm seu êxito na combinação de elementos tipográficos com os demais elementos gráficos aos quais o designer recorre.

Área temática / Tipografia e Identidade

Palavras-chave / tipografia, telenovela, logotipo, análise semiótica

INTRODUÇÃO

A representatividade da tipografia reside não apenas na atribuição de fonemas aos símbolos gráficos que constituem o alfabeto. Além da função linguística, a tipografia tem uma função estética inerente, tornando-se capaz de transmitir conceitos abstratos complexos por meio de sutilezas do desenho dos caracteres. Quando confrontado com a missão de representar um conceito visualmente, é da competência do designer criar ou escolher os elementos tipográficos mais adequados para a transmissão do conteúdo.

Partindo desta premissa, esta pesquisa teve como intenção provocar uma reflexão sobre o papel da tipografia na representação de conceitos, a partir da avaliação de como vem sendo aplicada e percebida em um contexto simbólico de enorme exposição na sociedade brasileira: as telenovelas.

Desde que a primeira novela da Rede Globo, *Ilusões Perdidas*, de Enia Petri, foi ao ar em 1965 (Central Globo de Comunicação, 2010), esta forma de programa tornou-se não apenas o produto cultural mais amplamente consumido no país, mas também um veículo formador de opinião de grande alcance e importante indicador das mudanças da sociedade. Por muitos anos, as novelas produzidas pela emissora têm feito parte da memória afetiva do brasileiro e os enredos e personagens mais icônicos são, até hoje, parte da cultura popular.



Figura 1. Logotipos das telenovelas da Rede Globo submetidos à análise semiótica.

Atualmente se observa um processo que tende a ampliar o alcance da teledramaturgia. O fenômeno de transmídia - a expansão da informação através de múltiplas plataformas de comunicação - tem o poder de transformar um programa televisivo em uma experiência interativa promovida na internet, nos meios impressos e, inclusive, na comercialização de produtos sob um mesmo nome, alçando a narrativa ao status de marca.

Gradativamente, as emissoras de tevê aberta têm aderido a essa tendência, timidamente lançando produtos licenciados de suas novelas e programas de variedades. Em 2012, dois sucessos de audiência da Rede Globo — as novelas *Cheias de Charme* e *Avenida Brasil* — impulsionaram a venda de produtos que variaram de sapatos e bijuterias a produtos de limpeza e, até, uniforme de um time de futebol fictício. Portanto, hoje, o logotipo de uma novela é um organismo independente, dissociado da vinheta de abertura. Ele deve ser capaz de agregar sentido a suas mais variadas aplicações, desde impressos e comerciais de TV a produtos licenciados em nome da atração televisiva.

Portanto, esta pesquisa teve como objetivo investigar como a representação tipográfica é capaz de comunicar sobre a trama de telenovelas por meio de seus logotipos. Procura-se definir com base em que elementos e em que simbologia este conteúdo é transmitido, tomando-se como exemplo os logotipos de nove produções dramáticas da Rede Globo, nos anos de 2011 e 2012. Parte-se da hipótese de que os recursos visuais próprios ao design gráfico, sobretudo a tipografia, comunicam ao espectador final qual é o argumento geral da trama.

INTERPRETAÇÃO E SENTIDO

“Você não pode não comunicar”
Paul Watzlawick

Para Niemeyer (2010, p. 19) “A semiótica ilumina o processo no qual se dá a construção de um sistema de significação (...) (...) o produto de design é tratado como portador de representações, participante de um processo de comunicação”. É vital que se valha de conceitos da semiótica no estudo da significação dos tipos, pois, como indica o próprio nome, semiótica é a teoria geral dos signos – que, de acordo com Peirce, são qualquer coisa que representa algo para alguém em determinado contexto (Peirce *apud* Niemeyer, 2010). E que signo representa mais para o homem do que os caracteres da sua linguagem?

Peirce classifica os signos em mais de uma categoria, que possuem alguma correspondência entre si. À esfera denominada de primeiridade pertencem os ícones, meramente representativos das qualidades perceptíveis, os atributos visuais e pictóricos. Signos pertencentes à esfera da secundidade lembram aquilo a que se referem por associação, muitas vezes representando uma parte ou um indício da existência da coisa em si. Uma pegada de urso, por exemplo, não é um urso, mas representa a existência de um. São os chamados índices. Por fim o que se enquadra na terceiridade são os símbolos, formas arbitrariamente designadas a objetos, que passam a representar por convenção (Migliari, Nojima, 2007).

A tipografia é uma combinação de palavra e imagem, signos que se comportam de forma distinta: “Por exemplo, as características visuais de uma determinada fonte e sua disposição sobre a página (layout) podem sugerir determinado conteúdo por estabelecer similaridade ou algum tipo de paralelismo visual com o objeto que pretendem representar” (Migliari, Nojima, 2007, p. 24). Aqui cabe avaliar o que a tipografia transmite pela sua forma, na qualidade de comunicação visual.

ANÁLISE SEMIÓTICA

Analisado do ponto de vista da semiótica, o logotipo é um signo de grande força, que combina diversos níveis de significação. De seu nome (seu designativo, um sinal que prenuncia aquilo a que estamos nos referindo) à sua cor, forma, peso (aspectos qualitativos, sensoriais), qualquer elemento pode ser interpretado como ícone, índice ou símbolo de coisas a que se pretende remeter. Apenas a tipografia, por si só, já pode ser avaliada de dois pontos de vista: como palavra e como imagem, sendo que os sentidos semânticos e simbólicos podem não ser condizentes.

Desta forma, as ferramentas de análise semiótica aplicáveis ao estudo do logotipo são variadas. Além de avaliar-se as qualidades visíveis do signo, é preciso identificar as qualidades abstratas associadas, o contexto a que pertence, a função a que se presta e em que sistema de significação se encaixa.

De acordo com Santaella (2002, p. 69) são três os pontos de vista que se deve adotar:

QUALITATIVO-ICÔNICO

Engloba tudo o que deriva das características físicas do objeto de estudo (os quali-signos). A cor, forma, volume, dimensão, textura, composição e as percepções que se formam a partir destas – sofisticado, frágil, severo, elegante, delicado. Ainda considera-se as associações livres, feitas por relações de semelhança. Pode-se prever até certo ponto as associações por semelhança a que levam as qualidades visíveis, embora haja aí sempre algo de subjetivo.

SINGULAR-INDICATIVO:

O produto é analisado de acordo com seu contexto e a finalidade a que se presta. No caso dos nove logotipos avaliados neste trabalho, dentro da esfera do singular-indicativo eles são considerados sob o aspecto de representação da novela. As semelhanças e diferenças entre eles são apontadas e justificadas de acordo com as tramas que representam, de forma a se identificar padrões na formação dos logotipos.

CONVENCIONAL-SIMBÓLICO

Símbolo é, de acordo com Santaella, 2002, tudo aquilo a que se deu um significado arbitrário, adotado por convenção, e que para ser interpretado depende do conhecimento de uma série de leis de aplicação. A língua escrita é um exemplo de conjunto de símbolos. Consistindo elementarmente da palavra escrita, o nome da telenovela pertence à esfera do convencional-simbólico. Pertencem também os valores agregados culturalmente à marca, o status que esta possui e as expectativas que preenche.

Neste ponto analisam-se as marcas como um todo, cada qual membro de um conjunto de signos do mesmo tipo, com pontos em comum – entre os quais, todos serem o rosto do produto de maior expressão da Rede Globo, e portanto da TV brasileira, a teledramaturgia.

A TRANSMÍDIA NA TELEDRAMATURGIA

“A generalização semântica é uma teoria segundo a qual a mensagem emitida por um produto é transmitida à marca por um processo de abstração, e desta a um novo produto” (Perez, 2004, p. 31). Isto define perfeitamente o processo que, gradualmente, vem sendo adotado pela Rede Globo com a Globomarcas, distribuidora de produtos licenciados da rede de televisão. Uma grande variedade de produtos inspirados e protegidos pela teledramaturgia toma o mercado, identificados pelo logotipo da novela de que derivam. A partir desta prática, um simples par de sapatos de salto alto não é mais apenas isto, mas um indicativo de personalidade que muito deve à personagem que o inspirou. “Um indivíduo transfere o significado de um objeto aos signos associados a esse objeto que, por sua vez, são transferidos a um novo objeto que possua o mesmo signo” (Hartman et al, 1990 apud Perez, 2004, p. 31).

A novela é um recurso de narrativa complexo, pode criar mundos e personagens fantásticos, altamente elaborados. Graças à repetição, e claro, em parte à qualidade da representação gráfica do logotipo, tudo o que pertence a esse universo associa-se permanentemente à marca. O objetivo é que os elementos de expressão marcária ajudem a criar laços afetivos e emocionais com o consumidor. “A tendência geral esperada é que, nos casos em que [o consumidor] possua uma imagem favorável da marca original, sobrevalorize os seus produtos, em decorrência do ‘feito halo’ ” (Perez, 2004, p. 32).



Figura 2 . Produtos licenciados pela Rede Globo.

CONSIDERAÇÕES QUANTO À METODOLOGIA

As análises dos logotipos foram feitas por cinco especialistas, todos membros do corpo docente da ESPM-Rio (Escola Superior de Propaganda e Marketing – Rio de Janeiro), dentre Mestres e Doutores em design. Estas análises foram realizadas com base numa taxonomia em três níveis calcados na teoria semiótica: as qualidades visíveis, seguidas das qualidades abstratas a que elas remetem (relativas ao nível qualitativo-icônico), e por fim as associações livres (relativas aos níveis singular-indicativo e convencional-simbólico). Cada especialista preencheu nove tabelas - uma para cada Identidade visual de novela. Em cada tabela apontou-se, ao final, palavras-chave que representassem as qualidades abstratas percebidas, e também foram feitas associações livres com o logotipo da tabela. Ao final, os resultados quantitativos e qualitativos foram tabulados.

De uma forma geral, as palavras mais mencionadas pelos especialistas foram muito pertinentes às tramas das respectivas telenovelas. Em alguns casos os conceitos derivaram de elementos gráficos que não a tipografia, como, por exemplo, foi o caso da novela Amor Eterno Amor - cujo logotipo tem a forma do símbolo do infinito, e isto provocou mais associações do que a forma das letras. Porém, em boa parte dos casos, a tipografia produziu um número considerável de associações, especialmente naqueles em que sofreu alguma distorção (a saber no caso das novelas Insensato Coração, Aquele beijo, Avenida Brasil) ou quando pertence à categoria fantasia (Cordel Encantado, A Vida da Gente).


	CORES	PESO	CLASSE/ ESTILO DA LETRA	ESPACEJAMENTO	MODIFICAÇÕES/ DISTORÇÕES	ELEMENTOS GRÁFICOS ADICIONAIS	EFEITOS/ ACABAMENTOS
QUALIDADES VISÍVEIS	Branco, preto	bold	moderno, sem serifa	muito próximo	corte da letra V sobre a palavra Brasil	luzes coloridas	—
QUALIDADES ABSTRATAS	contraste	impacto	atual	tensão	perfuração	faróis	—
ASSOCIAÇÕES	Drama, adulto, violento, urbano, trânsito, tragédia, faróis de carro, luzes de boate						

Figura 3 . Exemplo da tabela preenchida pelos especialistas. Esta refere-se ao logotipo de Avenida Brasil, de 2012.

Dentre as palavras escolhidas pelos especialistas, as que tiveram maior ocorrência (mencionadas por três ou mais designers) foram selecionadas e incluídas em um teste, levado ao público no estágio final de pesquisa. Este teste consistiu em um formulário, em que os 9 (nove) logotipos foram submetidos a uma pequena amostra representativa da audiência da Rede Globo – dentre o público abordado, apenas 20 testes puderam ser aproveitados. Individualmente, pediu-se que cada um fizesse uma associação entre as palavras - pré-determinadas pelo painel de especialistas - e os logotipos que, em sua opinião, representassem melhor o conceito delas. O resultado deste questionário poderia confirmar ou contradizer as hipóteses traçadas em relação à compreensão dos logotipos. Possíveis - e prováveis - interferências causadas pelas opiniões/informações que o espectador já possui em relação à emissora e às novelas eram bem-vindas, pois é do repertório de impressões e experiências prévias do observador que o sentido se forma.



Figura 4 . Teste aplicado a uma amostra da audiência da Rede Globo.

CONCLUSÕES E RESULTADOS

A percepção da tipografia é, apesar de tudo, uma questão subjetiva. Mesmo entre os designers gráficos que a estudam. Nos objetivos desta pesquisa, portanto, não se pretendia atribuir toda a capacidade representativa dos logotipos de telenovela à tipografia apenas, mas investigar da melhor forma possível se ela exercia algum papel na transmissão dos conceitos que, agora pode-se afirmar com alguma segurança, são efetivamente transmitidos através do logotipo sobre a trama.

A metodologia utilizada permitiu, a princípio, que se apontasse caso a caso, na opinião de designers experientes, os elementos gráficos concretos que produzem nos observadores determinadas conexões abstratas. Estas conexões apontadas pelos designers docentes da ESPM, e, presumivelmente, pretendidas pelos designers criadores dos logotipos, puderam ser facilmente relacionadas com a maioria das sinopses das respectivas telenovelas, induzindo a conclusão de que os logotipos, independente de julgamento de valor, representam bem as novelas que designam na percepção dos especialistas — e, de acordo com o que sugerem os resultados da segunda fase de pesquisa, na do público leigo também. A exceção parece ser o logotipo de *Morde e Assopra*. Analisando atentamente a sinopse da novela, porém, percebe-se que é também a trama mais complexa, irreal e desconexa entre as novelas definidas como amostra, e que foi dada atenção especial à vinheta, talvez em detrimento do logotipo.

Um aspecto deve ser apontado porém: não se pode mensurar até que ponto, ao menos na fase de testes com o público geral, a percepção é gerada por mais do que a imagem, mas pelo sentido das palavras e mesmo a notoriedade da novela, mesmo com as instruções específicas de que se desconsiderasse a experiência anterior. No caso de *Avenida Brasil*, por exemplo, um enorme sucesso de audiência, conexões feitas com o contexto da vinheta de abertura apareceram nos resultados do teste.

Quanto à participação da tipografia na comunicação visual destes logotipos, pode-se apontar que, na taxonomia, as relações de qualidades abstratas feitas pelos especialistas com as qualidades visíveis da tipografia encontraram ressonância nas associações livres feitas pelo público na fase dois. O fato de o consenso ser, em alguns casos, menor na percepção dos logotipos unicamente tipográficos sugere apenas que os elementos gráficos adicionais potencializam o sentido, mas não são unicamente responsáveis por ele. Isto porque mesmo quando estes elementos extras não estavam presentes, ainda foi possível verificar as mesmas percepções da taxonomia, ainda que com uma incidência menor do que 50%.

Embora não inteiramente conclusivas, as descobertas feitas no processo desta pesquisa são um grande passo para comprovar a hipótese de que os logotipos funcionam como comunicação visual, são percebidos pelo público, e a tipografia agrega valores em parte responsáveis por esta percepção. O significado das questões levantadas aqui, porém, é que o design gráfico, e dentro das suas aptidões, a tipografia, se comprova e legitima constantemente como um meio de comunicar ideias complexas, de forma direta, através da percepção visual. Mesmo quando ela parece passar despercebida, e quando cumpre o papel de coadjuvante, não se pode negligenciar a importância da tipografia como ferramenta de transmissão de ideias, tanto neste caso; da audiência da Rede Globo, um número considerável de brasileiros que podem formar suas impressões e opiniões influenciados pelo que percebem visualmente; quanto em qualquer de seus outros usos possíveis, pois ela evidentemente é um recurso que potencializa as mensagens e a qualidade de um trabalho de design gráfico.

REFERÊNCIAS

- CENTRAL GLOBO DE PRODUÇÕES (2010). Guia ilustrado TV Globo: novelas e minisséries / Projeto Memória Globo. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed.
- MIGLIARI, M. de M. e NOJIMA, V. L. M. dos S. (2007). Tipografia 'desconstrucionista' e o modelo triádico de Peirce. *InfoDesign: Revista Brasileira do Design da Informação* 4.
- NIEMEYER, L. (2010). Elementos de semiótica aplicados ao design. Rio de Janeiro: 2AB (4ª tiragem).
- PEREZ, C. (2004). *Signos da Marca: expressividade e sensorialidade*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.
- SANTAELLA, L. (2002). *Semiótica aplicada*. São Paulo: Pioneira Thomson Learning.

SUGERENCIA DEL LENGUAJE ARTÍSTICO DE EDUARDO CHILLIDA PARA LA CREACIÓN DE LA FUENTE TIPOGRÁFICA EHU

Eduardo Herrera Fernández {UPV/EHU}
eduardo.herrera@ehu.es

Leire Fernández Iñurritegui {UPV/EHU}
leire.fernandez@ehu.es

RESUMEN

La fuente tipográfica EHU es el resultado del proyecto de investigación financiado por la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU-PES 11/31), a través de su programa de investigación estratégica, cuyo objetivo ha sido la creación de una fuente tipográfica específica que forme parte de la gestión de su identidad visual corporativa.

El principio conceptual para dotar de unas características de identidad visual corporativa a la UPV/EHU, a través del trazo sensible de las letras, ha sido planteado por el equipo de investigación a partir de las especulaciones estéticas generales sobre la estructura y el espacio, materializadas por el artista vasco Eduardo Chillida.

En la producción gráfica de este artista, en particular, encontramos una sutil coincidencia con principios vitales para la creación tipográfica, en cuanto al planteamiento de formas dinámicas y constructivas, en las que el rigor geométrico es vencido por una suerte de organicidad que parte del núcleo mismo de la estructura —“cursus”—, por la fuerza vital que imprime la acción modulada del gesto —“ductus”—, por la dialéctica entre lo lleno y lo vacío —forma/contraforma—, por el impulso y la espontaneidad —carácter—, o por la afirmación de un lenguaje plástico en la cultura diferenciada del medio en el que se vive —identidad—.

Es evidente que las letras no sólo quedan escritas en una superficie, sino que también quedan inscritas en la mente de unos seres que pensamos visualmente. El interés por la anatomía de las formas visuales surge a partir de una filosofía vital de interés por el ser humano. La letra es, antes que nada, un signo antropológico. El principio de que el ser humano es la medida de todas las cosas es coincidente con el principio básico del diseño de signos tipográficos, como disciplina que pone en armónica comunicación al ser humano con su entorno. Y para que un signo tenga sentido necesita de un significado compartido, resultado de la interacción social, cuya extensión funcional es la identidad de un grupo en particular.

Palabras clave / Fuente tipográfica EHU; Identidad Visual Corporativa; Eduardo Chillida

INTRODUCCIÓN

Desde Gutenberg hasta los inicios del diseño gráfico moderno, el medio tipográfico fue el nexo de unión necesario entre el contenido de la información y el ser humano que lo recibía. A partir de los primeros objetos de comunicación gráfica se comenzó a atender al hecho de que la forma, el color, o la disposición de los elementos tipográficos, poseían una dimensión visual que incidía en el contenido de la información. Dicho de otra forma: por medio de la imprenta el contenido es fijado también en forma de imágenes.

Existe una opinión, aún sensible en nuestro contexto cultural, que considera que el medio escrito, en general, y la tipografía, por extensión, es un mero contenedor pasivo del lenguaje, una aséptica traducción visual de la manifestación oral. Es por ello necesario el planteamiento del diseño tipográfico como elemento coesencial del texto, postulando la necesidad de consideración de un paralelismo complementario entre el texto y el diseño tipográfico.

Es evidente que en el proceso de lectura de un texto se implican dos formas de recepción. En primer lugar, se establece un proceso de reconocimiento de las letras, leyéndolas y traduciéndolas directamente en contenidos, a través de mecanismos del lenguaje oral —conocimiento científico—. En segundo lugar, como imagen gráfica que generalmente no se percibe de modo consciente, se establece una apreciación de carácter expresivo plástico, desencadenando asociaciones con experiencias anteriores y sentimientos, o sensaciones estéticas —conocimiento estético—. Los caracteres tipográficos, independientemente de su legibilidad óptica y de su función primaria —la de ser transporte visual para la lengua—, son también transmisores de “lo atmosférico”. El ojo no sólo ve las cosas en sí, sino que las aprecia simultáneamente en múltiple relación con el entorno y con el ser humano como ser social. Bajo la diversidad de los fenómenos ópticos, vemos sobre todo aquéllos que son importantes para la existencia humana. El hecho de ver es una comparación y una asociación a lo ya visto, a las imágenes preservadas en la memoria; y las experiencias hechas con anteriores fenómenos ópticos son trasladadas al momento de ver. Este procedimiento, totalmente orientado a la praxis y la espontaneidad de la reacción, fue una primera necesidad vital para el ser humano primitivo, y un procedimiento análogo es la esencia de la comunicación estética. A la memoria pertenecen imágenes del recuerdo con las que se pueden hacer combinaciones, independientemente del lenguaje fonético, deduciendo sobre la base de una escritura de imágenes. Mientras el pensamiento lógico funciona sobre la base del lenguaje fonético, el pensamiento estético está basado en imágenes del recuerdo.

La importancia de la tipografía en la actualidad no debe estribar únicamente en una exigencia proyectiva derivada de la necesidad de transcribir el lenguaje verbal sobre los signos tipográficos, ni de su adaptación exclusiva a los condicionantes de los nuevos artefactos comunicacionales: la tipografía posibilita una particular atención a la potencialidad expresiva de la palabra, entendida ésta sobre el plano de su visualidad. El diseño tipográfico debe ser el medio a través del cual se muestra el lenguaje y no debe ser considerado como algo ajeno al propio contenido del texto, como si fuera un espejo, sino como algo íntimamente ligado a él. Debe ser el organizador del lenguaje en el espacio, de modo que su objetivo no sea ya únicamente el de comunicar a través de la lectura, mediante una serie de estructuras visuales generadas para traducir conceptos y pensamientos, sino que se trata de otro modo de comunicar.

Estas reflexiones en torno a la imagen de la palabra son vitales para completar una alfabetización integral y cuyo ámbito no está determinado únicamente por los soportes impresos, sino también por los nuevos medios y soportes digitales. Por otra parte, desde la aparición de los primeros tipos móviles de la imprenta, los postulados y justificaciones metafísicas de la creación artística han supuesto una punta de lanza de la tipografía, por vías superficiales —positivas— y paradigmas, que abrían caminos para nuevas propuestas. El arte, en todas sus formas, siempre ha sido una fuente de experiencias e inspiración para el diseño, y en algunos momentos más cercanos, la tipografía ha actuado incluso como impulso, manifestación y promoción de la experimentación formal de los movimientos artísticos.

Es evidente que existe una línea, imposible de definir en cuanto a su grosor, entre el arte y el diseño, pero debe quedar claro desde el principio que ninguno de los dos podrá ser nunca la otra cosa o convertirse en tal al mismo tiempo. Aquello que diferencia irremediablemente uno de otro es, esencialmente, la intención y la perspectiva ante las cosas. El fundamento esencial del diseño es, en cualquier caso, solucionar problemas. Quizá podríamos sintetizar mejor este aspecto con una especie de sentencia: el diseño dirige y el arte sugiere. En este sentido, nos encontramos con el hecho evidente de que también a través de la imagen de la palabra, aparte de solucionar problemas de transcripción, se dirigen y sugieren emociones, actitudes, ideas..., en definitiva, algo que comporta un cierto grado de responsabilidad ante un mundo tecnificado, cada vez menos natural y cada vez más artificial y comercial. Y es en este contexto de saturación tecnológica en el que cada vez cuesta más trabajo encontrar vías de innovación.

Es evidente que relacionar distintas disciplinas nos enriquece como seres humanos. Desde una perspectiva interdisciplinar nuestra conciencia se amplía para captar más aspectos desde los sentidos; así, la combinación de un mayor afluente de percepciones nos aporta nuevas posibilidades para imaginar, nuevas experiencias y nuevos recursos. El diseño y el arte se basan en ideas, en acontecimientos, y en técnicas, cuya retroalimentación con un fin constructivo y de progreso es sumamente enriquecedora para contribuir, de forma más concreta y eficaz, a una existencia más humana en el futuro. Con estas premisas estamos apuntando a un lugar en el que nuestros problemas, como hacedores de letras, requieren que exista una relación estrecha entre la tipografía, el arte y esa cosa que se supone que debería ayudar a resolver una buena parte de dichos problemas, llamada tecnología.

LA “SUGERENCIA” DESDE LA OBRA GRÁFICA DE EDUARDO CHILLIDA

Desde este principio del arte como sugerencia, se ha conceptualizado el proyecto de la fuente tipográfica EHU, el cual forma parte del proyecto global de gestión de la identidad visual corporativa de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea.

Para la formalización de este proyecto tipográfico hemos recurrido a un legado artístico con un arraigo común en nuestro medio sociocultural concreto, abordado, no a través de propuestas identitarias superficiales, particulares, excluyentes, o de características anecdóticas de representación costumbristas, como podría ser el caso de la denominada popularmente como “letra vasca”, sino a través de resortes que impulsan desde “la identidad” la conexión con soluciones universales e integradoras. Este es el caso de la obra plástica del escultor vasco Eduardo Chillida.



Figura 1. Identidad formal entre la obra escultórica y gráfica de Eduardo Chillida.

A partir de la elección de unas formas enraizadas en la cultura tradicional vasca, y por ello connotativas de lo vasco, Eduardo Chillida configuró un lenguaje que afirma en su sobriedad, potencia y reciedumbre, las bases de su léxico plástico, en la cultura diferenciada del medio en que vivió. Desde una actitud creadora libre, opuesta a normas condicionantes, regida por el impulso, la espontaneidad y el gesto, con un lenguaje natural, limpio de polvo doctrinario y paja intelectual, en la obra gráfica de Eduardo Chillida podemos encontrar conceptos vinculados y coincidentes con criterios generales que han determinado tradicionalmente la creación tipográfica; rigurosidad formal y un orden explícito y directamente perceptible.

Antes de nada conviene matizar que en Chillida la relación entre escultura y gráfica es íntima y tiene diversos estratos. Ambas obras proceden de la misma mano, el lenguaje formal es idéntico. Pero esta estrecha relación entre escultura y gráfica, que comparten las formas y el aspecto de lo concreto, no debe inducir a considerar su obra gráfica como imágenes de esculturas. Una comparación rápida de la obra escultórica y gráfica de Chillida pone de manifiesto la relación evidente de una identidad formal; pero en su obra gráfica existe una renuncia expresa y consecuente de representación de perspectiva espacial.

A nivel más específico podríamos reflexionar sobre dos aspectos coincidentes en la obra gráfica de Eduardo Chillida con fundamentos vitales de la arquitectura tipográfica: espacio y estructura.

ESPACIO GRÁFICO

La construcción de una letra es una aventura en el espacio —contra el espacio y dentro del espacio a un mismo tiempo—. Así, en una definición de la tipografía como la forma de procesar el espacio visual del lenguaje verbal, incluyendo no solo la forma de la letra, sino también el contra-grafismo —el espacio no-verbal—, la relación entre forma y contraforma, que en la escritura se traduce como la relación entre el blanco y el negro, constituye la base de la percepción. En Eduardo Chillida, hombre especialmente sensible a lo que turbiamente denominamos espacio, esa aventura adquiere un valor ejemplificador. De alguna forma, en tipografía se define el blanco como en la obra de Chillida se define el espacio. De hecho, es la dialéctica entre el espacio exterior y el espacio interior la razón secreta de la obra de Chillida.

Aunque podamos establecer que, substancialmente, la tipografía es blanco y negro, podríamos incluso plantear que la tipografía es blanca, ni siquiera es negra. Es el espacio blanco entre los espacios negros lo que realmente la crea. En cierto sentido es como la música; no son las notas, es el silencio que dejas entre las notas lo que constituye la música. El blanco, ese campo que supuestamente no es consumido, consigue tener el poder suficientemente elevado para que una fuente tipográfica sea realmente eficaz, es decir, sea comunicable. La obra gráfica de Chillida se caracteriza ante todo por su sobriedad, por el uso exclusivo del blanco y negro, materia y espacio, luz y oscuridad, como recursos que mejor le permiten expresar sus preocupaciones en torno a la generación de espacio.

La sensación que produce el espacio en blanco está determinada por lo construido, por lo que podemos establecer que la lectura del medio tipográfico está sometida a los principios de relación que se desprenden de la suma de lo construido. Por eso, en tipografía, al igual que en la obra de Eduardo Chillida, se puede hablar del espacio en blanco —el vacío, el hueco—, como un espacio semántico, puesto que lo no afectado por la construcción está especialmente afectado por el sentido y la intención de lo construido.



Figura 2 . El blanco y negro / materia y espacio, en la obra gráfica de Eduardo Chillida.

En nuestro proyecto tipográfico el espacio se establece como el verdadero problema, pero no en el sentido del miedo de los escritores al espacio en blanco, sino muy al contrario, como el oxígeno necesario que una tipografía necesita para vivir. Este factor que es básicamente técnico, es evidente que la mayoría de las veces no se consigue alcanzar utilizando solo la técnica.

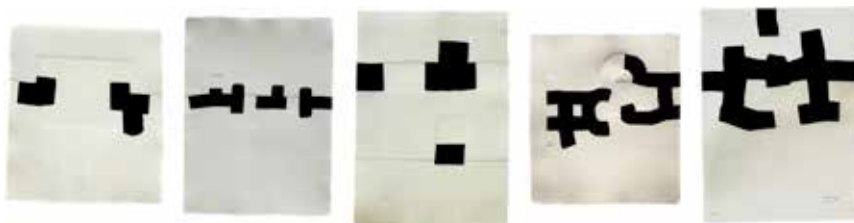
ESTRUCTURA FORMAL

Otro aspecto coincidente de nuestra concepción del proyecto tipográfico con la obra de Eduardo Chillida es el extremo interés por la forma, cuya gestación y desarrollo se producen en íntima relación con el espacio en el que se instaura. Las formas de la obra de Chillida son dinámicas, potentes y constructivas, en las que el rigor geométrico es vencido por una suerte de organicidad que parte del núcleo mismo de la forma y por la fuerza vital que imprime la acción moduladora del gesto. De esta manera Chillida se centra en la exploración de la naturaleza de la forma.

Efectivamente, la obra de Eduardo Chillida parte de la observación de la naturaleza, buscando en ella la inspiración para sus formas. Así, sus formas son ordenadas sin ser simétricas; sus formas son en realidad una lucha contra la simetría. Desde una profunda reflexión, Chillida plantea que la aplicación que se hace hoy en día con tanta facilidad en el mundo de la técnica —de la geometría a la realidad— es un error en el sentido de que la geometría sólo es válida en la mente. Es decir, Euclides, cuando inventa sus puntos geométricos parte de una base maravillosa, un lugar sin dimensión, que es el punto. Pero en un papel un punto tiene dimensiones y entonces se hunde todo; la geometría sobre la que está fundado el mundo de la técnica es toda falsa. Para Chillida la geometría no existe, por lo que habría que apoyar ese mundo técnico en otra estructura que no fuera solamente conceptual, sino que fuera de otro orden. En este aspecto se consideraba “un fuera de la ley”. Su proceso de creación formal estaba determinado por algo más que cuestiones sólo de física o de geometría; en realidad planteaba una especie de ecuación en la cual los datos son de todo orden, no sólo números, son sensaciones, son pasiones..., en definitiva, todo lo que comporta un proceso vital.

En principio, el apoyo “lógico” de una construcción en la fórmula de la ortogonalidad —vertical y horizontal— gratifica a todo el mundo gracias a su principio de que así todo “funciona”. Pero, para Chillida, construir con el ángulo recto supone una trampa en la que no hay que caer. Así, recordaba frecuentemente a los antiguos griegos que determinaron el ángulo recto desde una visión antropológica, considerándolo como el ángulo que hace el ser humano con su sombra. A este ángulo, que es vivo, lo denominaron “gnomon” —indicador—, del que no sabemos si tiene 90, 89 o 92 grados. De hecho es un ángulo vivo, que puede tener toda clase de variantes y que en las obras de Chillida desplaza el rigor o la frialdad del ángulo recto hacia uno ligeramente obtuso o ligeramente agudo, proponiendo respuestas espaciales infinitamente más ricas.

Tal y como él mismo planteaba: “Creo que el ángulo de 90º admite con dificultad el diálogo con otros ángulos rectos. Por el contrario los ángulos entre los 88º y los 93º, son más tolerantes, y su uso enriquece el diálogo espacial. Creo que la virtud está cerca del ángulo recto. Pero no en él”.



abegknv

Figura 3 . Transmisión de la energía vital de la obra gráfica de Eduardo Chillida a la estructura formal de la fuente EHU.

Estas reflexiones nos llevaron al equipo de trabajo de este proyecto a reafirmarnos en ese precioso y vivo ángulo “recto” de los griegos, desde una consideración profundamente humanista como criterio básico de configuración formal de nuestra fuente tipográfica, afirmando que el proceder del ser humano está vivo y por lo tanto debemos transmitir parte de esa energía vital al proyecto.

EHU Serif

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890€τ?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890€τ?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)

EHU Serif

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890€τ?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890€τ?!€%ª{.,;:)
 ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefgijklmñopqrstuvwxyz
 1234567890&?!€%ª{.,;:)

Figura 4 . Muestra de la Fuente EHU Serif / EHU Sans

CONCLUSIÓN

Toda obra tipográfica debe tener un sentido, siendo su lugar en el mundo lo que le aporta significado. La tarea de dar forma al sentido es sin duda un ejercicio poético y, por ello, es necesario resaltar que una forma tipográfica es, más allá de la tinta, una percepción esencialmente sensible.

En el azaroso mapa de signos de nuestro entorno gráfico-comunicativo, las formas tipográficas, convertidas en signos, están literalmente hablando. O mejor dicho, son imágenes que están literalmente hablando —“littera”: letra / según la letra y significación natural de las palabras—. En la conceptualización de nuestra “fundición” EHU —término primigenio, que derivó accidentalmente en “fuente”—, hemos partido de una estética de la semejanza y la vecindad de referentes comunes con la obra de Eduardo Chillida, intentando comprender al máximo sus propuestas poéticas, para adecuarlas a los requisitos que hoy en día pueden caracterizar a la tipografía, y que para Eduardo Chillida determinan el arte: la poesía y la construcción. Como planteaba Rubén Fontana: “Y aunque el diseño no es arte, en ocasiones, debe permitirse la poesía”.

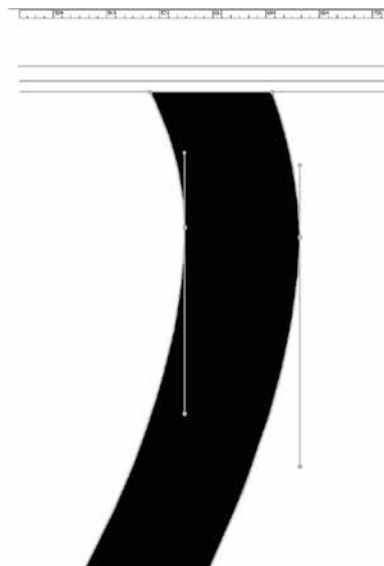
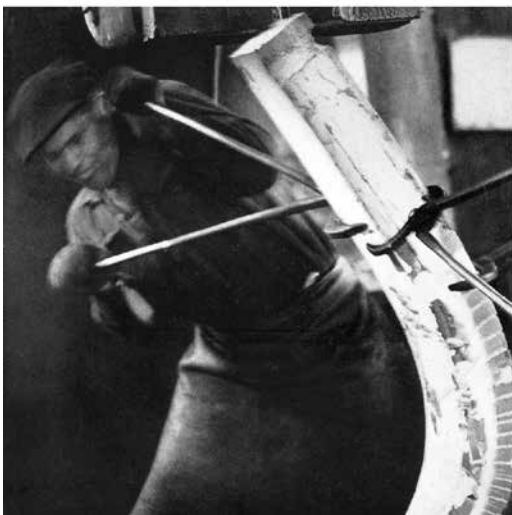


Figura 5 . Dos procesos de “fundición”: obra de Eduardo Chillida y alfabeto EHU.

Manteniendo, lógicamente, las fronteras genéricas del arte y el diseño, el resultado final del proyecto tipográfico que presentamos pone de manifiesto una oportunidad de confluencia y compenetración entre estos dos campos; la coincidencia “en el punto más alto” de los distintos lados de una misma pirámide.

Este proyecto tipográfico intenta superar las fronteras entre géneros y disciplinas cuando ya hemos atravesado las puertas de una nueva cultura de la imagen que se ha cimentado sobre los avances tecnológicos en la que la pantalla ha irrumpido como soporte gráfico e intelectual que aspira a la hegemonía cognitiva. Un momento en el que los nuevos soportes de comunicación escrita y las posibilidades tecnológicas de producción tipográfica, han superado ya el concepto de simplicidad geométrica como criterio de buen diseño tipográfico, y que evidencian la importancia primordial de restablecer la coherencia natural y el rigor estético. Se trata, en suma, de “purificar” la imagen de la palabra, planteando un equilibrio adecuado entre la melodía del lenguaje, la significación intelectual, la plástica gráfica, y la tecnología.

REFERENCIAS

- Barañano, K. (1992). Chillida, Heidegger, Husserl: el concepto de espacio en la filosofía y la plástica del siglo XX. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- Bardavio, J. M. (1975). La versatilidad del signo. Madrid: Alberto Corazón ed.
- Fernández, L. (2007). El discurso del diseño gráfico. Los signos de Identidad Corporativa como textos visuales. Bilbao: Diseñu. Ikus Komunikazioa.
- Haralambous, Y. (2007). Fonts & Encodings. O’ Reilly.
- Herrera, E. (1995). La representación visual del lenguaje. Conexiones entre forma y legibilidad. Bilbao: Servicio de Publicaciones de la UPV/EHU.
- Herrera, E., Fernández, L. (ed.). (2008). Ver, oír y sentir letras. Bilbao.
- Hodgson, M. L. (1993). Geometría y diseño de la realidad sensible desde las Bellas Artes. La Laguna: Servicio de Publicaciones de la Universidad de la Laguna. Serie Tesis Doctoral, Universidad de la Laguna.
- Kapr, A., Schiller, W. (1983). Gestalt und Funktion der Typografie. Leipzig: VEB Fachbuchverlag.
- Martínez, G. (2004). Ensayos sobre el diseño, tipografía y lenguaje. México: Designio.
- Noordzij, G. (2009). El trazo: teoría de la escritura. Valencia: Campgràfic.
- Ugalde, M. (2002). Hablando con Chillida: vida y obra. San Sebastián: Txertoa.

EL ALFABETO ROMANO: PRIMERA CARACTERIZACIÓN GRÁFICO-VISUAL

Eduardo Herrera Fernández {UPV/EHU}
eduardo.herrera@ehu.es

RESUMEN

De la misma manera que el concepto y la articulación de la palabra van unidos y se condicionan recíprocamente en el lenguaje, ya desde los inicios de sistematización de la escritura la idea y el dibujo geométrico son cuestiones inseparables, participando cada una del destino de la otra. Evidentemente, la unión del dibujo geométrico con las cuestiones de la creación tipográfica no debe suponer subyugar a ésta con un puro instrumento técnico, sino con un modo de lógica que opera sobre la intuición del espacio gráfico, intuición no menos libre y cambiante que la propia intuición artística. Se trataría de la aportación del dibujo desde una consideración sobre el espacio tipográfico no puesto únicamente por el entendimiento, sino empíricamente dado en la sensibilidad.

Ante una consideración trivial sobre el dibujo como simple recurso de andamiaje de representación y normalización tipográfica —establecido ya desde los inicios de la “nova forma scribendi”—, emprender un camino de aproximación al dibujo constructivo de las letras clásicas romanas —primera caracterización gráfico-visual de los principios básicos que conforman nuestros signos tipográficos— nos llevará a un concepto del espacio gráfico-visual que supone la superación del conflicto entre realidad y apariencia. Desde una determinación tradicional del sistema de construcción proporcional deducida del canon para el cuerpo humano, hasta la consideración de necesidad de configuración de las formas tomando en cuenta explícitamente al espectador en sus sensaciones visuales, este concepto sobrepasa la razón matemática con la observación directa; en definitiva, con los datos que proporciona el hecho de mirar. Será desde el Renacimiento cuando esa geometría natural, basada en la sensibilidad de la mirada, irá derivando a una abstracción inhumana, a una mutilación del orgánico sistema natural interior de las letras romanas. El origen de la incontenible evolución del sistema geométrico de Euclides en el dibujo de la letra —evidente en una actualidad de hegemonía de la racionalidad informática en los procesos de diseño de tipografía— fue su fuerza contra la pura observación visual, la cual constituía una de las bases de la vitalidad de una antigua concepción configuradora en la que, por ejemplo, no era posible definir las líneas paralelas, porque aunque dos lo sean en sentido euclídeo, nunca aparecen como tales a la vista.

Este estudio sobre los trazados geométricos estructurales de modelos epigráficos romanos —donde es perceptible el dominio de lo visual— y de las leyes ópticas que gobiernan el dibujo de las letras y su composición, tiene como objetivo su consideración significativa en los actuales procesos de diseño de nuevas configuraciones aptas para una comunicación tipográfica más eficaz. Con ello se pretende llegar a entender mejor la sentencia del sofista griego Protágoras de “el hombre es la medida de todas las cosas”, pero no en un sentido antropocéntrico basado en la aplicación de relaciones cuantitativas del cuerpo humano sino en el sentido de la relatividad del conocimiento, de que lo verdadero es lo que aparece a cada ser humano.

INTRODUCCIÓN

¿De qué objetos se sirve el ser humano para conocer, comprender y representar la realidad? Desde un principio elemental podríamos establecer que, fundamentalmente, se vale de los objetos que él mismo crea. Y, sin lugar a dudas, es la Geometría uno de los objetos de producción humana más utilizados —tanto por la Ciencia como por el Arte— en la génesis del proceso perceptivo; en esa “primera mirada”. La consideración geométrica ante las cosas no sólo ha permitido al ser humano en su evolución acceder a la realidad a través de un proceso lógico, sutil y creador, sino también participar activamente en esa misma realidad. Es por ello que podemos considerar a la concepción geométrica como un recurso fundamental del patrimonio intelectual humano.

La Geometría, en general, puede definirse como una ciencia de la forma, y el alto grado de abstracción que la caracteriza es lo que la capacita para formular nociones ideales para plantear un ideal de representación. Con la Geometría, el pensamiento sobre la realidad se formaliza y la intervención humana en ella se perfecciona.

Ajustándonos a nuestro campo específico de interés, podemos constatar que el recurso del dibujo geométrico se hace ya evidente en las formas más primitivas del nacimiento de la escritura. Así, las primeras esquematizaciones elementales —pictografismos que pueden sugerir precedentes escriturales— evidencian una geometría tal vez innata, o tempranamente sentida. Estas muestras de los primeros inicios de fijación visual de las ideas confirman la necesidad humana de acercamiento deductivo a la naturaleza mediante aspectos reflexivos sobre el propio trabajo, y de artificios, generados por el contacto con el medio.

La antigua Grecia, hasta Euclides, consideró a la Geometría —con voluntad de captar el mundo real— un arte antes que una ciencia. Así, el cosmos se concebía armoniosamente organizado de acuerdo a arquetipos preexistentes, dotado de una simetría, en el sentido original de ésta —como algo bien proporcionado y en el que las partes estarían de acuerdo con el todo—. A partir del siglo III a.C., el acercamiento deductivo de los griegos con la naturaleza se realizó principalmente a través de la ciencia matemática —esencialmente a partir de la obra de Euclides—. Su finalidad no fue tanto de aplicación directa a la práctica como de estudio y comprensión de los fenómenos y las formas de la naturaleza.

El Arte y la Ciencia griega entrarán en la fase de aplicación a la práctica con Roma, la cual se dedicará a configurar con la herencia del modelo pedagógico heleno. Si bien hay que reconocer que los romanos conquistaron el mundo mediterráneo por medio de las armas, también es importante destacar que realizaron simultáneamente otro tipo diferente de conquista: la conquista cultural. Los romanos, en su practicidad, tomaron todo lo que les interesó de cada pueblo ocupado, adaptándolo a la forma latina. Con la conquista del mundo griego en el año 146 a.C., lejos de desaparecer su alfabeto, los romanos se preocuparon por enriquecer y optimizar visualmente los caracteres griegos, dando paso con ello a la creación del alfabeto latino.

LA CONSTRUCCIÓN DE LAS LETRAS CLÁSICAS ROMANAS

La base formal de los signos tipográficos de la cultura occidental está en las tradiciones de la letra romana —*Capitale Quadrata*— y en el uso de instrumentos y disciplinas particulares para su construcción; de hecho su denominación genérica de “quadrata” hace alusión a los ángulos rectos que están en la base de su canon gráfico. Estas estructuras morfológicas han mostrado tradicionalmente los principios básicos de nuestras formas alfabéticas.

Todas las letras capitales romanas están unificadas por características similares: se trazaban cuidadosamente utilizando los principios geométricos del cuadrado, unificando el módulo y el dibujo según medidas estrictas, y también con la regularización de su pautado. Para el sentido práctico de los romanos, el espacio debía ser considerado mensurable y finito, al igual que todas las cosas materiales. Apropiadores de la cultura griega, los romanos proyectarán en sus obras desde los sofismas de Zenón de Elea —descomposición del espacio en unidades cada vez más pequeñas—, las doctrinas de Pitágoras —toda realidad empírica es número—, la geometría de Euclides —estudio de las propiedades de las formas regulares—, hasta las proporciones arquitectónicas de los templos griegos. En las configuraciones romanas todo es forma cerrada, cantidades definidas, proporciones aritméticas, euritmia de movimientos, prevalencia de líneas horizontales...

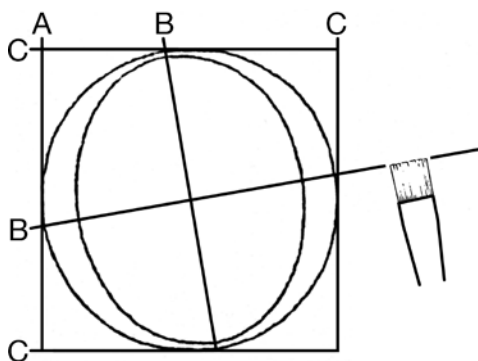


Figura 1. Inclinación del pincel para el dibujo de la letra O. Algunos terminales modulados característicos de la letra romana.

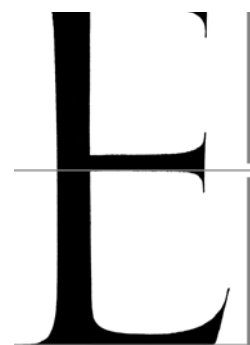


Figura 2. Ajuste óptico de la altura de la corbata de la E romana inscrita en la columna trajana.

Antes de tallarlas en piedra, mediante surco o incisión triangular, los romanos solían trazar las letras en un ángulo determinado — 20° a 30° —, utilizando un pincel cuadrado. La idea de interrumpir los fustes de las letras mediante refuerzos en forma de cuña —remates— ha suscitado tradicionalmente cierta controversia sobre el origen de este elemento estructural. Los griegos ya aplicaban conscientemente esta estrategia en el siglo IV a.C., para preservar la uniformidad y regularidad de sus letras. Será a partir del siglo I a.C., cuando se asienta la presencia de los remates clásicos, bien por cuestiones de alineación horizontal para facilitar la lectura, bien como recurso para evitar que la piedra saltase en los ángulos de los trazos, bien para solucionar el malestar que puede producir una línea inacabada que tiende al infinito si no está rematada en sus extremos, o bien por una mera función ornamental. Sea cual fuere el objetivo de su aplicación, con el tiempo, esos trazos terminales se integraron en las letras como formas canónicas que caracterizan específicamente la escritura romana.



Figura 3. Necesidad humana de corrección óptica para la búsqueda del equilibrio con el contexto natural que le determina —en este caso, ante el efecto de fuerza de la gravedad.

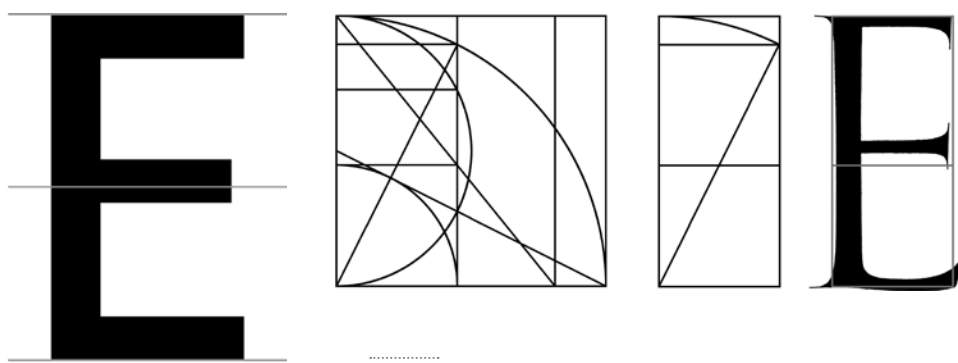


Figura 4. Matriz elaborada por Tom Perkins que, según él, aportaría toda la información que los “delineadores” precisarían para establecer la proporción de todas las letras capitales romanas, y transferirlas a escala, para su inscripción en la lápida por parte de los “lapicidae”. El rectángulo áureo $\sqrt{5}$ obtenido del cuadrado es la matriz de la E lapidaria romana.

Como una unidad de escala, en la construcción de las letras del alfabeto romano la proporción se repite una y otra vez —de igual manera que el módulo en la arquitectura clásica griega—, manteniendo en toda la superficie de la inscripción una excelente textura, gracias a la perfecta determinación de espaciados entre letras, palabras y líneas.

A través de un profundo análisis de estas letras podemos llegar a afirmar que los romanos, deudores de la sensibilidad griega, entendieron que en el proceso de dibujo de los diferentes signos alfabéticos debían atenderse aquellas nociones ópticas básicas que, al igual que los griegos ya habían aplicado fundamentalmente a la arquitectura, solucionen los problemas que nuestros mecanismos visuales nos hacen sufrir en el proceso de lectura. De igual forma que otras figuras bidimensionales percibidas por nuestra vista, las letras también están sujetas a leyes ópticas. Para el examen de sus cualidades visuales no son válidos instrumentos de medida, sino que éste debe realizarse desde la necesaria sensibilidad y experiencia visual. Es por ello que las formas tipográficas, adaptables al ojo humano, no pueden ser construidas geoméricamente. Por experiencia sabemos que las distancias y superficies percibidas por nuestros ojos no concuerdan con las dimensiones geométricas que les pondríamos como base. Es por esto digno de reconocimiento y admiración que en el análisis profundo de cada letra capital romana podamos comprobar la corrección de problemas de aberración visual, los cuales ofrecen de forma genérica unos principios o conocimientos básicos de trabajo para tratar el problema óptico en el diseño de caracteres para la optimización del proceso de lectura.

En un ejemplo particular de la construcción morfológica de las letras romanas podemos observar cómo la corbata de la E se eleva por encima del punto medio de la altura de la letra, con el fin de compensar el efecto óptico que se produce cuando comparamos dos espacios iguales situados verticalmente. Según este efecto, por comparación, un espacio superior se aprecia ópticamente más grande que ese mismo espacio en una disposición inferior.



Figura 5. Adecuación de este ajuste óptico en la evolución del diseño tipográfico: Garamond / Baskerville / Times / Bodoni / Clarendon / Frutiger / Verdana / Zapf Chancery / Arcadia / Comic Sans...

Este efecto de desequilibrio visual se produce por el hecho de que en el proceso de lectura, éste se realiza de arriba hacia abajo y la primera impresión queda más retenida. Es evidente que nuestros órganos sensoriales han sido formados según las condiciones de vida de la naturaleza. En este caso, el efecto de la fuerza de la gravedad —uno de los más importantes de los que determinan al ser humano en sus relaciones con el entorno natural— ha sido tomado en cuenta por su influencia en el sistema de medición de nuestros ojos. Quizá fueron aquellas primeras experiencias de situar el punto de apoyo más alto al lanzar o disparar, cuando el primitivo humano cazador quería acertar a un objetivo, lo que repetido millones de veces engendró en el mecanismo de la visión una reacción ante ese efecto de la naturaleza.

Esta corrección óptica, basada en la tendencia humana hacia la “corrección” constante de la realidad, corresponde a la búsqueda incesante de equilibrio con el entorno natural y visual que nos caracteriza.

Como ejemplo del sistema de proporción de las letras romanas, existen análisis en profundidad de la inscripción trajana que ha deducido un sistema de proporciones basado en el cuadrado y en el rectángulo áureo — $\sqrt{5}$ —, combinados con simples subdivisiones y combinaciones de estas formas básicas. Este rectángulo áureo, basado en la proporción de raíz de 5 —1:2,236...— es una de las “raíces” fundamentales que podemos observar conectada con patrones de crecimiento en plantas u otros organismos “vitales” de la naturaleza. Sería un error plantear que se pueden descubrir proporciones áureas en todos los aspectos de la naturaleza, pero sí se puede decir que siempre que sea precisa una intensificación de la función, la proporción áurea está presente.

Estas “consideraciones y correcciones ópticas naturales”, entre otras, concretadas en las letras capitales romanas, han determinado la evolución del dibujo de los caracteres tipográficos hasta nuestros días.

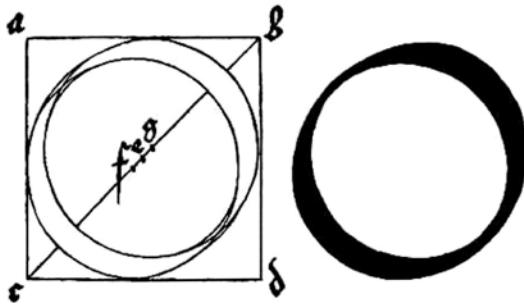
Con la caída del Imperio Romano, y el advenimiento del cristianismo, se produjo una gradual transformación de la escritura que irá distanciándose de las referencias aportadas por las letras romanas. A finales del siglo IV las letras capitales romanas, contaminadas por la letra cursiva al uso, modificaron sus formas anunciando la letra uncial. Sin embargo, las mayúsculas romanas persistieron durante largo tiempo. Así, podemos apreciar en el siglo VII cómo seguían siendo utilizadas en los manuscritos de textos literarios. Los valores de clásico y original tenderán a desaparecer irremisiblemente, con algunas excepciones en el campo del Arte, sobre todo de la mano de la Pintura y de la Arquitectura.

EL RENACIMIENTO: MUTILACIÓN DEL SISTEMA NATURAL INTERIOR DE LAS LETRAS ROMANAS

Será en el Renacimiento cuando se desarrollen métodos proyectivos por parte de artistas y matemáticos, como recurso de solución a los problemas estructurales que causaba la representación de las formas visuales. El sentido de la visión exigía una formulación “del todo y las partes”, y si se entendía ya mediante un lenguaje numérico, éste debía tener su expresión gráfica por medio del dibujo.

Los humanistas se propondrán recuperar la identidad de “lo romano” desde su origen, Roma. La fuente primigenia de conocimiento será Marco Vitrubio—primer arquitecto romano, I a.C.—, quien creará la primera gramática clásica de los elementos geométricos y compositivos, que los renacentistas conocerán por “normas vitrubianas”. Su postulado genérico es que los “órdenes son las claves de la proporción”; el Orden viene de la Aritmética y la Composición de la Geometría. Los artistas renacentistas cuentan con esos conocimientos y los aplicarán en la construcción de sus obras. Concebirán la geometría como una “Ley Universal del Conocimiento” que debía determinar todo intento de orden estructural, siendo el dibujo un recurso del propio pensamiento; o dicho de otra manera, una “matemática gráfica” y complemento en el campo de la certeza, compartiendo los criterios de las verdades científicas.

El afán “constructivista” del Renacimiento —que influyó decisivamente en los inicios del nuevo medio gráfico impresor—, derivó en errores esenciales, al interpretar superficialmente las propuestas formales de sus antecesores romanos. Nos referimos a los primeros estudiosos italianos de la escritura, como Felice Feliciano o Luca Paccioli, quienes realizarán estudios sobre las proporciones armónicas de las letras. Aunque estas propuestas tienen una indudable calidad constructiva, dejaron en evidencia que las letras romanas no pueden reconstruirse geoméricamente. Su entusiasmo por la regla y el compás, como herramientas conformadoras de una geometría aséptica, ha tenido unas consecuencias cuyo alcance llega hasta nuestra realidad tipográfica actual. Seguimos sufriendo los efectos de esta tergiversación de los orígenes clásicos que, en virtud de su antigüedad, han adquirido desgraciadamente cierto carácter de ley y de verdad.



.....
Figura 6 . Durero, sobre el dibujo de la O romana: “Ahora, harás la O de esta manera en su cuadrado. Determina en el cuadrado el diámetro c b y córtalo en el punto e, de manera que sea e el punto medio entre los dos puntos f y g que serán tus dos centros; a partir de cada uno de estos centros, describe un círculo que toque los dos lados del cuadrado; cuando los dos círculos se corten, modela a mano el fino perfil de las letras hasta encontrar una proporción más exacta”.

En un Renacimiento ya maduro se configurará una renovada expresión de la realidad visible que afectará a la Tipografía, retomando a la naturaleza como origen de lo perfecto, llegando a comprender que las formas alfabéticas romanas no estaban basadas en principios matemáticos, sino en la valoración óptica del constructor de letras. Así, Alberto Durero, aún reduciendo el alfabeto romano básicamente a formas rígidas y geométricas, propondrá que no basta con usar la regla, el compás o cualquier otro instrumento similar. Algunas líneas debían ser modeladas, “hasta dar con una proporción más exacta”; y esta modelación “a mano” era el quid de la cuestión. Esta consideración apunta la comprensión verdadera del legado romano de prestar atención a la forma alfabética como forma percibida y no como forma física.

La definición del modelo de mayúsculas epigráficas, inspirada en la observación e imitación de los modelos epigráficos de la época clásica romana, constituyó el eslabón final de la “renovatio” promovida, defendida y llevada a cabo por el humanismo filológico italiano. Se producirá una transformación que se extenderá a lo largo del siglo XVI por toda Europa, y a cuya difusión contribuiría decisivamente la imprenta. Así, en 1470 Nicolas Jenson grabará el primer tipo en estilo romano, inspirándose en las corrientes humanísticas vinculadas a la antigua Grecia y Roma.

Lo que sí es importante reconocer, en estos referentes romanos, es el esqueleto arquetípico reconocible y compartido por todos nosotros y que ha conformado, desde su salto de letra inscrita a la letra escrita, una enorme variedad de formas tipográficas —con más o menos afortunadas variaciones formales—, en la que esta “estética de la letra” adquiere aún hoy en día, con pleno vigor, un principio significativo de identidad clásica.

CONCLUSIÓN

A través de una evolución morfológica, que aproximadamente se inició en el siglo VI a.C., la escritura latina ha ido transformándose hasta convertirse en el medio escrito que conocemos actualmente en nuestra cultura occidental, esa imagen de la palabra que ahora mismo permite comunicar —poner en común—, por ejemplo, este trabajo. Dentro de esta evolución, la Roma clásica constituye sin duda alguna, un punto de inflexión en el camino de la lectura y la escritura, porque fue en esta cultura donde se manifestaron diversos cambios trascendentales que habrían de tener una influencia definitiva hacia el futuro de la Tipografía. Un futuro que, evidentemente, no es, ni debe ser, de uniformidad estilística basada en un único modelo, bien establecido por idealizaciones intimistas, encorsetados análisis geométricos, determinismos tecnológicos, o por una epistemología dogmática tradicional.

Desde la necesidad de superar una consideración trivial del dibujo geométrico, como simple y estricto andamiaje mecánico para el simulacro de letras, en el campo de la construcción tipográfica es imprescindible y urgente la formulación de preguntas sobre las relaciones que existen entre la realidad, la ilusión, el conocimiento, la intuición, la destreza, la tecnología...

El análisis de las formas alfabéticas de las inscripciones romanas supone una oportunidad extraordinaria como recurso de conocimiento en el campo de la percepción, aportándonos datos significativos para idear la manera de cómo, desde éstas, se puede actuar en el terreno de la representación. Se trata de transformar lo que en un principio puede valorarse meramente como un “fenómeno óptico”, en recursos y sistemas representacionales vitales hoy en día para el campo del diseño tipográfico.

REFERENCIAS

- Blanchard, G. (1979). Pour une sémiologie de la Typographie. Ardenne: Rémy Magermans.
 Catich, E. M. (1991). The Origen of the Serif: Brush Witing and Roman Letters. Davenport-Iowa: Catich Gallery - St. Ambrose University.
 Cresci, G. F. - siglo XVI (1972). Il perfetto scrittore... doue si veggono i veri caratteri, & le natural forme di tutte quelle sorti di lettere, che a vero scrittore si appartengono... Nieuwkoop: Miland Publishers.
 Evetts, L. C. (1938). Roman lettering: a study of the letters of the inscription at the base of the Trajan Column, with an outline of the history of lettering in Britain. London: Sir Isaac Pitman & Sons Ud.
 Gimeno, F. M. (2005). Admiradas mayúsculas. La recuperación de los modelos gráficos romanos. Salamanca: Instituto de Historia del Libro y de la Lectura.
 Goudy, F. W. (1992). El alfabeto y los principios de rotulación. Madrid: ACK Publish.
 Kapr, A., Schiller, W. (1983). Gestalt und Funktion der Typografie. Leipzig: VEB Fachbuchverlag.
 Kemp, T. (1999). Formal Brush Writing. Osford: Twice Publishins.
 Perkins, T. (1998). Tom Perkins. Letter Carver. Great Britain: Calligraphic Enterprises Ditchling Sussex.

(RE)FLUXOS CALIGRÁFICOS: SOBRE O GESTO, O TRAÇO E AS PRODUÇÕES DE PRESENÇA DA ESCRITA EM TEMPOS DE DISPOSITIVOS MÓVEIS.

Elias Bitencourt {UNEB}
eliasbitencourt@gmail.com

Carina Flexor {UNIFACS/Laureate}
cflexor@gmail.com

RESUMO

O artigo discute o impacto das novas tecnologias táteis e das interfaces cognitivas das tablets no processo de desenvolvimento de tipografias digitais de matriz caligráfica. Para tal, busca analisar, à luz da teoria da escrita de Gerrit Noordzij, a estrutura do traço caligráfico tradicional e suas particularidades quando da sua digitalização a partir do iPad. Outrossim, problematiza-se, ainda, a influência da materialidade dos referidos dispositivos sob a gestualidade do traço caligráfico, quando comparado ao tradicional uso das penas. Por fim, conclui apontando para as possibilidades e restrições do uso da técnica digital enquanto etapa metodológica para o desenvolvimento de fontes.

Palavras chave / caligrafia digital, tipografia, iPad.

TRADIÇÃO CALIGRÁFICA, CULTURA MOBILE E PRODUÇÃO DE PRESENÇA

A natureza dos suportes e técnicas usadas para a produção de sentido estão diretamente imbricadas na dimensão semântica das respectivas produções. Com o paulatino aparecimento de diferentes suportes de grafia a cultura da escrita sofreu influências notórias, produzindo repertório simbólico e gestual particular. Se a pena de um escriba egípcio evocava respeito, a caligrafia de chancelaria, a formalidade, a inscrição monumental sugeria onipresença, então os gestos, suportes e contextos passaram a figurar como componentes de um repertório cognitivo-motor que implicou em produções de presença (GUMBRECHT, 2004) diferenciadas.

Segundo Gumbrecht (2004) o termo “presença” refere-se às relações, no âmbito espacial, entre o mundo e seus objetos, de modo que a tangibilidade das coisas, ao ser percebida e legitimada nas “mãos humanas”, produzem um immediate impact sobre os corpos. Em uma aproximação ao repertório de gestos e objetos presentes da cultura escrita, poder-se-ia reconhecer como um contínuo recursivo entre a linguagem, a pena, a escrita, o suporte e os gestos.

Observa-se uma espécie de acoplamento cognitivo entre os referidos objetos presentes e um orquestramento dos gestos, instrumentos e técnicas de modo a extrojetar o pensamento intangível em linguagem-artefato tangível. Prática esta que, não apenas produz reflexos no campo corporal-cognitivo, como implica na produção de signos, instrumentos e produtos de linguagem atualizados (Fig. 1), demandando estruturas de armazenamento e catalogação dessas produções. Existe muito mais intimidade na relação entre o corpo, a pena, a letra, o livro e a biblioteca, portanto, do que se costuma pensar. Se os instrumentais tecnológicos de produção, armazenamento e reprodução exercem influência ou determinam, o que se apresenta como mundo simbólico (PFEIFFER, 1994 apud FELINTO, 2012), a própria técnica para o registro da oralidade tem a sua semântica atravessada pela natureza não-hermenêutica dos objetos/procedimentos que a produzem.



Figura 1. Evolução do glifo após o advento da pena. Fonte: Frutiger (2007).

Com os dispositivos móveis, as telas multitouch, a portabilidade e a capacidade de rodar softwares de pintura digital, põem-se disponíveis um ferramental a serviço do desenho caligráfico e desenvolvimento tipográfico digital. As promessas de otimização das etapas de produção, aumento na qualidade no traçado e redução de perdas na digitalização dos originais, são alguns dos atrativos que fazem da experimentação com penas caligráficas, emuladas nos aplicativos de desenho, uma realidade iminente.

A adoção das referidas técnicas nestes dispositivos promove mudanças na natureza dos gestos tradicionalmente vinculados às técnicas da escrita e caligrafia. Os controles de pressão e velocidade imprimidos na pena, por exemplo, passam por reformulações, vez que as telas capacitivas são sensíveis apenas à condução elétrica. As variações de espessura passam a ficar ao encargo da simulação resultante da relação entre os vetores velocidade-direção e não mais pressão-velocidade-direção do traço. O que antes era consequência de ações distintas sob o instrumento, agora passam a ser simuladas a partir de procedimentos substitutivos que, nem sempre, guardam para com os repertórios gestuais anteriores, alguma relação de semelhança.

O artigo busca problematizar os impactos das tecnologias táteis das tablets, quando da utilização destas como ferramenta/suporte no processo de construção de fontes digitais caligráficas. Busca analisar, à luz da teoria da escrita de Noordzij (2005), a estrutura do traço caligráfico tradicional, bem como suas particularidades quando da digitalização a partir do iPad. Investiga-se a influência da materialidade do referido dispositivo na natureza do traçado e suas respectivas implicações. Não foram escrutinadas as técnicas de letreiramento, nem os processos tipográficos em si. Estes foram tomados como contextos que incorporam a caligrafia e o lettering em determinadas instâncias metodológicas inerentes ao projeto, e não se configuraram enquanto propósito para aprofundamentos.

A MATERIALIDADE DO TRAÇO E A VIRTUALIDADE DA PENA

Independente dos estilos, a técnica caligráfica se dá pela modulação do traçado através das variações na forma da pena, direção do gesto e angulação do imprint (NOORDZIJ, 2005), enquanto o traço, no nível qualitativo-formal, estaria estruturado a partir de três elementos: imprint, frontline e counterpoint (Fig.2).

Tais variações ligadas à forma, movimento e ângulo, embora alocadas preponderantemente na dimensão qualitativa da técnica, guardam analogia aos princípios qualitativos (forma do imprint), indexicais (registro do gesto) e simbólicos (regras de inclinações da pena). Noordzij (2005) destaca três categorias de contrastes, a partir da manutenção de um e modificação dos outros dois parâmetros; contraste por expansão, translação, rotação (Fig.3).

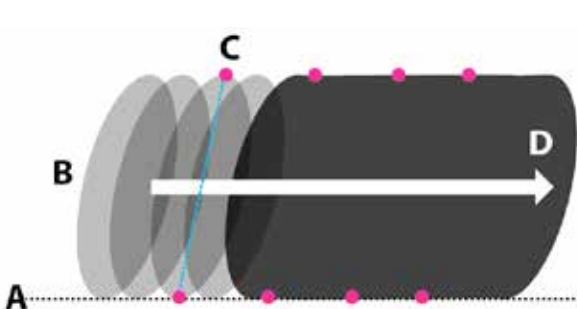


Figura 2. Esquema do traço (contorno-stroke). A. Linha de base, B. Imprint definido pelo estilo formal da pena, C. Counterpoint: pontos equivalentes nas duas extremidades do contorno variam de acordo os movimentos de angulação do imprint conferindo contraste ao traçado. D Frontline: linha imaginária e central do contorno, diagrama do movimento da pena.

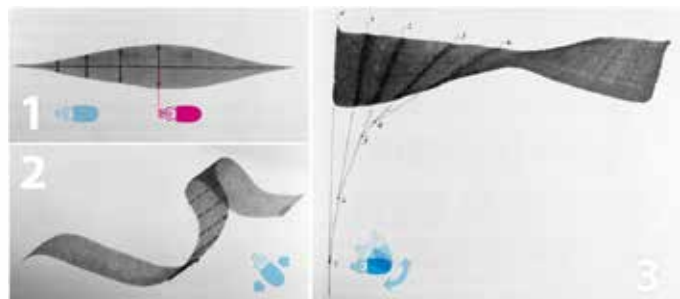


Figura 3. As três categorias de contraste do contorno (stroke) propostos por Noordzij (2005) 01. Expansão (variação na forma) 02. Translação (variação no movimento, gesto) 03. Rotação (variação no ângulo da pena, norma). Imagem do autor (NOORDZIJ, 2005).

No contraste por expansão (Fig.3.1), mantém-se o sentido do traço e a inclinação do imprint, variando-se a forma a partir da mudança da pressão na pena. As variações de espessura do stroke distanciam os counterpoints (Fig.2) e alargam o traço, modulando-o.

O contraste por translação (Fig. 3.2) se estabelece a partir da manutenção da forma e angulação do imprint, variando-se o sentido da frontline (Fig. 2.D). Estes apresentam limitações claras para a construção de minúsculas ou caracteres em tamanhos reduzidos. Sua variação de contraste gera áreas de superposição entre counterpoints de maior distância, inviabilizando o reconhecimento de algumas formas quando da mudança da direção do traço.

O terceiro padrão de contraste se estabelece pela mudança do ângulo do imprint em relação à linha de base (Fig.2A), mantendo-se a pena e o sentido do movimento. A rotação (Fig.3.3) provoca uma mudança nos ângulos dos segmentos de reta entre os counterpoints, gerando ilusão de movimento em relação ao eixo do stroke - a frontline. Tais modulações geram pontos de estrangulamento pela aproximação assimétrica de counterpoints que, com as pressões aplicadas na pena nos contrastes de expansão, figuram enquanto a marca pessoal de cada calígrafo.

Tais caracterizações, acerca das possibilidades formais de materialização do gesto caligráfico por meio do stroke, estão longe de se configurarem enquanto categorias puras. Seja pela questão da norma ou das idiossincrasias de cada artista, o traço é um campo de contaminações entre diferentes técnicas e modos como cada sujeito se apropria delas. Sem a singularidade do gesto estaríamos restritos a um sem fim de formas indiferenciadas.

DO FLUXO À DESCONTINUIDADE DO TRAÇO: CAMINHOS POSSÍVEIS PARA O GESTO CONSTRUTIVO

No tocante ao traço notam-se três tipos de lógicas empregadas no movimento da pena - o fluxo contínuo, o recorrente e o interrompido (Fig.4). As mudanças de fluxo ou inconsistências na lógica da pena servem de baremas para a identificação, por exemplo, do número de calígrafos envolvidos na confecção de documento antigo ou qualidade de projeto tipográfico.

Na lógica do fluxo contínuo, o instrumento é guiado para o gesto deixando por marcadores indexicais as ligações entre os glifos e maior uniformidade no traçado. Lógica comum nos modelos de escritas manuais voltadas para usos informais e influenciou, no Ocidente, o estilo cursivo.

Nos fluxos recorrentes, o traçado segue o sentido do movimento, mas existem algumas interrupções para mudanças de sentido da pena. Embora mantenham a aparência da continuidade, investigações detalhadas permitem identificar a superposição de contornos e emendas enquanto índices do uso da referida técnica. As escritas que adotam o fluxo contínuo (e os recorrentes) são marcadas pela velocidade e fluidez. O aumento do ritmo e das junções acabam por figurar enquanto as restrições do procedimento. As superposições do stroke e a redução nas áreas de contra-forma aumentam o ruído na identificação dos esquemas simbólicos intencionados, dificultando a leitura e interferindo nos processos de apropriação do significant e produção de sentido.

A terceira lógica empregada na escrita é a do fluxo interrompido. Os traçados rompem com a continuidade freqüente das escritas cursivas mais informais, para ganhar estabilidade e controle. O fluxo interrompido obedece a um rigor formal que orienta a ordem e a seqüência dos gestos construtores. As escritas que adotam esse modelo construtivo, geralmente, perdem em velocidade e fluidez, ao passo que ganham na possibilidade de uma maior atenção no desenho e refinamento dos traçados. O estilo construtivo a partir da interrupção do gesto influenciou a escrita romana humanista em oposição ao fluxo contínuo preponderante na cancellaresca corsiva (Fig.5).

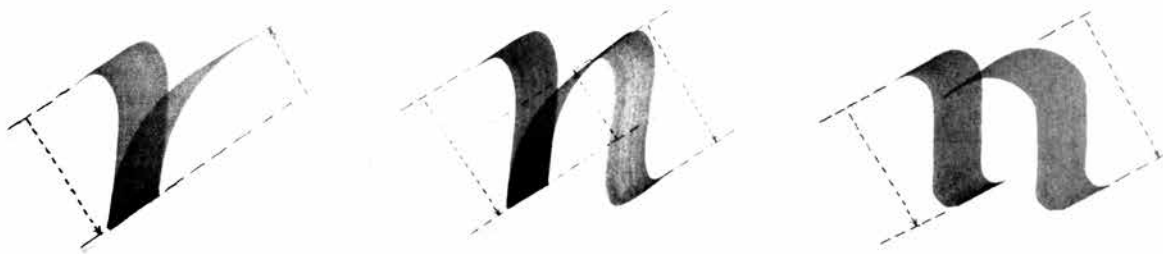


Figura 4 . Lógica da pena: da esquerda para a direita, fluxo contínuo, contínuo recorrente, fluxo interrompido.

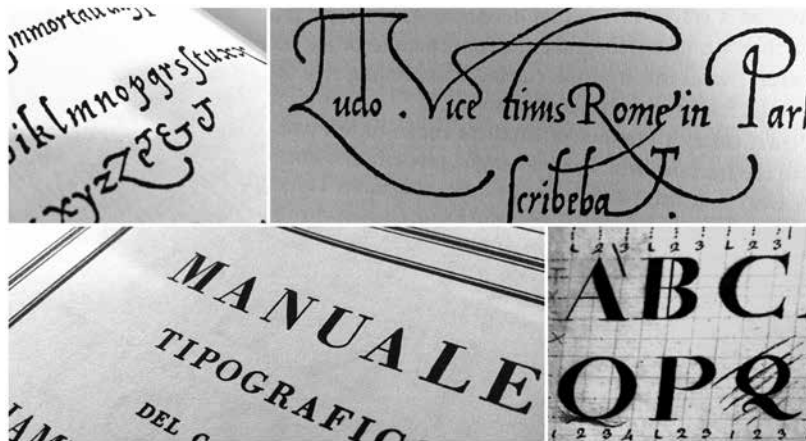


Fig.5 Da esquerda para a direita, de cima para baixo: detalhes da Operina, impresso de L. D'Arrigi, 1522, baseado na caligrafia cancellaresca romana; manual tipográfico Bodoni, Parma 1818 e Sketches do Giambattista Bodoni, Museu Bodoni, Parma. Imagem do autor (LAWSON, 2002) e designtraveler.wordpress.com/

DA SUBVERSÃO DO GESTO À CONTAMINAÇÃO DO MEIO

Foram reproduzidas, em caráter experimental, as etapas metodológicas comumente relacionadas ao processo de criação de fontes digitais, substituindo-se o papel pelo iPad e a utilização de câmeras de um iPhone4, em substituição aos scanners (Fig.6).



Figura 6. Processo de desenvolvimento dos caracteres tipográficos: sketches a lápis, digitalização via fotografia de celular (iPhone 4), traçados com caneta capacitiva Wacon Bamboo sob iPad através do aplicativo SketchBook Pro da Autodesk. As imagens foram geradas em psds 1024 x 768 72dpi e vetorizadas via ferramenta live trace da Adobe Illustrator CS5. Fonte: Imagens do autor.

Os rascunhos foram transpostos para o Sketchbook Pro, software de pintura digital, onde serviram de base para os traçados feitos com caneta capacitiva e penas virtuais. A escolha do software se deu pelas vantagens relativas ao controle das ferramentas de traço, elevada quantidade de estágios de zoom e possibilidade de saída em alta definição (até 12 megapixels no iPad3). Muito embora possa se questionar as vantagens entre o uso do iPad com um software elementar de desenho e uma tablet profissional acoplada a um computador, dois aspectos contaram a favor do uso do gadget.

O primeiro se refere à mobilidade, ao permitir ser portada livremente, modifica-se o ambiente e, por conseguinte, os gestos idílicos de captura e modos de realização da tarefa no nível postural, emocional e cognitivo, reforçando os argumentos que defendem as interferências do meio no ato produtivo. O segundo fator, diz da relação de semelhança que o suporte estabelece com o seu análogo - o papel. Diferente de um computador desktop com teclado, mouse/mesa digitalizadora ou um laptop, o iPad guarda proporções similares aos padrões de um caderno, permitindo que se toque diretamente na tela ou se acomode em posições diversas. A possibilidade de ver o traço no mesmo plano em que o ato se concretiza permite uma aproximação qualitativa ao gesto analógico/suporte e para com os processos naturais, aumentando a pervasão e a postura imersiva.

AS PARTICULARIDADES DO DESENHO EM UMA TELA PORTÁTIL: A MARCA DO GESTO E O GESTO EM SI

Dentre as características particulares ao gesto em tela é possível verificar questões que dizem das limitações no campo visual, dos modos como a simulação dos tipos de contrastes no contorno se estabelece no software, no controle de detalhes por meio das ferramentas de zoom e na redução significativa dos nós quando da vetorização. Muito embora a técnica utilizada mantenha para com a caligrafia apenas um vínculo icônico entre os substratos, os caracteres, os procedimentos se aproximam, em termos metodológicos, ao lettering.

O fluxo interrompido da estrutura básica dos caracteres e a simulação dos contrastes de translação e curvas de fluxo contínuo, na prática, se estabelecem de forma totalmente compartimentalizada (Fig.7). Dado o caráter pouco preciso das canetas capacitivas e a impossibilidade física de se ter variações de espessura e dureza na ponta do instrumento, os traçados precisam acontecer em modo zoom. Se por um lado essa restrição possibilita um controle pormenorizado das curvas, de outro se perde na restrição à fluidez e expansão de gestos.

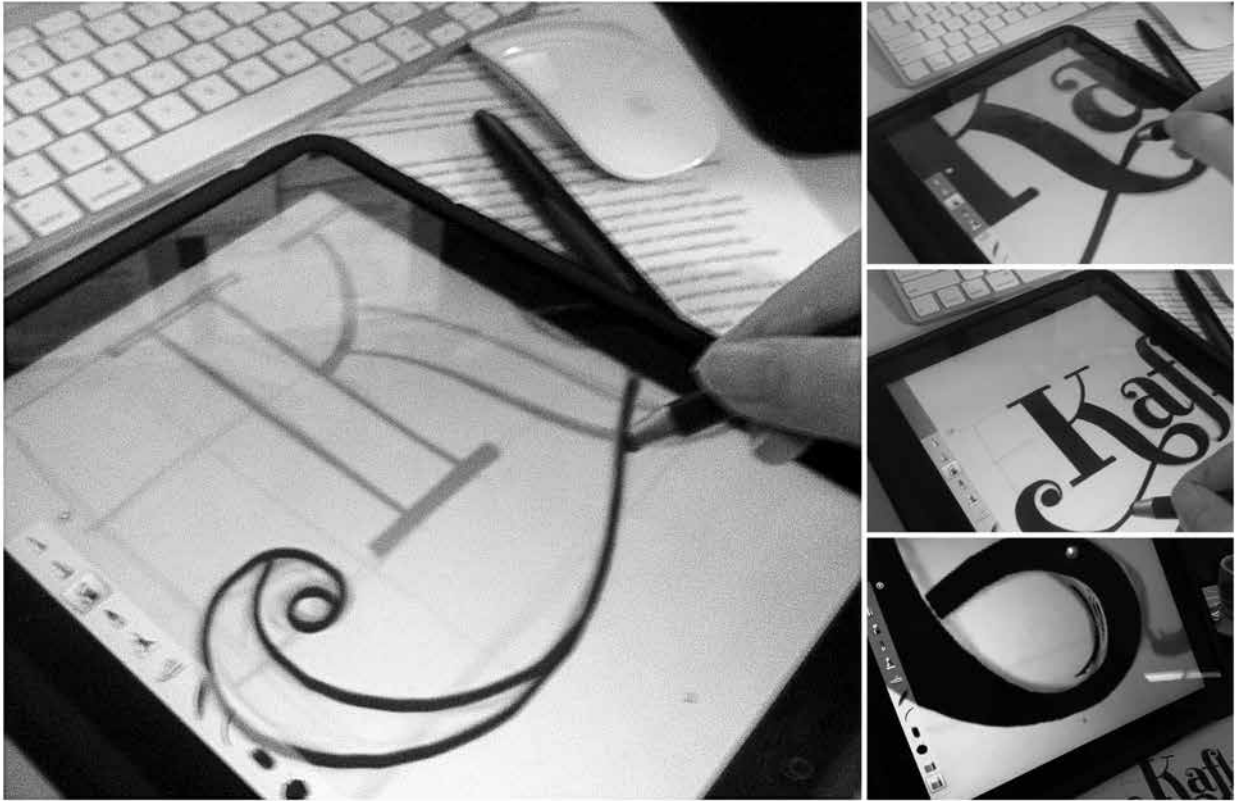


Figura 7. Lettering digital a partir do iPad. Processo marcado pelo esquadramento resultante da restrição de área de visualização e pelo controle no refinamento dos detalhes dos contornos.

O traçado possui três variações de contrastes possíveis a partir da modulação da forma, movimento ou angulação do imprint. Os contrastes por expansão e rotação dependem basicamente do reconhecimento de pressão e mudança de eixo do instrumento sobre o suporte, impossíveis, por hora, para telas capacitivas. Dotada apenas da possibilidade de reconhecimento e interpretação do toque por meio dos impulsos elétricos, os movimentos de rotação precisam ser simulados através da velocidade do gesto. Há assim um acúmulo de funções para o vetor da frontline, a rotação é na realidade construída por meio de movimentos suaves em relação ao eixo vertical e espaçados na direção da frontline. O mesmo movimento responsável pelo registro do stroke e modulação do contraste por translação é também empregado para a variação no eixo do imprint. Existe ainda a possibilidade de controle a partir da customização manual do pincel, o que também impõe uma interrupção do processo (Fig. 8).

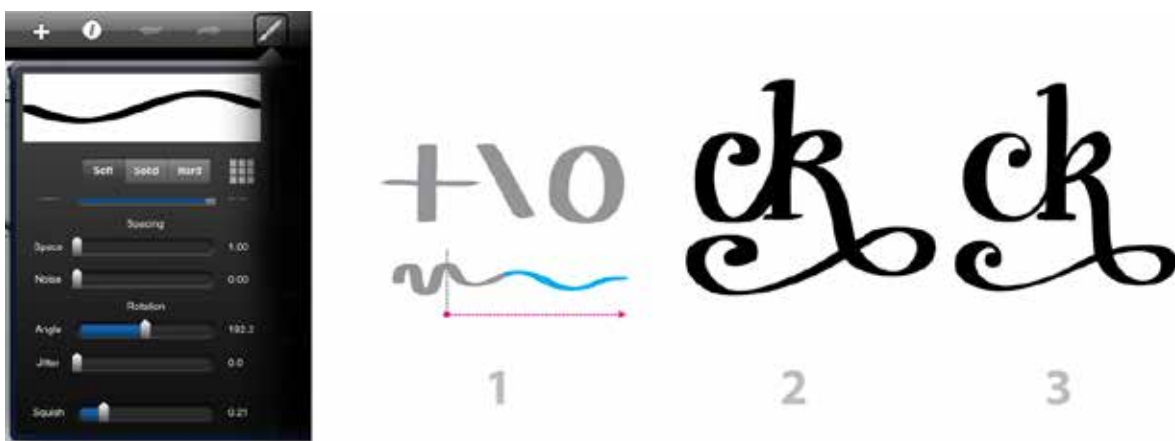


Figura 8. Da esquerda para direita: caixa de diálogos para customização da pena no SketchBook Pro, variações na espessura do traço a partir da mudança no ângulo do imprint. Desenhos de caracteres obedecendo o contraste por translação da caligrafia e subversão do imprint do instrumento em detrimento do controle do desenho a partir do lettering.

O controle da aparência do pincel permite o uso de interpolações no nível das seqüências de counterpoints do traçado, permitindo não apenas uma suavização na visualização do stroke como uma notável redução de nós nos vetores obtidos através da ferramenta livetrace do Adobe Illustrator. A redução de nós e a maior fidelidade dos vetores aos bitmaps, somados às possibilidades de controle refinado dos contornos, resultam em economia de tempo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Recobram-se as afirmações acerca das teorias da materialidade da comunicação que defendem o papel dos instrumentos, suportes, meios de armazenamento e suas respectivas relações com os sujeitos atores como instâncias que ultrapassam o campo da hermenêutica da comunicação, reforçando o caráter material e suas potencialidades de modificar/determinar as produções de significados. Se o advento da técnica de talho doce acabou por atribuir um caráter mais racional e geométrico à escrita, em relação ao estilo cursivo vigente nos séculos anteriores, também as culturas de uso dos atuais artefatos ubíquos parecem impor novas modalidades ao traço. Antes, contudo, de propor sistemas de classificação ou atribuir significados à marca do gesto digital é prudente lembrar que as considerações aqui levantadas são de caráter parcial e restrito aos enquadres estabelecidos. Não apenas os experimentos realizados carecem de replicações com a finalidade de melhor testar as hipóteses levantadas, como também as articulações propostas ainda se mostram atravessadas por incertezas e incompletudes resultantes do relativo grau de novidade que circunscrevem o cenário escolhido. Dessa maneira, reconhece-se a notada inclinação para análises de ordem qualitativa-icônica e indexical dos recortes estabelecidos que acabaram por não aprofundar nas articulações de ordem simbólica do objeto para com o contexto/problema em que se insere. Ademais, se verificam necessários estudos que discutam as transformações observadas no objeto tipográfico, quando da inserção das tablets junto (ou substitutos) aos procedimentos metodológicos nativos da cultura escrita, bem como a influência da locatividade, na ressignificação do espaço de trabalho a partir do uso das supracitadas tablets e dispositivos ubíquos.

REFERÊNCIAS

- BLANCHARD, G. (1988). *La Letra. Caligrafia, logotipos, tipografia, sistemas de reproducción e impresión*. Barcelona: Ediciones CEAC.
- BRINGHURST, Robert (2005). *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac Naif.
- DERRIDA, Jaques (1976). "Gramatologia". São Paulo: Perspectiva.
- FAIRBANK, Alfred (1968). *A book of scripts*. London: Pelican Books.
- FAIRBANK, Alfred; WOLPE, Berthold (1960). *Reanimasse Handwriting*. Cleveland: The World Publishing Company.
- FETTER, Sandro Roberto; CUNHA LIMA, Edna Lúcia da; CUNHA LIMA, Guilherme Silva da. A escrita cursiva no renascimento: origem e evolução dos modernos caligráficos cursivos e dos tipos itálicos. In *Anais do 9 Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em design - P&D Design*, São Paulo, 2010.
- FELINTO, E. Materialidades da Comunicação: Por um Novo Lugar da Matéria na Teoria da Comunicação. In: *Ciberlegenda*, n. 5. Disponível em: <http://www.uff.br/mestcii/felinto1.htm>. Acesso em: 10 nov. 2012.
- FRUTIGER, Adrian (2007). *Sinais e símbolos: desenho, projeto e significado*. São Paulo: Martins Fontes.
- GRAY, N. (1986). *A history of lettering*. Oxford: Phaidon Press Limited.
- GUMBRECHT, Hans Ulrich (2004). *Production of presence. What meaning cannot convey*. Califórnia: Stanford University Press.
- LAWSON, Alexander (1990). *Anatomy of a typeface*. Boston: David R. Godin.
- MARTINS, B. G. (2007). *Tipografia popular: o ilegível como caminho para a percepção da materialidade*. São Paulo: Annablume.
- NOORDZIJ, Gerrit (2005). *The stroke. Theory of writing*. London: Hyphen Press.
- ROCHA, Cleomar (2009). *Pontes, janelas e peles: contexto e perspectivas taxionômicas das interfaces computacionais. Relatório de estágio de Pós-Doutorado no Programa de Pós-Graduação em Tecnologias da Inteligência e Design Digital, PUCSP*. São Paulo.
- SANTAELLA, Lúcia (1996). *Cultura das mídias*. São Paulo: Experimento.
- _____ (2007). *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. São Paulo: Paulus.
- _____ (2005). *Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual e verbal*. São Paulo: Iluminuras.

LETRAS DO COTIDIANO: UM OLHAR DO DESIGN PARA A CIDADE INFORMATIVA

Emerson Nunes Eller {UEMG}*
mersonn@gmail.com

Sérgio Antônio Silva {UEMG}**
sergio.antonio74@hotmail.com

RESUMO

O cenário urbano, por meio de seus artefatos tipográficos, tem muito a nos dizer sobre a cultura e hábitos locais de um povo. Nas cidades, estamos rodeados por letras, mensagens ou projetos comunicacionais informais, em sua maioria, criados por pintores-letristas, cartazistas e outros profissionais ou por práticas analógicas que ainda resistem na contemporaneidade, marcada pela tecnologia digital, e coexistem com as atividades formais. Além dos aspectos materiais que compõem a cidade, consideraremos também os de ordem comunicacional e simbólica. As cidades brasileiras refletem o pluralismo e o hibridismo cultural do nosso povo. E o que isso representa em termos de linguagem visual e comunicacional? Inseridos

* Designer Gráfico. Mestrando em Design no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil

** Doutor em Letras: Estudos Literários pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professor e pesquisador no Programa de Pós-Graduação em Design da Universidade do Estado de Minas Gerais, Brasil

numa sociedade onde se vive a cultura da velocidade, e bombardeados por grandes anúncios e publicidades de multinacionais, qual a importância de nos voltarmos às manifestações que ainda comunicam traços culturais locais? A partir de uma pesquisa de campo, apresentaremos registros de artefatos vernaculares encontrados no cenário urbano da cidade Belo Horizonte, que são, em sua maior parte, pinturas produzidas a mão livre, diretamente em muros, placas e cartazes inseridos no espaço público. Discutiremos ainda a importância de reconhecer projetos informais, sobretudo a tipografia vernacular, como uma forma de comunicar com bases criativas mais próximas do que podemos chamar de um design brasileiro, ultrapassando a imposição de estilos e modelos prontos. O presente artigo procura, assim, discutir a relação do homem com a cidade por meio da matéria informativa que compõe o cenário urbano, destacando o olhar dos designers em relação às práticas informais. Inicia-se com uma breve revisão histórica do design no Brasil e segue levantando questões sobre o diálogo entre o design formal, o vernacular, a cidade e suas paisagens tipográficas. Nesse sentido, busca demonstrar a importância do olhar do design para o território e sua relevância quando inserido verdadeiramente no contexto cultural local. Para tanto, o artigo se vale de três etapas metodológicas: identificação e registro fotográfico das tipografias vernaculares em determinadas áreas da cidade; análise dos registros, com base em uma bibliografia crítico-teórica previamente selecionada; e, por fim, análise comparativa desse trabalho vernacular com projetos tipográficos de alguns designers brasileiros que incorporam essa proposta de apropriação de uma linguagem dita informal em seus projetos.

Palavras-chave / tipografia vernacular; design gráfico; pós-modernidade; contexto urbano; signo.

INTRODUÇÃO

O design gráfico vem há algum tempo incorporando elementos híbridos e plurais a fim de reajustar sua produção para o cenário atual em que vivemos. Profissionais da área dirigem suas atenções para o meio por onde o homem e as mensagens trafegam juntos, ou seja, para a cidade, e principalmente para sua estrutura comunicacional. Descobre-se assim, a espontaneidade e singularidade das manifestações vernaculares que se misturam às novas tecnologias e nos cercam em nosso dia a dia.

Nesse sentido, podemos observar uma crescente valorização da cultura local, regional e popular no design gráfico. Hoje, muitos designers vêm, através de projetos gráficos ou fontes digitais, rompendo com as prescrições passadas, assumindo a regionalidade e redescobrimdo aspectos informais.

Este artigo busca, através do levantamento de literatura, analisar a relação homem-cidade, no que diz respeito à comunicação através dos letreiramentos vernaculares, e ainda, discutir brevemente a postura do design formal frente às manifestações como essa que podem servir como fonte de inspiração para projetos ou soluções gráficas.

O DESIGN FORMAL E O VERNACULAR

O surgimento do ensino superior de design no Brasil é datado em 1963, com a fundação da Escola Superior de Desenho Industrial no Rio de Janeiro, a Esdi/UERJ. A partir daí, finalmente o design (então denominado desenho industrial) foi reconhecido de maneira formal pela sociedade como uma profissão, apesar de que, segundo Cardoso (2005, p. 8) “antes do surgimento da nossa primeira escola de design já existia uma série de atividades profissionais aplicadas à fabricação, distribuição e consumo de produtos industriais”.

Nessa época o Brasil vivia um período em que a sociedade abraçou a ideia de modernidade, desenvolvimento e eficiência. Movida por essa aura, a Escola Superior de Desenho Industrial surge seguindo os moldes importados das escolas superiores da Europa, e chegou a ser considerada um modelo para transformação do ensino superior no Brasil (CARDOSO, 2008, p. 172).

Vivíamos, então, um reflexo do que ocorria na Europa na década anterior, onde o Estilo Internacional ou Escola Suíça, retomou os princípios da Bauhaus, impondo regras funcionalistas, que buscavam, acima de tudo, a ordem, a simplicidade e a economia. Nesse período os projetos prezavam pela racionalidade, eliminando as ornamentações ou qualquer tipo de interferência visual, visando uma compreensão universal da forma e da informação.

Entretanto, Cardoso (2005) destaca que, ao enfocarmos a produção de design no Brasil antes da década de 1960, percebemos uma cultura projetiva que não deriva diretamente da matriz estrangeira, e o conhecimento desse nosso passado projetual “é o primeiro passo para uma melhor compreensão daquilo que pode ser entendido como uma identidade brasileira no campo do design”, devido aos traços culturais e locais que muitas dessas produções traziam em suas composições. (CARDOSO, 2005, p. 12).

Algumas das atividades projetuais praticadas antes do surgimento do design formal simplesmente deixaram de existir; todavia, outras ainda resistem na era atual e coexistem com as atividades formais. Muros e placas espalhadas pelas cidades, sobretudo nas periferias das metrópoles e em cidades do interior, revelam o vernacular ainda presente e atuante de maneira eficaz no meio, através do trabalho manual dos letristas populares.

Segundo Dones (2004), o termo vernacular “sugere a existência de linguagens visuais e idiomas locais que remetem a diferentes culturas. Na comunicação gráfica, corresponde às soluções gráficas, publicações e sinalizações ligadas aos costumes locais produzidos fora do discurso oficial”.

Lupton (LUPTON, 1996 apud Dones, 2004, p. 3) ressalta também que “o vernacular não deve ser visto como algo ‘menor’, marginal ou antiprofissional, mas como um território vasto onde seus habitantes se comunicam através de um dialeto local. [...] Não existe uma única forma vernacular, mas uma infinidade de linguagens visuais, [...] resultando em distintos grupos de idiomas”.

Diante disso podemos afirmar que, no design gráfico, o termo vernacular é correspondente à maneira de se encontrar soluções visuais não acadêmicas; e ainda, que o design gráfico influenciado pelo vernacular é aquele que de certa maneira retrata traços culturais e locais de um povo.

O HOMEM, O ESPAÇO E A CULTURA

Hoje, vários autores falam em complexidade ao tentarem analisar a sociedade em que vivemos. O cenário linear e estático da modernidade deu lugar ao um mundo diluído e dinâmico, onde as ideias de universal e unicidade foram substituídas pela pluralidade e multiculturalismo. A universalidade do modernismo está definitivamente reavaliada no cenário atual.

Guattari (1994) observa que, hoje, tudo circula, porém tudo parece ficar no mesmo lugar, e ainda, que tudo se torna intercambiável.

O ser humano contemporâneo é fundamentalmente um ser desterritorializado. Seus territórios existenciais originais – corpo, espaço doméstico, clã, culto – não estão mais plantados em solo estável, mas integram-se – desde agora – em um mundo de representações precárias e em constante movimento. (GUATTARI, 1994, p. 9).

O homem pós-moderno¹ é um ser flutuante, que passeia por diferentes territórios, sempre conectado às suas tecnologias, viaja sem sair do lugar, enquanto, simultaneamente, é bombardeado por constantes informações oriundas de diversas fontes culturais e através de diferentes mídias.

É importante observar também que não nos condicionamos somente ao dado espaço de tempo em que vivemos. Nossas memórias e gostos são formados por costumes e traços culturais de diversas épocas. É possível que um jovem nascido nos anos 1990, por exemplo, ouça música dos anos 1970, goste de clássicos do cinema francês, vista-se com camisas de super-heróis dos quadrinhos americanos e seja ainda, um aficionado em tecnologia, pela qual teve acesso às informações necessárias para definir seu gosto, suas peculiaridades e suas influências.

Turista de espaço e tempo, esse homem assiste às fronteiras e às diferenças se esvaírem. Perde-se a singularidade, ganha-se a pluralidade, porém o imprevisto dá lugar ao olhar vazio de quem já viu de tudo. Diante disso, Guattari (1994, p. 11) nos alerta para a subjetividade que se encontra ameaçada diante deste falso nomadismo que se opõe à ideia – exposta pelo mesmo autor – “que o psicanalista e etólogo da infância, Daniel Stern, chama de ‘o eu emergente’”, que nos convida a “recuperar o olhar da criança e da poesia, ao invés do olhar seco e seco para o sentido da vida”.

Essa cultura da velocidade e mobilidade que podemos observar no mundo contemporâneo refletiu diretamente no cenário urbano. Assim, podemos notar, dentre os diversos fenômenos visuais, paisagens repletas de anúncios publicitários, out-doors, banners, letreiramentos, cartazes, placas, painéis eletrônicos etc. A preocupação com esse excesso de informação visual levou, ainda, algumas cidades a instituírem leis e códigos de posturas que visam à redução de tal “poluição visual” – como a Lei Cidade Limpa,² instituída em algumas capitais nacionais. Nesse sentido, Kamper (1997) observa que o excesso de imagens externas causa insensibilidade e certa apatia do olhar:

[...] as artes da visão desaparecem cada vez mais, tanto aquelas oriundas do desejo involuntário, caracterizadas como sonhos, visões e alucinações, quanto estas provenientes de uma percepção visual voluntária, do olhar detetivesco à multiplamente filtrada observação científica. Os olhos não acompanham; seja pela abundância de imagens, seja pela acelerada aparição e desaparecimento das coisas. (KAMPER, 1997, p. 132).

¹ Pós-modernismo é o nome aplicado às mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades avançadas desde 1950, quando, por convenção, se encerra o modernismo (1900-1950). Ele nasce com a arquitetura e a computação nos anos 50. Toma corpo com a arte Pop nos anos 60. Cresce ao entrar pela filosofia, durante os anos 70, como crítica da cultura ocidental. E amadurece hoje, alastrando-se na moda, no cinema, na música e no cotidiano programado pela tecnociência (ciência + tecnologia invadindo o cotidiano com desde alimentos processados até microcomputadores), sem que ninguém saiba se é decadência ou renascimento cultural. (SANTOS, 1986)

² A Lei n. 14.233, mais conhecida como Lei Cidade Limpa, por exemplo, está em vigor desde 2007 na cidade de São Paulo, e tem intuito de regular e proibir anúncios a fim de combater a poluição visual na cidade. Em Belo Horizonte não existe uma lei em vigor, porém um novo código de postura foi sancionado em 2010 e previa reduzir 85% da publicidade na capital mineira.

Entretanto, se pensarmos a cidade com toda a comunicação suprimida, o homem que nela habita se sentiria frustrado, como nota Baudrillard (2004):

[...] não apenas frustrado por deixar de ter uma possibilidade (mesmo irônica) de jogo e de sonho, porém mais profundamente pensaria que não se preocupam mais com ele. [...] Uma das primeiras reivindicações do homem no seu acesso ao bem-estar é a de que alguém se preocupe com seus desejos, como formulá-los e imaginá-los diante de seus próprios olhos. (BAUDRILLARD, 2004, p. 183).

A sobreposição de tantas imagens, estímulos visuais e outros variados signos criou uma nova forma de leitura, baseada na fragmentação informativa, no hibridismo ou na intratextualidade.³ Sendo assim, o homem como leitor recorta fragmentos do cenário urbano, cores, formas, letras ou palavras que constituem uma interpretação híbrida.

O espaço físico, ou a dimensão comunicativa da cidade, é composto por uma dialética entre o que é lido e quem o lê. Assim, afirma-se a importância da interação homem-espaço e a confluência entre a arquitetura cultural e física exposta por Maffesoli (1994), que ainda relaciona o olhar e o dizer dos outros na constituição do reconhecimento de nós mesmos em um território:

A cidade é então uma nebulosa noética: entendo por isso o fluxo afetivo, as manifestações estéticas, os movimentos éticos, em resumo, toda ordem do sensível, do sensual, do colorido, do brilhoso, do dionísio, que é também a marca da cultura. (MAFFESOLI, 1994, p. 62).

Consideremos, então, o espaço físico e cultural como não universal, cuja singularidade ética e estética reflete o olhar de quem o olha. A cidade exangue e invisível é reflexo do olhar vazio e seco, portanto, exercitemos o nosso olhar para o território que ocupamos a fim de nos reconhecermos através destes diálogos físico-culturais.

A TIPOGRAFIA NO COTIDIANO DA CIDADE

O termo tipografia apresenta algumas controvérsias em sua definição. Aqui utilizaremos uma mais abrangente e que mais condiz com o trabalho proposto. De acordo com Wolfgang Weingart (FARIAS, 2001), tudo o que é escrito tem a ver com tipografia, mesmo que seja uma pintura ou uma carta escrita a mão. E ainda:

São sempre mensagens através destes 26 símbolos, de A a Z, que conhecemos. Podem estar mal escritos, ou podem não ter boa tipografia, coisas que você quase não consegue ler, mas eu não vejo um limite. Acho que a noção de que tipografia se refere só ao que for impresso é completamente equivocada. (FARIAS, 2001, p. 91).

Partindo desse pressuposto, podemos afirmar que o cenário urbano é repleto de paisagens tipográficas,⁴ sobretudo de artefatos produzidos de maneira informal, o que se pode chamar de “tipografia vernacular”, “tipografia popular” ou “letreiramento popular”, com base nas referências adotadas.



Figura 1 . Diferentes placas e letreiramentos na cidade de Belo Horizonte. Fotos de Emerson Eller, 2013.

³ Segundo FERRARA (1986, p. 105), “a intratextualidade é constituída lentamente de flocos representativos de textos, isto é, fragmentos, unidades que se desprendem de outros conjuntos a partir de um jogo de analogias sintáticas: este é o princípio lógico, ou melhor, analógico, de organização do intratextual [...] o seu apoio é a multiplicidade signica que acaba gerando uma figurabilidade, isto é, o significado se traduz numa figura”.

⁴ Nesse cenário, encontram-se também outros fenômenos tais como o grafite, pichação, letreiros, placas e tantas outras maneiras digitais ou analógicas de comunicação escrita que também fazem parte dessa paisagem, e que às vezes são tomadas como poluição visual.

Em nosso cotidiano somos rodeados por tipografias, mensagens ou projetos comunicacionais informais (figura 1), em sua maioria criados por pintores-letristas, cartazistas e outros profissionais ou por práticas analógicas que ainda resistem na era atual digital e coexistem com as atividades formais. Assim, o artigo em questão segue com registros de artefatos encontrados no cenário urbano da cidade de Belo Horizonte, relacionando-os rapidamente com fontes digitais baseadas na linguagem vernacular.



Figura 2 . Exemplo comum de profusão de manifestações visuais presentes na paisagem urbana da região central de Belo Horizonte. Foto de Emerson Eller, 2013.

Pode-se dizer que a tipografia vernacular destaca-se como uma marca do pluralismo na paisagem das cidades brasileiras (figura 2), e desenvolve um papel essencial em meio a propagandas, publicidades, anúncios ou sinalizações no cenário urbano. Vale ressaltar também o teor espontâneo de certos artefatos vernaculares. Uma vez que podem ser criados por qualquer cidadão, os trabalhos tipográficos vernaculares não apresentam apego direto a regras de construção ou de estética preestabelecidas por outros ofícios ou pela academia.

Dohmann (2007) observa que a tipografia vernacular, com seu caráter informal, visa comunicar de maneira rápida e precisa, construída com bagagem cultural restrita e baseada em informações sociais locais e do indivíduo que quer atingir, aliando soluções repletas de traços culturais regionais com apropriação da comunicação erudita.

Dentro desse mesmo contexto, Martins (2007) reflete sobre a presença e a resistência da tipografia popular no espaço público:

Entre as diferentes paisagens tipográficas das cidades, a tipografia popular se estabelece como uma apropriação singular da linguagem, uma voz de resistência que não se posiciona antagonicamente à expressão institucionalizada, mas resiste a ela de forma silenciosa. É importante notar a enorme amplitude espacial da tipografia popular, uma vez que uma demanda de comunicação pode surgir em qualquer lugar. (MARTINS, 2007, p. 32).



Figura 3 . Portão de um estabelecimento da região leste de Belo Horizonte. Foto de Emerson Eller, 2012.

Ao observarmos a figura 3, podemos rapidamente perceber certa semelhança desse letreiro caligráfico popular com a fonte digital criada por Pedro Moura (figura 4). Mesmo que rasa, essa semelhança se dá devido às características de letras manuscritas eruditas das quais ambas derivam. Neste sentido, Finizola (2011) afirma que “a circularidade cultural favorece essa rica troca de experiências entre as culturas, permitindo que, por vezes, o erudito se torne popular, e que o popular seja assimilado pela linguagem oficial, tornando-se também erudito” (FINIZOLA 2011, p. 22).



Figura 4 . Fonte Tetéia, Pedro Moura, Tipos Populares do Brasil, 2004.

**TIPOGRAFIA
POR APENAS
1 RIAL
QUEM VAI LEVAR?**

Figura 5 . Fonte 1 Rial, Fátima Finizola, Crimes Tipográficos, 2003.

Percebe-se no país, uma crescente valorização das culturas locais na produção de fontes com influências em artefatos vernaculares. Tomamos como exemplo as figuras 4 e 5, que são fontes digitais criadas sob influência ou a partir da apropriação da linguagem do outro. Então, as letras presentes no cenário urbano podem servir como base para a criação de tipografias ou famílias tipográficas carregadas de traços culturais próprios de uma determinada região ou cidade. Farias (2011), ao tratar da incorporação do vernacular no design tipográfico, afirma:

No design de tipos, a incorporação de formas vernaculares significa, frequentemente, a valorização de modelos anteriores à instituição dos critérios modernos de limpeza e legibilidade. Dessa forma, na Europa ou nos Estados Unidos, a apropriação de formas vernaculares para o design de tipos pode ser interpretada como um desafio ou uma rebelião contra o status quo de uma tradição tipográfica. (FARIAS, 2011, p. 168).

O presente artigo apresenta registros de artefatos que são em sua maioria, produzidos à mão livre, diretamente em muros, placas, portões etc. Ao observar e pesquisar o resultado do trabalho de profissionais que utilizam técnicas tradicionais que antecedem à prática oficial do design no Brasil, estamos também reconhecendo a importância de comunicar com bases criativas mais próximas do que podemos chamar de um design brasileiro, ultrapassando, assim, a imposição de estilos e modelos prontos.

Entende-se o design como uma atividade criativa que tem como um dos maiores objetivos estabelecer esses diálogos, como notamos no design tipográfico, onde por exemplo, o cenário urbano serve como fonte de inspiração e conceituação para criação de fontes digitais que comunicam traços culturais e locais.

O cenário urbano, através de seus artefatos tipográficos, com todas suas cores e formas variadas, tem muito a nos dizer sobre a cultura e hábitos locais de um povo. Nesse sentido, podemos afirmar, ainda, que estando imersos nesse espaço comunicacional urbano, todo conjunto de signos e estímulos visuais presentes ali fazem parte do nosso cotidiano e do imaginário da cidade.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Devemos estar atentos aos diversos fenômenos individuais e coletivos recorrentes na cidade e às manifestações visuais e verbais que transitam no nosso cotidiano. Além dos aspectos materiais da cidade, devemos considerar também os de ordem comunicacional. Nesse sentido, Guatarri (1994) afirma a importância da instauração de uma transdisciplinaridade entre os designers, como também em outras disciplinas das ciências sociais, humanas e ecológicas.

Após a década de 1960, podemos observar uma crescente busca pelo hibridismo e pluralismo em projetos de design. O funcionalismo e o racionalismo foram rejeitados, cedendo espaço para o acaso, o humor e para o mau gosto assumido. A

cidade, a cultura popular, as subculturas e o design vernacular serviram como suporte para esse ideal. Neste mesmo âmbito, Dones (2004) reflete sobre essa mudança do olhar no design gráfico:

A passagem do racionalismo à intuição sinaliza uma mudança de atitude e um processo de revisão no campo da comunicação gráfica. Seus olhares voltam-se para as subculturas e autores anônimos ou esquecidos: os interstícios da cultura oficial. (DONES, 2004, p. 50)

Reafirma-se, portanto, a importância de uma certa polissemia no campo do design. Profissionais da área devem buscar atuar como decodificadores de signos, estímulos e qualquer fenômeno capaz de reorientar a matéria humana e social da cidade, observando a pluralidade presente no meio e se inserindo nele, aprendendo com a espontaneidade do vernacular, contrariando a globalização e, sobretudo, promovendo a celebração do território.

REFERÊNCIAS

- BAUDRILLARD, Jean. (2004). O sistema dos objetos. São Paulo: Perspectiva.
- CARDOSO, Rafael. (2005). O design brasileiro antes do design: aspectos da história gráfica, 1870-1960. São Paulo: Cosac Naify.
- CARDOSO, Rafael. (2008). Uma introdução à história do design. São Paulo: Blucher.
- CARDOSO, Rafael. (2012). Design para um mundo complexo. São Paulo: Cosac Naify.
- DOHMANN, M.V. (2007). Pintores de letras brasileiros. Cadernos de Tipografia, n.3. Lisboa. Disponível em: <<http://www.tipografos.net/cadernos>> Acesso em: 12 out. 2012.
- DONES, Vera L. (2004). As apropriações do vernacular pela comunicação gráfica. Anais do P&D Design 2004. São Paulo: Faap.
- DONES, Vera L. (2004). A estética vernacular: um lugar de autenticidade (ano 25, nº 1, pp. 45-53). Signos, Porto Alegre.
- DONES, Vera L. (2006). Tipografia vernacular: a revolução silenciosa das letras do cotidiano (pp. 1554-1568). Actas do Congreso Internacional Lusocom 2006, Santiago de Compostela.
- FARIAS, Priscila L. (2011). Aprendendo com as ruas: a tipografia e o vernacular. In: MARCOS DA COSTA BRAGA. O papel social do design gráfico: história, conceitos & atuação profissional (p. 163-183). São Paulo: Senac São Paulo.
- FARIAS, Priscila L. (2001). Tipografia digital. O impacto das novas tecnologias. Rio de Janeiro: 2AB.
- FERRARA, L. D'A. (1986). A estratégia dos signos. São Paulo: Perspectiva.
- FINIZOLA, Fátima. (2010). Tipografia vernacular urbana: uma análise dos letreiramentos populares. São Paulo: Blucher.
- GUATTARI, Felix. (1994 mar). Práticas ecosófica e restauração da cidade subjetiva. Tempo Brasileiro: Homem, cidade, natureza, Rio de Janeiro, pp. 9-26.
- JURY, David. (2006) O que é tipografia. Barcelona: Gustavo Gili.
- KAMPER, Dietmar. (1997). Os padecimentos dos olhos. Ensaio de complexidade. Porto Alegre: Sulina.
- LUPTON, Ellen. (2006). Pensar com Tipos. São Paulo: Cosac Naify.
- LUPTON, Ellen. (1996). Mixing Messages: Graphic Design in Contemporary Culture. New York: Princetown Architectural Press.
- MAFFESOLI, Michel. (1994 mar). O poder dos espaços de celebração. Tempo Brasileiro: Homem, cidade, natureza, Rio de Janeiro, pp. 59-70.
- MARTINS, Bruno G. (2005). Tipografia Popular: potências do ilegível na experiência do cotidiano. Dissertação de mestrado em Comunicação Social - Universidade Federal de Minas Gerais, UFMG, Belo Horizonte.
- SANTOS, Jair Ferreira. (1986). O que é pós-moderno. São Paulo: Brasiliense.

SEMANA TIPOGRÁFICA EM BAURU: UMA INTERAÇÃO ENTRE UNIVERSIDADE E COMUNIDADE

Fernanda Henriques {UNESP - SP}
Ferdi.henriques@gmail.com

Cassia Letícia Carrara Domiciano {UNESP - SP}
cassiaccarrara@gmail.com

RESUMO

A Semana Tipográfica em Bauru teve sua primeira edição entre os dias 26 e 29 de Setembro de 2012. Organizada pelo Departamento de Design e pelo Laboratório de Extensão Inky Design da Universidade Estadual Júlio de Mesquita Filho, Unesp, Bauru, Brasil, contou com nomes relevantes da tipografia nacional, como Henrique Nardi, Bruno Porto e Fernando Caro. O evento trouxe, de forma significativa, a cena tipográfica nacional para o interior paulista. Neste contexto, foram realizadas palestras e workshops para os inscritos além de uma oficina especial, 'Brincando com Tipos', oferecida pelos alunos e professores da graduação em Design para alunos do ensino básico de escola pública. Ainda sediou duas exposições, a Bienal de Tipos Latinos 2012, pela primeira vez na região, e o Memória Visual, uma grande homenagem ao professor e tipógrafo Valero Figueiredo. Como processo metodológico, foram articulados diversos grupos, organismos e organizações tanto na realização da concepção gráfica quanto organiza-

cional. Diante de uma coordenação motivada e motivadora, alunos e professores puderam realizar um evento inédito, envolvido pelas diferentes facetas do design: tipografia experimental, convencional, usos tipográficos, design thinking (planejamento global), design da informação, identidade visual, sinalização, design de ambientes, entre outros.

Área temática / Ensino, história e crítica da tipografia

Palavras-chave / Design social, ensino da tipografia

INTRODUÇÃO

Em nosso alfabeto, as letras são desenhos, formas, traços ou elementos gráficos que representam um som específico. Chamamos nosso alfabeto de fonético, diferentemente das línguas escritas em forma de pictogramas ou ideogramas, como aquelas encontradas no Egito Antigo, na China e Japão.

De um modo geral, a escrita e a leitura são realizadas cotidianamente sem que se realize bem sobre toda a complexidade existente nessas ações. A escrita é o desenho da fala humana, quando transformamos os sons das palavras em símbolos que possuem uma codificação própria. É uma maneira de perpetuar algo imaterial: a voz. Cada língua falada no mundo tem o seu sotaque e podemos afirmar que suas representações simbólicas também possuem características que as diferenciam umas das outras. O “sotaque escrito” se dá no desenho das letras, como por exemplo, nas línguas latinas, cujo predomínio de formas arredondadas, curvas e sinuosidades acabam por dar uma pista sobre a maneira como nossa cultura está formada.

O alfabeto latino possui diferentes formas de escritas para a mesma letra. Conseguimos entender símbolos gráficos tão diversos como “a”, “ã” e “A” como representantes do mesmo som. Se em um mesmo alfabeto podemos encontrar estilos e grafias diversas para uma mesma letra, é de se esperar que as formas gráficas de alfabetos diferentes também se diferenciem, cada qual seguindo um estilo muitas vezes semelhantes ao som da língua falada.

Estudar a morfologia dos caracteres bem como a nomenclatura das partes das letras e a classificação tipográfica auxilia não apenas estudantes de design na preparação de materiais gráficos como também aproxima e estimula estudantes do ensino básico a aprofundar seus conhecimentos em um dos códigos culturais de maior relevância na história da humanidade, a escrita.

ORGANIZAÇÃO E PARTICIPAÇÃO DE DOCENTES E ALUNOS

A primeira edição da Semana Tipográfica, focada no design tipográfico e suas possibilidades, teve como principal objetivo proporcionar aos discentes do curso de design da Unesp, à comunidade em geral e também aos alunos do 2º ciclo do ensino básico de uma escola pública uma imersão no universo do estudo das letras pelo viés da tipografia. Contou com a participação de diversos nomes importantes, trazendo a cena tipográfica nacional para o interior paulista. Foram realizadas palestras e workshops dirigidos a diversos públicos. O evento sediou ainda duas exposições simultâneas: a Bienal de Tipos Latinos 2012, pela primeira vez na região, e o Memória Visual, uma grande homenagem ao professor e tipógrafo José Luiz Valero Figueiredo.

Memória Visual: esta exposição homenageou o saudoso professor José Luiz Valero Figueiredo, mostrando à comunidade as diversas faces deste docente de reconhecida importância não só no meio acadêmico, mas também como designer, fotógrafo e poeta visual. A exposição faz parte de um projeto de extensão que vem sendo realizado chamado Memória Visual “José Luiz Valero Figueiredo”, onde todo o acervo deixado pelo docente está sendo catalogado e será disponibilizado para consultas, virtuais e presenciais.

Exposição Tipos Latinos 2012: exposição realizada por toda a América Latina, onde trabalhos de design gráfico focados em tipografia são avaliados e premiados. Depois do julgamento, os cartazes com os trabalhos vencedores são expostos em grandes centros culturais e universitários por toda América Latina. Conseguimos sediar a exposição e pela primeira vez no interior paulista, fechando o ciclo bianual. A exposição permaneceu durante os dias do evento em um espaço amplo e acessível do campus e teve sua visitação aberta a todo público de forma gratuita.

Meses de desenvolvimento foram empregados pelos alunos participantes do projeto de extensão universitária Inky Design, um escritório experimental de design gráfico que funciona há quase 12 anos no campus da Unesp de Bauru. O projeto foi coordenado pelas organizadoras dos eventos e autoras deste artigo e o processo de criação da identidade visual aconteceu de forma colaborativa, onde a equipe participou da criação da marca à execução final de todo o design gráfico, incluindo a

ambientação de palestras, workshops, espaços de recepção, convívio e exposições.

Foi usado o conceito de articulação de módulos e elementos visuais chave em todo o processo, numa preocupação constante com a eficiência da identificação do evento, fácil localização no campus e articulação visual entre as palestras, workshops e exposições, que também possuíam suas próprias identidades. O design da informação e a sinalização interna e externa dos ambientes também trabalharam para uma eficiente identificação.

A montagem final do evento contou com o apoio de um grande número de alunos do curso de design. Alguns deles idealizaram e ministraram oficinas, inclusive uma especial, voltada para jovens carentes da escola municipal EE Prof Carolina Lopes de Almeida.

BRINCANDO COM TIPOS: JOGOS TIPOGRÁFICOS PARA CRIANÇAS

Acreditando que um evento em uma instituição de ensino superior pública, como a Unesp, só faz sentido se envolver a comunidade e devolver para ela os resultados obtidos por uma educação voltada para a pesquisa, estendemos o convite aos alunos da escola pública do 2º ciclo do ensino básico, na forma de um workshop especialmente desenvolvido para crianças entre 8 a 12 anos.

‘Brincando com Tipos’ foi um workshop realizado durante a Semana Tipográfica e teve como objetivo estimular os estudantes citados a aprofundar seus conhecimentos em um dos códigos culturais de maior relevância na história da humanidade, a escrita. Alunos e professores da graduação em design da Unesp fizeram jogos para ensinar a morfologia dos caracteres, a nomenclatura dos elementos que compõem as letras e a classificação tipográfica. Tudo de forma lúdica e embasada.

O workshop contou com uma introdução acadêmica que envolveu uma breve aula a partir de recursos visuais sobre estilos tipográficos (romanas, cursivas, mecânicas etc.) e morfologia dos caracteres (serifa, haste, barra, olho etc.) além de uma visita guiada à exposição Bienal de Tipos Latinos, sediada pela primeira vez na cidade e trazida especialmente para



a Semana Tipográfica.

Figura 1. Capa do álbum de fotos dedicado à oficina “Brincando com Tipos”, na página da Semana Tipográfica no Facebook.

A aula teve início com uma explanação a partir do entendimento de que a escrita é um desenho, uma expressão gráfica que varia de cultura para cultura, sendo exemplificada com imagens de composições em línguas não-latinas, como o árabe e o chinês. Dessa forma, ao perceber que a escrita nada mais é que a tradução visual de uma língua, de uma voz, os alunos puderam se desprender um pouco de um certo pré-conceito com a escrita. Também, nessa introdução, foram apresentados caligramas e poesias concretistas, que utilizam letras para formar composições gráficas.



Figura 2. Apresentação de caligrama em aula para crianças.

Depois, foi explicada a relação entre som e imagem, o que é escrita fonética e as variedades de formas cujas estruturas podem carregar simbolismos diversos, utilizados, principalmente, para enfatizar discursos, criar personalidades etc.

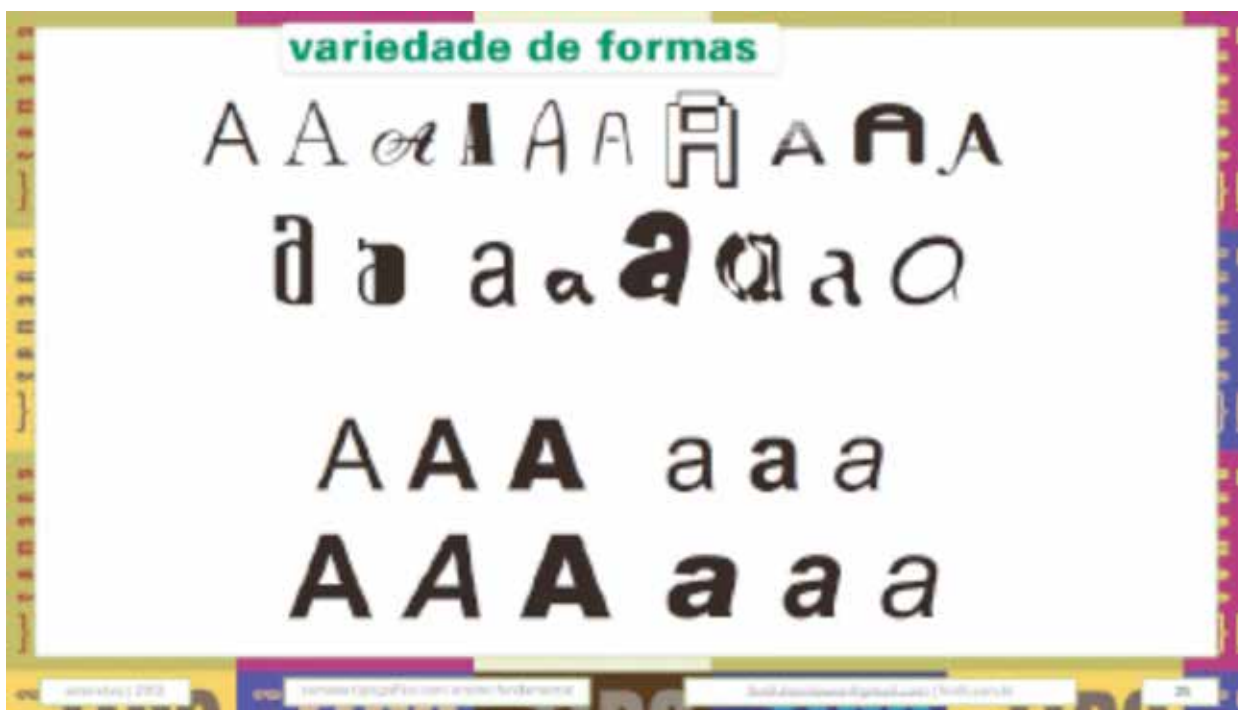


Figura 3. Diversas formas de se representar o som e a vogal “a”.

A partir desse mote, levamos os alunos para conferir a Exposição Bienal de Tipos Latinos 2012, onde puderam comprovar as variedades de fontes, suas utilizações e também perceber que existem profissionais que trabalham para criar e produzir novas famílias tipográficas.



Figura 4. Crianças durante a exposição Bienal de Tipos Latinos 2012.

Como finalização do workshop, foram realizadas duas atividades lúdicas. A primeira, mais simples e proveniente de uma brincadeira infantil conhecida por todos, a qual chamamos no Brasil de “telefone sem fio” (“telefone avariado” em Portugal), trata-se de uma dinâmica onde uma pessoa fala uma frase de relativa complexidade (no nosso caso foi: “a invenção da escrita é a aurora da humanidade”) e as crianças, dispostas lado-a-lado, precisam cochichar no ouvido da seguinte aquilo que entendeu. No final, invariavelmente, a frase sai distorcida da original. Isso serviu como mote para o entendimento de que a informação oral é mais volátil que a escrita e mais sujeita a ruídos de comunicação.



Figura 5. “Telefone sem fio”: brincadeira sobre falhas da comunicação oral.

A segunda, foi uma atividade especialmente desenvolvida para esse workshop, o “jogo da memória tipográfico”, consistindo de um jogo inteiramente produzido pelas próprias crianças. Primeiramente, elas localizaram nos jornais e revistas algumas fontes que julgassem interessantes. Depois, recortavam duas letras de uma mesma família, colando cada uma em um quadrado de papelão. O objetivo não era reconhecer letra “a” com letra “a”, por exemplo, e sim letras de uma mesma família.

Por fim, em grupos de 5 alunos, todos os quadradinhos foram virados de cabeça para baixo e ordenados em fileiras. E os alunos tiveram de, além de lembrar sua posição, saber unir os pares que pertenciam a uma mesma fonte.



Figura 6 . Regras do “Jogo da Memória Tipográfico”.



Figura 7 . Exemplo do Jogo



Figura 8 . Crianças escolhendo as famílias tipográficas

Figura 9 . “Tensão” na final da partida.

METODOLOGIA

Como metodologia foram empregadas pesquisa bibliográfica, organização da exposição com produção de painéis e seleção de imagens, contato com a direção da escola de ensino fundamental, preparação de materiais expositivos (Power point) e avaliação final dos resultados obtidos.

A organização do evento iniciou-se com 6 meses de antecedência à data de abertura e os trabalhos foram realizados diariamente com a participação de docentes, chefe e coordenação do curso de Design da Unesp, direção da Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação e alunos bolsistas e voluntários.

CONCLUSÃO

O evento Semana Tipográfica em Bauru atraiu grande número de alunos dos cursos de design da cidade e também profissionais e docentes. Foi relevante visualizar a articulação de docentes, discentes e profissionais em busca de difundir e consolidar a cultura tipográfica. Importante frisar que o resultado não se limitou ao evento, uma vez que o crescimento de interesse pela tipografia pôde ser percebido no meio acadêmico local.

A atividade especial oferecida aos alunos da rede pública de ensino abriu as portas para o entendimento da escrita de uma forma mais ampla e aprofundada. Por meio de atividades lúdicas, didáticas e da visita à exposição Bienal de Tipos Latinos, as crianças tiveram uma imersão de alto nível, oferecida por doutores e graduandos em design. Ver esse conjunto de projetos ajuda estudantes, profissionais do design e leigos a entender melhor não só questões tipográficas, mas também a própria cultura a qual estão inseridos.

REFERÊNCIAS

- AMBROSE, G. HARRIS, P. (2011). *Design Thinking*. Porto Alegre: Bookman.
- BRINGHURST, Robert. (2005). *Elementos do estilo tipográfico*. São Paulo: Cosac Naify.
- FARIAS, Priscilla. (1999). *Tipografia digital: o impacto das novas tecnologias*. Rio de Janeiro: 2AB.
- FONSECA, Joaquim. (2008). *Tipografia e design gráfico*. Porto Alegre: Bookman.
- FRUTIGER, Adrian. (2007). *Signos, símbolos, marcas, señales. Elementos, morfologia, representación, significación*. Barcelona: Gustavo Gili.
- GAUDÊNCIO JR., Norberto. (2004). *A herança escultórica da tipografia*. São Paulo: Rosari.
- LINS, Guto. (2004). *Helvética: o tipo topa tudo*. São Paulo: Rosari.
- LUPTON, Ellen. *Novos Fundamentos do Design*. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- _____. *Pensar com tipos*. São Paulo: Cosac Naify, 2006.
- MEGGS, Philip B. (2009). *História do design gráfico*. São Paulo: Cosac & Naify.
- MUNARI, Bruno. (2001). *Design e comunicação visual*. Trad. Daniel Santana. Lisboa: Edições 70.
- NIEMEYER, Lucy. (2001). *Tipografia: uma apresentação*. Rio de Janeiro: 2AB.
- ROCHA, Cláudio. (2002). *Projeto tipográfico - análise e produção de fontes digitais*. São Paulo: Rosari.
- _____. (2004). *Tipografia comparada*. São Paulo: Edições Rosari.
- SAMARA, Timothy. (2008). *Los elementos del diseño*. Barcelona: Gustavo Gili.
- WALKER, C. B. F. et al. (1999). *Lendo o passado - do cuneiforme ao alfabeto: a história da escrita antiga*. São Paulo: EDUSP/Melhoramentos.
- WILLIAMS, Robin. (1996). *Design para quem não é designer*. São Paulo: Callis.

TEACHING STRATEGIES FOR LETTERFORM DESIGN IN 1ST YEAR B.A. DEGREE IN COMMUNICATION DESIGN COURSE: LETTERFORM DESIGN AS AN EXPRESSIVE ELEMENT OF COMMUNICATION.

Joana Lessa {Ualg}
jlessa@ualg.pt

INTRODUCTION

For first year students' teachers of Letter anatomy and design in Communication Design BA degree, the lack of sensitivity in distinguishing types, and lack of recognition of the value of typography that most students reveal, is a concern and a strong reason to search for strategies to create stimulus, promote learning and good student work results.

In order to implement the teaching of Letter anatomy, and simultaneously allow students an easy contact with a fresh and motivational view on Letter and Type, we have been applying an approach to letterform design as an expressive means of communication: more intuitive, although with the presence of the theoretical notion on Letter anatomy "on the background". This gives way to a more structured, rational and rule oriented approach, on the following semester.

We believe this set of strategies reveal a positive direction to promote student motivation towards letterform design, in a highly dedicated and joyful way, with good examples of putting into practice theoretical concepts of letter anatomy, alongside with conceptual and graphic stimulating end results. This has also promoted student's investigation on: how to design letterform as an expressive vehicle of content and meaning; how to test the limits of legibility in the Latin alphabet in use, proposing new creative forms for letter design.

COMMUNICATION DESIGN COURSE AND LETTERFORM DESIGN

About the function of letterform and word shape Mandel states that “In giving a visible presence to thought and words, prolonging them in time and space, the letterform fulfills a precise physical or spiritual function.” (1993, p.9).

The letterform design gives visual presence (either printed or digital) and formalization to the meaning of the words, but also goes beyond it: the design of letterforms projects the mood and the sense of the context to which the words refers, might it be a celebration of power in a noble coat of arms, or the sense of clarity and order in an airport signage.

According to R. Bringhurst (1997), Typography works as a sensible indicator of time periods, specially pointed through the form of certain parts of type anatomy, like the shape of serifs and terminals, but not only (modulation and axis characteristics, x-height, etc.). And this is derived by their ability to integrate and express in the characteristic features of their anatomy, specific visual clues, in order to suggest a mood, an emotion, a period, a personality (Bringhurst, 1997; Bringhurst & Chappell 1999; Lupton, 2004).

So we can say that letterform design is an important part of any given communication product or service using words, and that is: almost every product/service we use in every day’s life. This justifies the importance (and the presence) of Letterform Design and Typography teaching, in the curricula of Communication Design course (BA) in almost every college across de country, rest of Europe and beyond, also recommend by designers, design researchers and pedagogues (Lupton, 2004, 2009; Spikermann & Ginger, 2002; Heller, 2003; Dabner et al., 2010). Of course there are different approaches, which we believe is a healthy indicator of the variety of teaching methods, of goals established and the overall formation profile that each degree course offers.

THE FIRST-YEAR DESIGN STUDENT

Through teaching experience [active research and experience methodology – qualitative research methods (Silva, F.J.C.M., 2010)] of Communication Design BA degree students, we consider that, for the first grade students, the premiere contact with letterforms is of utter importance. Mainly because, students are better prepared, from their high school formation, to develop skills in image concept and creation, alongside with technical skills of image editing, but usually poorly prepared to deal with type analysis, unable to proper select letterforms and type to convey a specific meaning, and without experience in concept and letterforms design. Most of all, they enter the first year of college without a developed sensitivity towards the differentiation of letterforms, the aspects (in letterform) that promote the differences, and the “tone” they “speak”.

TEACHING STRATEGIES: LETTERFORM DESIGN AS AN EXPRESSIVE ELEMENT OF COMMUNICATION.

With the purpose of teaching Letter anatomy (Lupton, 2009; Bringhursts, 1997), and simultaneously let students relate to Letter and Type with a fresh and motivated view, we have adopted an approach to letterform design as an expressive means of communication: more intuitive, although with the presence of the theoretical notion on Letter anatomy “on the background”. This gives way to a more structured, rational and rule oriented approach, on the following semester.

For the first-year students, we propose the development of a set of exercises that explore the potential for conceptual expression within the practice of design, throughout the use of letterforms. The students are challenged to designed letterforms as expressive artifacts which: communicate content and meaning; evoke a certain context or environment (cultural, social, commercial, geographical, etc.); and express an emotional mood or tone, in a word - personality. They are also encouraged to test the limits of legibility in letterform design, as a way to understand where the barriers between communication and its absence might be drawn.

In order to promote the conceptual expression within the practice of design (which implies a design methodology) they experiment with unconventional materials, to learn that “it doesn’t take a computer to make design, but a brain”. In this context, this approach also incentives the development of unconventional forms of Typography, exploring the expressive potential of type (under the major area of Typography, and within the field of letterform design).

Another aspect we intend to put into these strategies, aimed at first-year students, is the sense of “game”, as a motivational tactic, “hands-on-approach” in Typography. This tactic has been applied to the teaching of Typography and specifically to Type Anatomy, mainly through books: see Spikermann’s “Stop stealing sheep...” (2002), and Woolman’s “Detective Story” (1997), but we believe they express an approach followed by many teachers. In these examples (which we selected through research methodology of case study), the authors explore anatomical comparisons with people, objects or the personification of type, in order to communicate theoretical concepts regarding type anatomy, type genealogy, type styles, typefaces design, etc. And there are also historical examples in type/letterform design games, that were developed for: children

storybooks, learn-to-read books, or in a purely decorative or ornamental letters for postcards, etc. (Purvis et al., 2010a, 2010b). This was mainly explored through a specific element: the text-image or image-text artifact (Willen & Strals, 2009; Dabner et al., 2010; Lupton, 2004, 2006). We will concentrate on this particular feature later on.

STRATEGY “FROM TYPE ANATOMY TO FRANKENSTEIN AND BACK AGAIN”

On the subject of Letter and Type Anatomy, it is inevitable the comparison to human anatomy, from which so many terms were borrowed. Therefore, to teach the basics of Letter Anatomy and the notions of anatomy parts (previously given to the students in the lecture “Type Anatomy”), whilst stimulating interest and promoting group dynamic in class, we’ve adopted a method that uses big scale elements – body size type. This reinforces the notion of anatomy and (we believe) makes it easier to relate to the abstract contents.

In this strategy, the students deconstruct type and consequently reconstruct it in a “special environment” (with some rules and restrains). This is done in two stages: the first part - in a small group work, in a class workshop – one specific letter will be redesigned through the collage of printed type parts, parts that originally belonged to different “bodies”; the second part - an individual digital reconstruction - where the starting point is the end result of the first part, on which the student will test, with a synthesis method, modular design construction.

FIRST PART: CLASS WORKSHOP – LETTERFORM DESIGN (DECONSTRUCTION-RECONSTRUCTION)

Steps: Each student choose a letter in a specific typeface; then he/she prints it at body size and cut it into parts (each part is in a A4 sheet of paper); in class each student mix their “letter parts” into a pile where all the parts are shuffled; then each one takes out, randomly, the same number of parts he/she inserted in the pile; in groups of two students, the letters are reassembled/reconstructed “a la Frankenstein”, aiming at expressiveness and creativity, and respecting the obligatory use of every part or piece they randomly end up with (constrains: the pieces can be rotated, but only in 90 degrees turns; every piece has to be present in the final design, without cutting any part; cutting instruments are not to be use).



.....
Figure 1 . Letterform construction through collage of big scale printed type parts (after deconstruction), 2012.



.....
Figure 2 . Letterform construction through collage of big scale printed type parts (after deconstruction), 2012.

In Figures 1 and 2 we can see, respectively, a group of students constructing one of their letters/ designing a new letterform through this strategy, while others put them on the wall for final presentation (note the scale of the letterform, in comparison to the students height), and some examples of the final results (an low-case “i” and a high-case “Q”).

SECOND PART: INDIVIDUAL DIGITAL MANIPULATION – LETTERFORM DESIGN

This part of the Letterform design strategy, aims at the same purpose as part one did, but on digital context: deconstruction and construction of letterform, testing the limits of legibility and the new design possibilities while trying to deal, simultaneously, with limitations and briefing/elements constrains (as described in the next paragraph). Essentially trying to construct a letterform with the elements “at hand”, which we consider might promote mental plasticity/ the ability to overcome difficulties, and problem solving skills in communication design.

Steps (see Figure 3): Starting from the end result of the workshop – the new, reconstructed, letterform design from type parts (already photographed and converted into high-contrast black & white image), each student divides the letterform into 6 parts, departing from the anatomic letter division (Bringhurst, 1997; Lupton, 2004, 2006; Cheng, 2006; Kane, 2002; McLean, 1996; Montesinos & Hurtuna, 2002; Paris, 2000; Vilela, 1998); then the student chooses 5 from the 6 pieces and reconstructs the letter; then the same thing with only 4 from the original 6 pieces; then with 3 pieces, being one of those repeated (4 pieces total); then with 2 pieces, being each piece repeated (4 pieces total); then with 1 piece, repeated 4 times (4 pieces total); then with 1 piece, repeated 3 times (3 pieces total); from this point on, the student is encourage to develop new letterform designs with less pieces, but it’s optional.

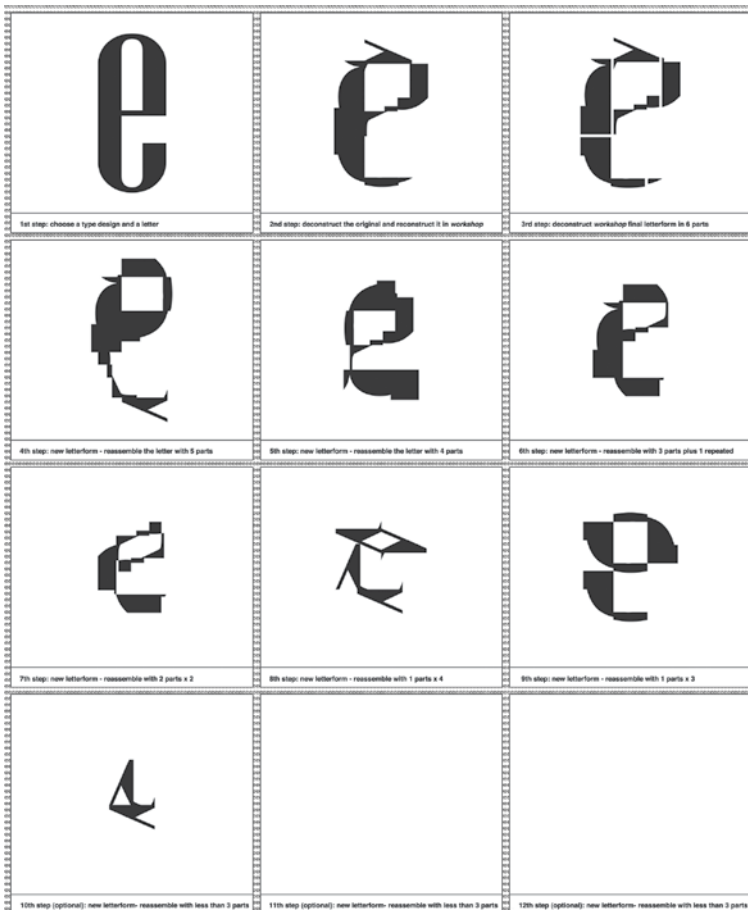


Figure 3. Final presentation with the end results of the exercise (part one and two) (from left to right, top to bottom): the original type; the end result of the first part of the exercise/method; the digital division of the “Frankenstein” letterform in 6 pieces; letterform design with 5 pieces of the digital division; letterform design with 4 pieces; letterform design built with 3 pieces, plus one repeated (4 pieces total); letterform design built with 2 pieces, each one repeated (4 pieces total); letterform design built with 1 piece repeated 4 times; letterform design built with 1 piece repeated 3 times; letterform design built with 1 piece repeated twice. By student Luís Santos, 2013.

From the point where the students design the letterform with only one piece, repeated 4 or 3 times (see Figure 3), the exercise acquires a new aspect: modular letterform design. The results of these steps are more homogeneous and visually solid: the letterforms reacquire “type spirit”, and although unconventional, they loose part of the “Frankenstein” nature. We can detect this feature in the comparison between Figures 4 and 5 that follow. As an exercise, the modular letterform design is also a fundamental student’s learning instrument (Lupton, 2009).

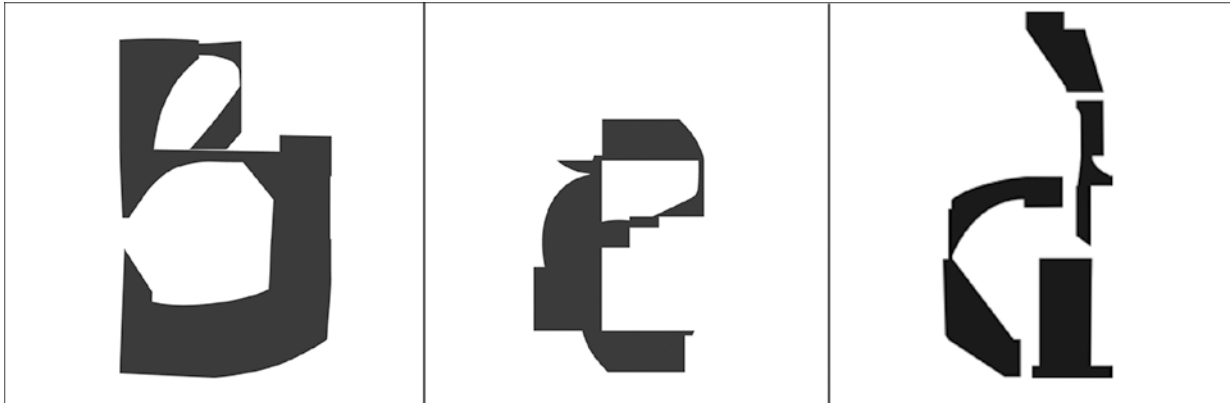


Figure 4 . “Frankenstein” nature letterform designs. By students Diogo Guerreiro (letter “b”), Luís Santos (letter “e”) and Pedro Pereira (letter “d”), 2013.

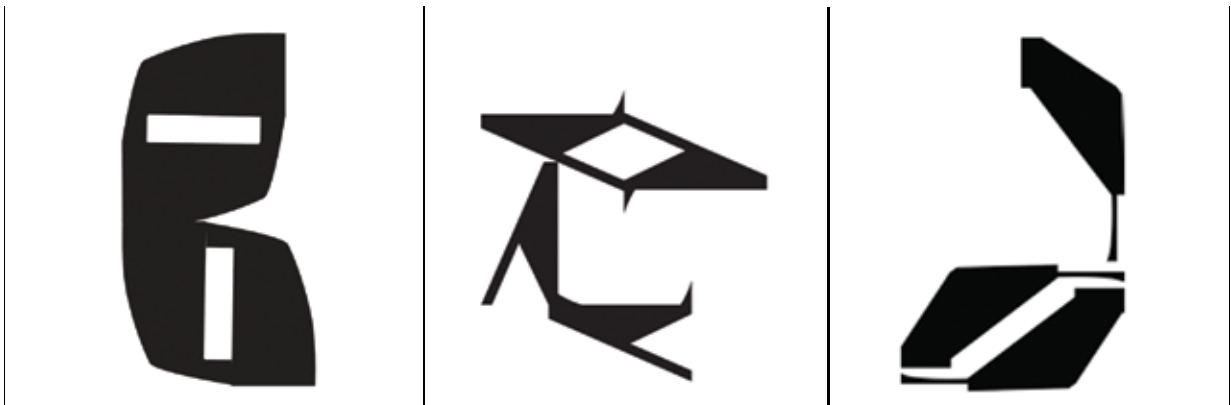


Figure 5 . Modular letterform designs: made out of one module repeated 4 times (letters “b” and “e”); and of 1 module repeated 3 times. By students Diogo Guerreiro (letter “b”), Luís Santos (letter “e”) and Pedro Pereira (letter “d”), 2013.

STRATEGY “LETTER AS IMAGE/ IMAGE AS LETTER”

The exercises/strategies that promote the experimentation of letter as image are widely disseminated in Communication Design teaching (Dabner et. al., 2010; Miller, 1996; Willen & Strals, 2009). This is not a new strategy, but we believe it is a very effective and proficuous one.

We consider the strategy “letter as image”, and simultaneously “image as letter”, stimulates student research into the concept/use of letterform design as an expressive element of communication. In order to create a “double reading artifact” -letter as image/image as letter (which leads to test the barriers between imagery and typography) (see Figures 6 and 7), the students are challenged to design a visual alphabet, using photography as medium, where image is created to function as letter and, at the same time, the letter (that is read) is identified as image format (see Figures 6 to 11).

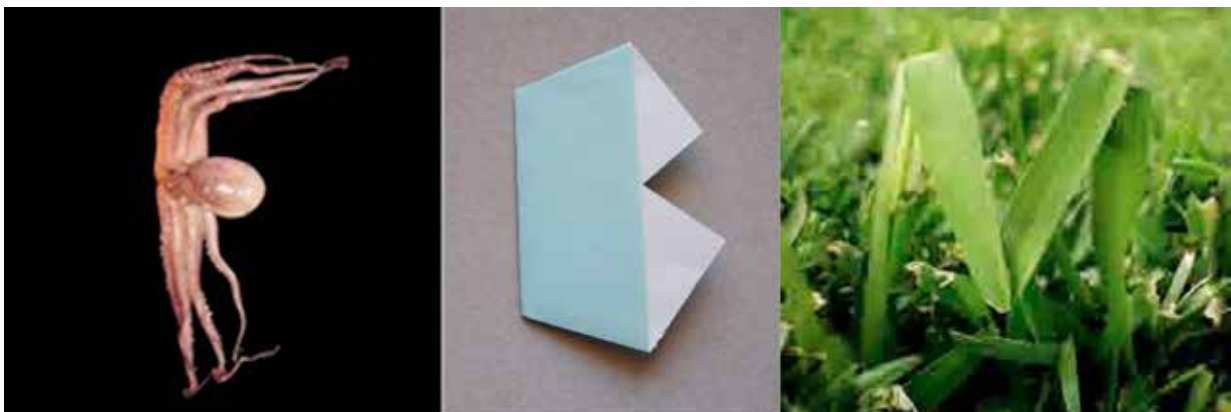


Figure 6 . Letters designed as “letter as image/image as letter”: “octopus-F”; “origami-B”; “grassy-M”. By João Assunção (letter “F”), Tiago Ferreira (letter “B”) and Joana Enes (letter “M”), 2012.



Figure 7 . Letters designed as “letter as image/image as letter”: “fishbones-A”; “carpentry-B”; “gestual-M”. By Mónica Brazuna (letter “F”), Cristina Correia (letter “B”) and Andreia Cacho (letter “C”), 2012.

In this strategy, the students need to establish and maintain internal rules (see Figures 8 and 9) that unify the design of all letters: consistency between letters has to be established and maintained through out the 27 Latin alphabet letter design. They are proposed to choose a theme, which might be an activity/action or an object or context/environment (see Figures 6 and 7) that then, they have to communicate through the design of the alphabet. The final result is presented in a poster (see Figures 10 and 11).

Again, the students are expected to test the limits of letter legibility and the design of creative and unconventional forms, while communicating a specific meaning in an expressive way. The representation of theme/content as well as its meaning, is explored in form/background relationship, color pallet, form features, connotative value, etc. (and other visual communication grammar aspects) (Dondis, 1973; Arnheim, 2004; Maeda, 2006).



Figure 8 . “All fire” – letter design by student João Henrique (made out with fire spinning/juggling item, in the dark – these letters are body size), 2008.

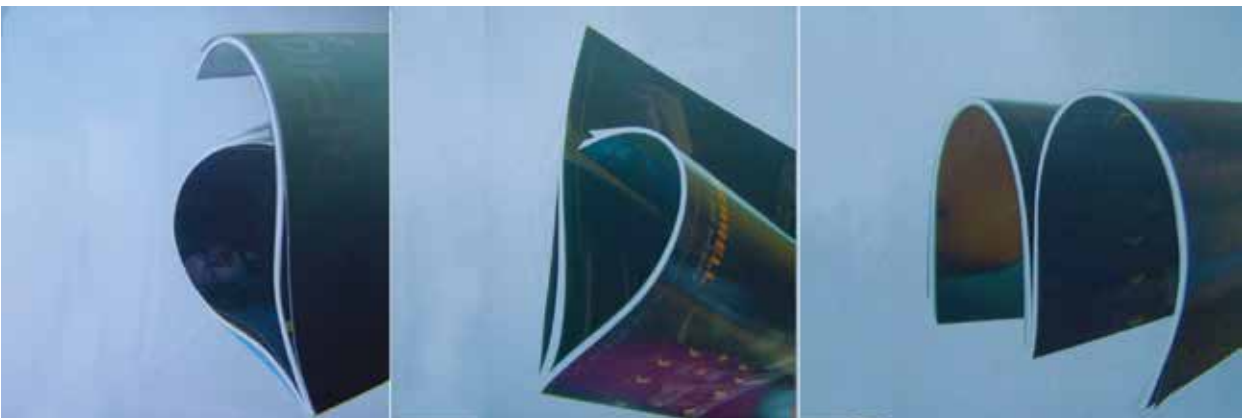


Figure 9 . Letter design by student Rúben Monteiro (with a magazine), 2006.



Figure 10 . Posters for final “visual alphabet” presentation: “carpentry alphabet” by student Cristina Correia and “origami alphabet” by student Tiago Ferreira, 2012.



Figure 11 . Posters for final “visual alphabet” presentation: “octopus-alphabet” by student João Assunção and “olive oil alphabet” by student Andreia Santos, 2012.

DISCUSSION

From the outcomes presented (between 2006-2013, on which the referred strategies have been implemented), in both strategies, we consider them to be positive and effective methods to stimulate the learning of letter anatomy and simultaneously creative letterform design practice, for the considered learning stage. The processes involved in both strategies, allowed the design of expressive elements as vessels of content and meaning, in a highly engaging manner and with good learning and end results. The game approach here present also contributes to this, maintaining the continuous interest and provocative appeal.

From the dedication and consistency that the students demonstrate and applied into these exercises, as well as the expressive and communicative quality of their results (only in one session, respectively: the first part of letterform design – the “Frankenstein” approach; and the second part – the digital manipulation), we believe the set of strategies indicate a positive and promise path in letterform design teaching/learning for first-year college students.

Related to both strategies, we point out, the common feature that allows students to start from given elements (bypassing the “fear of the blank page”): might it be a type character, or the capture of reality into an image. As these students show good skills in production and image editing, the use of “ready-to-use materials” at this stage of learning, proves to be an important turning point for a more rational typographic rule-driven approach and more complex contents, which will follow.

FUTURE WORK

In the future we intend to further our research by analyzing deeper into these strategies’ results. One option is to compare, within the same academic semester, two groups of first year students, aiming at pointing out the differences of learning with and without the referred strategies. We are particularly interested in aspects like: the effectiveness of learning; the learning pace; and quality of response/work produced.

REFERENCES

- Arnheim, R. (2004). *Art and Visual Perception: A Psychology of the Creative Eye, the New Version*. University of California Press.
- Bringhurst, Robert (1997). *The Elements of Typographic Style*. Canada: Hartley & Marks Publishers. (1st ed. 1992).
- Chappell, Warren & Bringhurst, Robert (1999). *A Short History of the Printed Word*. Canada: Hartley & Marks Publishers.
- Cheng, Karen (2006). *Designing type*. London: Laurence King.
- Dabner, David, Calvert, Sheena & Casey, Anoki (2010). *Graphic Design School: A Foundation Course for Graphic Designers Working in Print, Moving Image and Digital Media*. London: Thames & Hudson.
- Dondis, D. A. (1973). *A primer of Visual Literacy*. Cambridge: The MIT Press.
- Heller, Steven (2003). *Teaching Graphic Design*. New York: Allwoth Press.
- Kane, John (2002). *A Type primer*. New Jersey: Prentice Hall.
- Klanten, Robert (2004). *Type-one: Discipline and progress in typography*. Berlin: Die Gestalten Verlag.
- Lupton, Ellen (2009). *Project Letterforms*. Retrieved in 02nd April 2013, in *Thinking with Type*, available on-line: http://www.thinkingwithtype.com/contents/letter/#Project:_Letterforms
- Lupton, Ellen (2004). *Thinking with Type: A critical guide for designers, writers, editors & students*. New York: Princeton Architectural Press.
- Lupton, Ellen (2006). *Pensar com tipos*. S. Paulo: Cosac & Naify
- Maeda, J. (2006). *The laws of simplicity: Design, technology, business, life*. Cambridge: The MIT Press.
- Mandel, Ladislav (1993). *Developing an awareness of typographic letterforms*. Vol. 6(1), pp. 3-22. John Wiley & Sons, Ltd.
- McLean, Ruari (1996). *The Thames and Hudson manual of typography*. UK: Thames and Hudson. (1st ed. 1980).
- Miller, Abbott (1996). *Three-dimensional Typography: Words in space (Kiosk Reports)*. New York: Princeton Architectural Press.
- Montesinos, José L. M. & Hurtuna, Montse H. (2002) *Manual de Tipografia*. València: Campgràfic.
- Paris, Muriel (editor) (2000). *Petit manuel de composition typographique*. Paris: Muriel Paris. (3rd ed.)
- Purvis, Alston W., Jong, Cees de & Tholenaar, Jan (Ed.) (2010a). *Type: v. 1: A Visual History of Typefaces and Graphic Styles (vol. 1)*. Cologne: Taschen.
- Purvis, Alston W., Jong, Cees de & Tholenaar, Jan (Ed.) (2010b). *Type: v. 2: A Visual History of Typefaces and Graphic Styles (vol. 2)*. Cologne: Taschen.
- Silva, F. J. C. M. da (2010). *Investigar em design versus investigar pela prática do design: Um novo desafio científico*. In *Revista INGEPRO, Inovação, Gestão, Produção*. Vol 02 (4). pp. 82-91.
- Spiekermann, Erik & Ginger, E.M. (2002). *Stop Stealing Sheep & find out how type works*. New York: E.M. Adobe Press.
- Willen, Bruce & Strals, Nolan (2009). *Lettering and Type: Creating Letters and Designing Typefaces*. New York: E.M. Adobe Press.
- Woolman, Matt (1997). *A type detective story*. Darby: Diane Pub Co.
- Vilela, António (1998). *Prontuário de Artes Gráficas*. Braga: Editora Correio do Minho.

LA “IMAGEN” DE LA PALABRA ESCRITA: ANÁLISIS DE SIGNIFICADOS DE LOS SIGNOS TIPOGRÁFICOS DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA

Leire Fernández Iñurritegui {UPV/EHU}
leire.fernandez@ehu.es

RESUMEN

El diseño de un signo tipográfico de Identidad Visual Corporativa (IVC) —logotipo— es el proceso de clarificar los objetivos comunicativos y de organizar el contenido en función de esos propósitos. La disciplina del Diseño Gráfico es responsable, en este contexto, de construir un imaginario referencial que permita la identificación de la Corporación, creando identidad, y configurando el paisaje gráfico de nuestro entorno, en la que su función principal es la comunicación por medio de signos. En este sentido, el Diseño Gráfico tiene la facultad para acoger diversos lenguajes, de los cuales el lenguaje tipográfico es potenciador de valores de individualidad, diferencia y personalidad de una Corporación, capaz de añadir nuevos significados, aumentando la capacidad comunicativa del mensaje gráfico.

Gracias a la facultad comunicativa del ser humano, los individuos intercambiamos mensajes tanto interpersonales como procedentes del entorno social. La interpretación de estos últimos nos otorga la construcción de un universo que es indispensable para todo individuo social y cultural. Ante esto entendemos la comunicación por medio de signos tipográficos de IVC como un fenómeno cultural, en las que las reglas de la comunicación son las reglas de la cultura, de unas normas en común. Por ello, los signos tipográficos son verdaderos mediadores entre el ser humano y la sociedad, o entre los propios individuos, actuando como formas de expresión de la propia cultura, yendo más allá de la simple transportación de información. Así, el Diseño Gráfico construye signos visuales que son interpretados, representando unos valores culturales que concede al individuo la capacidad de expresar sus intereses y referirse a los ya definidos espacios sociales.

Esta reflexión que pretende aportarse al campo particular de la Tipografía, se desprende como resultado del proceso de investigación que a lo largo de los últimos años se ha desarrollado bajo el título “Análisis de significados, formas y usos de los signos tipo-ícono-gráficos de IVC”. En este trabajo, se pretende reflexionar sobre los aspectos que construyen y vehiculan el sentido del discurso tipográfico, de cara a racionalizar la cuestión principal del significado. Se plantea proponer al carácter tipográfico, en general, y a la palabra escrita, en particular, no sólo en su calidad de experiencia sensible, sino también como discurso visual que implica una reflexión desde una intención comunicativa e intelectualista: el ver y “leer” con la cabeza y no sólo con los ojos.

En una cultura como la nuestra, de carácter eminentemente visual, la imagen es el medio a través del cual logramos generar estructuras de la realidad, las cuales permiten diversificar las percepciones de nuestro entorno vital. Aristóteles ya planteaba que el alma jamás piensa sin una imagen, y es el conjunto de imágenes que poseemos lo que define nuestra cultura. En términos de Diseño Gráfico, el problema del signo tipográfico y la palabra escrita entendida como “pura imagen” completamente significativa, es uno de los más importantes de conocer, investigar y experimentar.

Categoría/ Comunicación oral

Palabras clave / Identidad Visual, Tipografía, Signos tipográficos, Significados

Área temática / Tipografía e Identidad

Esta reflexión parte desde la consideración del Diseño Gráfico, en general, como el proceso de representación visual de significados y como una práctica discursiva que implica una forma determinada de relaciones entre el entorno físico y cultural para intervenir a través de un proceso de proyección de textos verbales/visuales. Es una disciplina que posibilita visualizar hechos, ideas y valores útiles al ser humano destinada a cumplir funciones de comunicación visual. En este contexto la Tipografía, en particular, se formula no como medio de expresión personal sino como construcción de un campo común para producciones de sentido, donde la gente pueda encontrarse expresada. Se considera que la Tipografía toma como punto de partida unas ideas o/y unos valores a expresar, lo sintetiza y escribe en un conjunto de signos tipográficos, y sale al contexto a buscar al lector para ser visto, leído, y comprendido.

El ojo cuando ve una palabra escrita lo apre-cia simultáneamente en múltiple relación con su entor-no y con la persona como ser social y cultural. La recepción visual de los signos tipográficos se efectúa de dos formas: en primer lugar, se da un proceso de lectura verbal de las letras traduciéndolas seguidamente en conceptos y pensamientos, y en segundo lugar, se establece una apreciación de carácter expresi-vo plástico, que generan asociaciones de ideas, sensaciones y senti-mientos. De esta manera, en la "lectura" de un signo tipográfico, el pensamiento lógico —o científico— y el pensamiento estético desembocan en uno. Estas dos formas de lectura surgen del reflejo práctico del ser humano, enriqueciendo y profundizando sus relativamente simples conocimien-tos. La lenta evolución de los órganos sensoriales biológicos y la mecánica de sus reacciones precisaron un tiempo tan largo como el desarrollo humano y, en comparación con ello, el corto periodo en el que el pensamiento científico ha influenciado la vida, es insigni-ficante. Por ello, nuestros sentidos reaccionan en par-te según las condiciones de tiempos anteriores. Ante la variedad de las sustancias ópticas, apreciamos principalmente aqué-llas que son significativos para la vida humana. Por ello, junto con las impresiones ópticas surgen reflejos condicionados positiva o negativamente. Todo el proceso visual funciona de tal manera que continuamente se construyen analogías con las nuevas impresiones visuales sobre la base de las imágenes de la memoria y las propiedades ya cono-cidas de esas imágenes de la memoria son otorgadas a los nuevos estímulos.

Asimismo, el valor visual añadido a los signos alfabéticos tie-ne una capacidad comunicativa concreta que va más allá de la puntual y rigurosa función de su traducción fonética, esto es, tiene otra categoría de comunicación.

LA CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD A TRAVÉS DE LA PALABRA ESCRITA

Un claro ejemplo de lo dicho en la introducción lo podemos encontrar en la comunicación a través de signos tipográficos de Identidad Visual Corporativa (IVC) —logotipos—. Estos signos tipográficos de Identidad son elementos visuales de la Corporación, comunicadores de su forma de ser, su personalidad, que además de recurso de identificación, función que comparten con otros elementos visuales —signos iconográficos, signos cromáticos...—, suponen un factor privilegiado de significación.

El signo tipográfico de IVC es el discurso del carácter alfabético, la versión visual, básicamente tipo-gráfica y estable del nombre de la Corporación. Se entiende como la palabra escrita, o como la configuración de un texto diseñado que identifica una Corporación, añadiendo significación a la capacidad comunicadora del nombre —signo puramente verbal—, ya que la opción tipográfica adecuada para expresar el nombre, mediante selección o diseño de alfabeto, permite indagar en significados connotativos como un añadido semántico que enriquece y refuerza la función de identificar la Corporación. Esta versión visual del nombre, genera la asociación entre la "denominación" y la "identificación".



Figura 1. "Lectura" del signo tipográfico Google, utilizando imágenes mentales —imágenes—. La tipografía Catull genera asociaciones de ideas con el humanismo y todas las posibles analogías que se puedan desprender de ello: Imprenta, accesibilidad y globalización del conocimiento...

Figura 2. “Lectura” del signo de IVC de Versace, donde se observa la construcción del sentido del mundo clásico a través de las propiedades de las imágenes de la memoria que son otorgadas a los nuevos estímulos.



Los signos tipográficos de IVC construyen el “sentido” en el receptor, al igual que toda imagen gráfica, basándose fundamentalmente en reflejos y asociaciones, mediante imágenes y experiencias retenidas en la memoria, una memoria que ha ido construyéndose a partir de conocimientos y experiencias tanto personales como colectivas. En consecuencia, un signo tipográfico de IVC es susceptible de interpretaciones subjetivas —al igual que toda percepción estética—, pero esto no obsta para que existan datos cuya objetividad proviene, por una parte, de la materia signica en sí, y por otra parte, de una intersubjetividad que define pautas de sensibilidad y de conformidad interpretativa. Estos conocimientos colectivos son los que hacen posible que un signo gráfico, como el signo tipográfico de IVC, pueda servir como medio de construcción de significados, de sentidos sociales o colectivos y, por tanto, también de identidades.

GIORGIO ARMANI



Figura 3. Imaginario referencial de Armani con respecto al contexto imperial romano.



VERSACE



ABCDEFGHIJKLMN
ÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmn
ñopqrstuvwxyz
1234567890



Figura 4. Imaginario referencial de Versace. Gianni Versace absorbió influencias de Andy Warhol, el arte griego y romano, así como del arte abstracto moderno.

LA DISPOSICIÓN DE UN ESPACIO COMÚN DE ENTENDIMIENTO

La construcción de la identidad a través de la representación tipo-gráfica, como toda representación, presupone una operación perceptiva previa. Para trasladar esa experiencia perceptiva al plano bidimensional de la representación visual, es imprescindible descomponer lo percibido en elementos diferenciados, conceptualizando la experiencia sensorial. Esta descomposición de lo percibido es un acto intencional muy complejo, de proyección de representaciones visuales de la experiencia de lo real sobre un plano bidimensional. Esto es, la representación gráfico-visual se encuentra codificada como resultado, en primer lugar, de una conceptualización sobre la experiencia directa, en segundo lugar, de una operación de selección y combinación de elementos y recursos tipo-gráficos, y por último, de una correspondencia entre ambos aspectos.

Toda comunidad supone una organización de relaciones entre sus miembros. Para poder realizar intercambios, el diseñador gráfico dispone de una herencia de elementos comunes, de una colección de conocimientos y una producción de signos tipo-gráficos que le posibilita restablecer relaciones comunicativas entre los seres humanos que la conforman. Al igual que para otras disciplinas de carácter proyectual, el tema de la “universalidad” de la significación es imprescindible para el Diseño Gráfico, entendiendo el término “universalidad” en un alcance reducido de lo que es válido respecto del sentido para una comunidad determinada —social, histórica o cultural—. Evidentemente, para garantizar la legibilidad hay que atender a una cierta universalidad de los signos visuales.

La proyección de una identidad y de un significado a través de un signo tipográfico de IVC está condicionada al estado de la sociedad, al comportamiento de aquellos que viven en comunidad, en definitiva, al individuo. Los significados no están en el mensaje, sino en sus usuarios. Los significados se hallan en la gente, en nosotros, no en los signos visuales. Debido a que el significado de un signo tipográfico se encuentra en las personas, y no en el signo mismo, no existe un mismo punto de vista ni para producirlo ni para recibirlo, éste depende de la intención del emisor, del diseñador gráfico como mediador, del contexto, y de los conocimientos y expectativas del receptor. Un signo tipográfico produce sentido mediante el funcionamiento de códigos conocidos y relacionados con el contexto que rodea a los sujetos de la comunicación. La forma es acogida por el contenido, y el contenido es reconocido por la forma. Pero la identidad, el sentido, emerge en la mente del receptor con la ayuda de la configuración de la forma que expresa el contenido.

LA CONSTRUCCIÓN DE SIGNIFICADOS CONNOTATIVOS A TRAVÉS DE LA PALABRA ESCRITA

En este contexto descrito y ante la necesidad de dotar de identidad a una Corporación, se solicita una mayor producción de signos tipográficos diferenciados. En esta búsqueda de nuevas formas de expresión resulta vital una escrupulosa selección y combinación de los recursos tipográficos como acto orientado a la producción de sentido, que permite a los signos tipográficos de IVC proyectar valores propios de la Corporación. El objetivo principal del diseñador gráfico debe ser el de construir signos visuales adecuados para facilitar la construcción de una correcta identidad y la comprensión de su significado, permitiendo ir más allá del mensaje literal, introduciendo mensajes connotativos. Así, por ejemplo, los procedimientos retóricos empleados en los signos tipográficos de IVC suponen recursos o mecanismos productivos de significación, que ayudan en las asociaciones de ideas que surgen de las nuevas relaciones entre los caracteres tipográficos y el texto, potenciando y ampliando el tratamiento gráfico y el partido plástico que cabe sustraer a las letras. Incluso pueden ayudar a objetivar o racionalizar el discurso del signo tipográfico o el carácter connotativo de su significado.

Es a través de las variables tipográficas como se permite ya una primera dimensión connotativa en la palabra escrita, entendiendo que cualquier aproximación visual es ya una opción que cualifica el signo tipográfico de IVC de una forma connotativa que viene de la propia forma tipográfica. En la selección de un carácter tipográfico ya hay una variación.

El carácter tipográfico, es la unidad mínima de expresión y sentido de un signo tipográfico de IVC, es el principio del lenguaje que cualifica el signo visual. Una forma tipográfica plantea ya en sí una estrecha conexión entre un significado determinado y un significante determinado. Estos caracteres son signos convencionales del alfabeto que en la configuración de un signo de IVC siguen asumiendo interpretaciones formales, posibilitando aún más propuestas.

En definitiva, todo signo tipográfico conlleva connotaciones que se suman a la palabra, configurando una forma simbólica. A estos signos abstractos se les adhiere significado en cuanto forma que son —en cuanto a aquellas características de las letras que hacen que sean de una determinada tipografía y no de otra: variación formal, estructura, grosor, anchura...—, la comprensión de sus aspectos conceptuales o factores semánticos —origen histórico, evolución, aspectos psicológicos...— y en cuanto a sus diversas connotaciones plásticas. Las letras pueden dejar de ser meros significantes convencionales para poder connotar un tiempo, un lugar, unas ideas, una institución..., manifestando los criterios y las formas de razonar de una cultura en una sociedad determinada. El signo tipográfico es un elemento lingüístico/gráfico que añade connotaciones culturales, históricas... Su forma adhiere sentido a la palabra escrita revelando su situación a lo largo de la historia gracias a la influencia legada por los hechos culturales, sociales, políticos, tecnológicos, económicos... De este modo la selección tipográfica, toma el camino de la connotación, de las constantes desviaciones de la “norma”.

Clásicas	Humanas		DIPUTACIÓ DE VALÈNCIA	Google	
	Garaldas		VICTORIO & LUCCHINO	Christian Dior PARIS	
	Reales		Exclusive Affiliate SOTHEBY'S INTERNATIONAL REALTY	PHILIP MORRIS	
Modernas	Didonas		GIORGIO ARMANI	VOGUE	
	Mecanas		VOLVO	AENOR	
	Lineales	Grotescas y Neo-Grotescas		PHILIPS	<i>Microsoft</i>
		Geométricas		ANNE KLEIN	DON ALGODON
		Humanísticas		<i>Telefónica</i>	YVES SAINT LAURENT
	Incisas		Schwarzkopf	ROVER	
	Escritura		DISNEY	Coca-Cola	
	Manuales	Fracturas		Küster Pilsener	San Miguel

Figura 5. Clasificación de signos tipográficos de IVC —logotipos—, atendiendo a la Clasificación de Maximilian Vox.

Asimismo, el campo de las variantes tipográficas es progresivamente más extenso, desplegándose en una inmensidad de formas. Ante esta diversidad son muchos los autores que a lo largo del pasado siglo XX han intentado ordenar esta multitud de signos tipográficos intentando dar sentido al campo tipográfico y aportando criterios de selección tipográfica. Como consecuencia, disponemos de diversos sistemas clasificatorios (Thibaudeau 1921, Tschichold 1952, Vox 1963, Novarese 1964, Dair 1967, Satué 1975, Lindekens 1976, Alessandrini 1979, Cerezo 1997, Vinuesa 1998, Blackwell 1998, Blanchard 1999), que pueden atender más a las características formales de los signos o bien a la semantización de los mismos. Para el tema que tratamos en este trabajo, interesan estas segundas propuestas de clasificación, es decir, aquellas clasificaciones tipográficas que atienden a los significados connotativos de los mismos. Un ejemplo es la clasificación Vox, que ordena las diferentes fuentes tipográficas en un equilibrio entre la especificación técnica y la semántica.

Por otro lado, los fundamentos básicos de la Tipografía aparecen articulados en una sintaxis formal y expresiva que conforman una de las bases y orígenes del diseño tipográfico. Las variables sintácticas como las relaciones formales entre letras, ritmos y proporciones compositivas..., son valores significantes del signo tipográfico de IVC, ya que cada uno de ellos aporta significación. Ante esto, se puede decir que el valor comunicativo del signo tipográfico, en su dimensión expresiva, también se apoya en sus valores sintácticos, de ordenación, de relaciones y enlaces entre los caracteres alfabéticos..., en otras palabras, en las operaciones y reglas de combinación entre las unidades tipográficas. Así, las asociaciones de ideas que se pueden desprender de un signo de IVC pueden ser fruto de las cualidades formales o relacionales que guardan con su propia estructura, y todos estos aspectos visuales y expresivos, entendidos como variantes significantes del signo tipográfico de IVC y presentados a nuestra percepción visual, tienen como objetivo último el significado.

De esta manera, el signo tipográfico de IVC conforma un campo semiótico de relaciones externas de carácter no-gráficas como son el texto —nombre— y el contexto de la Corporación, esto es, un campo extenso de variables semánticas.

CONCLUSIONES

La palabra y, a través de la escritura, la comunicación verbal en su totalidad, son parte integrante de la comunicación visual. La palabra escrita es, en primera instancia, una imagen y, al igual que en la expresión oral una misma oración puede tener diferentes significaciones a través de diferentes modos de pronunciación, la expresión escrita puede resaltar visualmente determinados aspectos del contenido. A través de la forma o la disposición de los signos tipográficos se transmiten asociaciones y emociones que influyen en el proceso de lectura y en la apreciación del contenido del texto. En consecuencia, la comprensión de este lenguaje tipográfico debe de ayudar a extraer la significación que se encierra

según un razonamiento que el diseñador gráfico ordena, atendiendo a una lógica creativa. Gracias a esto se puede “leer” el diálogo entre el significante y el significado del mensaje tipográfico que el diseñador ha creado. Es por ello que, esta reflexión que se plantea en torno a la imagen de la pala-bra escrita se considera vital para completar la alfabetización —capa-cidad de leer y escribir— con la alfabetización visual —capacidad de manejar los códigos visuales—, en cuyo campo se integran los textos escritos.

Por otro lado y para concluir, podemos plantear que, el diseño de signos tipográficos de IVC requiere establecer condiciones comunes de recepción para sus proyecciones gráficas; necesita comprender un espacio común para sus producciones de sentido. Si el Diseño Gráfico no pretendiese constituir estas condiciones comunes no podría aspirar a intencionar la eficacia significativa de sus textos. Por este motivo, el Diseño Gráfico se entiende como una disciplina proyectual, en la que la proyección de signos tipográficos de IVC debe presuponer, en la instancia de la producción, el disfrute de los saberes de las condiciones generales de la eficacia visual y ser, por lo tanto, capaz de prefigurarla o anticiparla. El diseñador gráfico debe tener los conocimientos de estas condiciones de “universalidad” del sentido de la producción visual, para poder proyectar signos tipográficos eficaces, prefigurando la significación. La determinación discursiva de la significación debe ser un acto de prefiguración previo a la configuración proyectual del signo tipográfico de IVC. Al diseñar un signo de estas características, el diseñador debe de presuponer las condiciones de la polisemia y la ambigüedad del lenguaje tipo-ícono-gráfico y prefigurar condiciones de coincidencias, más generales o más restringidas, según los objetivos de cada diseño. En otras palabras, el diseñador debe pensar en la comunidad de sentido de las distintas identidades que se constituyen a partir de las diferencias.

BIBLIOGRAFÍA

- Blanchard, G. (1988). La letra. Barcelona: CEAC.
 Chaves, N. (2006). La imagen corporativa. Barcelona: GG.
 Costa, J. (2007). Diseñar para los ojos. Barcelona: Costa Punto Com Editor.
 Costa, J. y Raposo, D. (2008). La rebelión de los signos. El alma de las letras. Buenos Aires: La Crujía.
 Fernández, L. (2007). Análisis de significados, formas y usos de los signos tipo-ícono-gráficos de Identidad Visual Corporativa. Bilbao: Servicio Editorial UPV/EHU.
 Fernández, L. (2007). El discurso del diseño gráfico. Bilbao: Diseño Ikus Komunikazioa.
 Frascara, J. (2000). Diseño gráfico para la gente. Comunicación de masa y cambio social. Buenos Aires: Infinito.
 González, J. (2002). Identidad Visual Corporativa: la imagen de nuestro tiempo. Madrid: Síntesis.
 Heskett, J. (2005). El diseño en la vida cotidiana. Barcelona: GG.
 Kunst, P. (2004). Diseño gráfico en conferencia. Una visión conceptual del diseño y la comunicación. Buenos Aires: Biblioteca CommTOOLS.
 Potter, N. (1999). Qué es un diseñador: objetos, lugares, mensajes. Barcelona: Paidós.
 Sexe, N. (2001). diseño.com. Buenos Aires: Paidós.
 Wong, W. (1995). Fundamentos del diseño bi- y tri-dimensional. Barcelona: GG.
 Zimmermann, Y. (2003). Del Diseño. Barcelona: GG.

ADAPTAÇÃO DA COR DA TIPOGRAFIA EM PÁGINAS WEB PARA PESSOAS COM DEFICIT NA VISÃO DA COR

Madalena Ribeiro {IPCB/ESART}
 mribeiro@ipcb.pt

Abel Gomes {UBI}
 agomes@di.ubi.pt

RESUMO

A legibilidade do texto é fundamental à sua leitura, sendo para isso determinante o contraste entre as cores usadas para a tipografia e para o fundo. Ainda que a escolha das cores seja adequada, o contraste pode ser insuficiente quando a tipografia é observada por pessoas com deficit na visão da cor, comprometendo assim a legibilidade.

Sendo que é significativa a taxa de incidência do deficit na visão da cor, correntemente conhecido por daltonismo, assim como o índice de utilização da web pela população em geral, onde é frequente a existência de blocos de texto - com recurso à cor para tipografia e para o fundo-, são frequentes as situações em que se torna difícil uma leitura adequada, limitando o acesso à mensagem escrita.

Neste contexto, este artigo vem propor um método para melhoria das condições de visualização dos blocos de texto, que passa pela aplicação de um algoritmo de adaptação, que efetua a alteração da cor da tipografia para preto ou para branco, dependendo da forma como a cor de fundo é vista pela daltónico. Dessa forma, é incrementado o contraste e é proporcionada uma integral acessibilidade aos conteúdos tipográficos.

Área temática / Tipografia e tecnologias

Palavras-chave / Cor, daltonismo, visualização da cor, dicromacia, deficit na visão da cor, acessibilidade.

INTRODUÇÃO

Não obstante a preponderância que os conteúdos multimédia têm vindo a ganhar, tanto no domínio da web como nas aplicações gráficas de uso corrente, especialmente fomentadas pela popularização dos dispositivos móveis, o texto continua a apresentar um cariz comunicacional insubstituível, devido à sua vertente expositiva e descritiva. De uma forma geral, a legibilidade da sua tipografia é assegurada pelo web designer, na escolha de cores adequadas, tanto para a tipografia como para o fundo, de modo a garantir um contraste suficiente. No entanto, cerca de 5% da população em geral é afetada por daltonismo, uma insuficiência visual que limita a normal visão da cor (Kolb, 2011). Esta disfunção leva à irregular percepção da cor, o que pode comprometer a leitura dos textos, por falta de contraste entre a cor de fundo e a cor da tipografia. Este problema assume uma maior dimensão, sobretudo nos dispositivos móveis de uso corrente, onde a legibilidade da tipografia fica ainda mais reduzida, pois o tamanho do texto é menor. Sendo que o uso destes dispositivos apresenta um assinalado crescimento e que a variedade de aplicações é diariamente incrementada, a necessidade de tornar legíveis os conteúdos tipográficos, às pessoas afetadas por deficit na visão da cor, assume ainda uma maior dimensão.

Neste contexto, este artigo vem apresentar uma proposta de um algoritmo para recoloração da tipografia usada nos textos, possibilitando uma melhoria de legibilidade para pessoas com deficit na visão da cor, tornando os conteúdos mais inclusivos. A estratégia adotada vai de encontro às diretrizes estabelecidas pelo W3C.

VISÃO DA COR

Ao nível do olho, a visão da cor é realizada através de células fotossensíveis designadas por cones. Existem 3 tipos de cones, com curvas de sensibilidade distintas, sendo que cada um destes diferentes tipos tem maior sensibilidade em zonas distintas do espectro de cor. Os L-cones (L representa large) têm uma maior sensibilidade na zona de cor de maior comprimento de onda; os M-cones (M representa médium) na zona de cores de comprimentos de onda medianos e os S-cones (S representa small) nas cores de menor comprimento de onda. A cor percebida por uma pessoa com normal visão da cor resulta da mistura do sinal recolhido pelos 3 tipos de cones, pelo que a cor pode ser vista como uma entidade tridimensional cor = (l, m, s), em que $0 \leq l, m, s \leq \max$. Fazendo variar l, m e s ao longo dos seus domínios, obtêm-se todas as cores do espectro visível da cor (Adobe, 2000; Foley, van Dam, Feiner & Hughes, 1991; Lopes, 2008).

DEFICIT NA VISÃO DA COR

Embora a maioria da população usufrua da normal visão da cor, 5% das pessoas (8% no caso da população masculina) apresenta uma disfunção na visão da cor, correntemente conhecida por daltonismo, que resulta essencialmente do mal funcionamento parcial ou total de um dos tipos cones (Kolb, 2011). Em consequência da disfuncionalidade de um dos canais de cor (l, m ou s), o valor captado por esse canal não chega a atingir os valores normais ou é, simplesmente, igual a zero. Por este motivo, o domínio de cores vistas pelas pessoas afetadas por esse deficit visual é mais reduzido que o espectro visível da cor, aumentando a redução em função do grau da disfunção (Birch, 2001; Case, 2003).

A anomalia decorrente do mal funcionamento parcial de um dos tipos de cores é designada por tricromacia anómala, mais especificamente protanomalia, deuteranomalia ou tritanomia, dependendo se os tipos de cones afetados são os L-cones, os M-cones ou os S-cones, respetivamente.

Este tipo de daltonismo leva a que haja uma distorção da forma como as cores são vistas, sendo que a severidade varia entre 1% e 100%. No caso de um dos tipos de cones não funcionar por completo, esta condição visual assume a designação de dicromacia (protanopia, deuteranopia ou tritanopia, em conformidade). Este tipo de daltonismo, de média severidade, leva a que as pessoas afetadas não vejam uma grande parte dos matizes. Como ilustra a figura 1, os protanopes e deuteranopes só veem os matizes azul e amarelo e os tritanopes os vermelhos e azul esverdeado. Os restantes matizes são vistos como verdes pardos e tons acastanhados ou acinzentados. No caso da tricromacia anómala, a forma de ver as cores assemelha-se com os correspondentes da dicromacia, mas de forma mais ligeira, variando em função do grau de afetação.

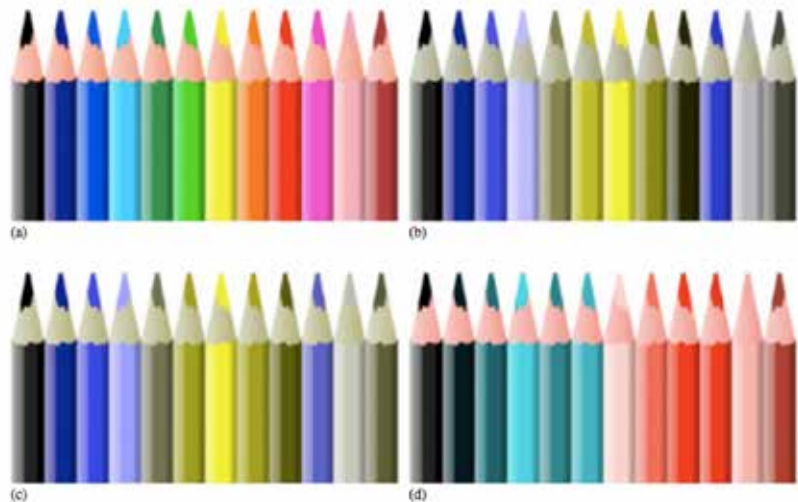


Figura 1. Imagem original de uma caixa de lápis de cor quando vista por uma pessoa com (a) normal visão da cor; (b) afetada por protanopia; (c) deuteranopia e (d) tritanopia.

TRABALHOS PUBLICADOS

Os trabalhos relacionados com a adaptação de cor para daltônicos incidem sobre o domínio da recoloração de imagens, sendo já longa a lista de trabalhos publicados. Os trabalhos sobre adaptação da cor em imagem, consistem, essencialmente, na proposta de algoritmos que podem ser aplicados a imagens, no sentido de ajustar as cores que são vistas de forma incorreta, de modo a aumentar a destreza dos elementos constantes das imagens, fomentando uma melhor percepção geral da imagem. Os subtipos da dicromacia têm recebido maior atenção por parte dos investigadores, podendo referir-se (Martin, Keller, Rogers & Kabrinsky, 2000), (Yang & Ro, 2003), (Yang et al., 2004), (Wakita & Shumamura, 2005), (Rasche, Geist & Westall, 2005a), (Rasche, Geist & Westall, 2005b), (Iaccarino, Malandrino, Del Percio & Scarano, 2006), (Ma, Gu & Wang, 2006), (Jefferson & Harvey, 2006), (Jefferson & Harvey, 2007), (J.-B. Huang, Tseng, Wu & Wang, 2007), (Deng, Wang, Ma, Bao & Gu, 2007), (Anagnostopoulos, Tsekouras, Anagnostopoulos & Kalloniatis, 2007), (Kuhn, Oliveira & Fernandes, 2008), (J.-B. Huang, Wu & Chen, 2008), (Bao, Wang, Ma & Gu, 2008), (Bao et al., 2008), (Ma, Gu & Wang, 2008), (Doliotis, Tsekouras, Anagnostopoulos & Athitsos, 2009), (J.-B. Huang, Chen, Jen & Wang, 2009), (Ruminski et al., 2010), (Ching & Sabudin, 2010), (Lee & Santos, 2010), (Park, Choi & Han, 2011), (Jeong, Kim, Wang, Yoon & Ko, 2011) e (Chen, Chen & Bao, 2011).

Mais recentemente, surgiram alguns trabalhos relacionados com a recoloração de vídeo (Liu, Wang, Linjun, Xiuqing & Xian-Sheng, 2009), (Machado & Oliveira, 2010) e (C.-R. Huang, Chiu & Chen, 2011). A adaptação da cor em vídeo segue a mesma abordagem que a recoloração de imagem, no entanto existe uma outra questão adicional, que reside na manutenção da consistência entre frames (uma camisola de um jogador não pode aparecer amarela e depois azul, numa outra frame). Relativamente à adaptação de tipografia para daltónico, pode apenas referir-se um trabalho que apresenta um método baseado no modelo de sistema de mass-spring (Mereuta, Aupetit & Slimane, 2012).

MOTIVAÇÃO

A disfunção na visão da cor, afeta o modo como as pessoas observam o mundo que os rodeia, de uma forma mais ou menos severa. No caso particular das tarefas associadas ao uso do computador ou de outros dispositivos de visualização, pode mesmo comprometer a percepção dos conteúdos, particularmente no que diz respeito à leitura do texto. Uma vez que se verifica uma alteração na forma como as cores são percebidas, pode ocorrer falta de contraste entre o texto e o fundo, comprometendo a legibilidade e pondo em causa a plena acessibilidade à informação.

RECOMENDAÇÕES DO W3C SOBRE LEGIBILIDADE DO TEXTO

No intuito de promover a salvaguarda da legibilidade da tipografia, o consórcio World Wide Web (W3C), emitiu algumas recomendações sobre as características da tipografia, nomeadamente no que diz respeito à cor (W3C, 2008). Neste standard no domínio da acessibilidade, na diretriz 1.4 (que remete para aspetos relacionados com a “Percepção”) são apresentadas linhas orientadoras no sentido de facilitar a visualização (e a audição) de conteúdos, aos utilizadores.

Em particular, a norma estabelece que para garantir o “contraste mínimo”, se deve manter uma relação de contraste de, pelo menos, 4.5:1 e, para cumprir uma relação de contraste melhorado, a relação de contraste deve atingir 7:1. Este documento, refere ainda dois conceitos fundamentais, assim como as fórmulas de cálculo de “relação de contraste” e “luminescência relativa”, necessários para operacionalizar e o conceito de “contraste mínimo”. Considerando duas cores C_1 e C_2 em que C_1 é a cor mais clara e C_2 é a cor mais escura, sendo L_1 e L_2 a luminescência relativa de C_1 e C_2 , respetivamente, a “relação de contraste”, calcula-se por aplicação da equação (1).

$$(1) \quad RC = (L_1 + 0.05) / (L_2 + 0.05)$$

A relação de contraste entre duas cores varia entre 1:1, que corresponde ao contraste mínimo possível, quando duas cores apresentam a mesma luminescência relativa, até 1:21 que corresponde ao contraste máximo possível entre duas cores. À medida que a relação de contraste entre duas cores aumenta, é incrementada a legibilidade. Quanto ao conceito de “luminescência”, este relaciona-se com a luminância ou brilho emitido por um ponto, num espaço de cor, podendo variar entre 0, valor da luminescência associado à cor preta e 1, valor associado à cor branca. Todas as outras cores têm um valor de luminescência intermédio, no domínio]0, 1[.

ALGORITMO DE ADAPTAÇÃO DE COR

Nas noções associadas ao critério de sucesso 1.4.3, ou seja, nas condições de garantia da relação de contraste mínimo, entre a cor da tipografia e a cor do fundo, o W3C recomenda que sejam fornecidos “mecanismos para ajustar as cores do primeiro plano e de fundo do conteúdo”, que assegurem uma relação de contraste conveniente. Sendo que a relação de contraste mínimo não é garantida, para as pessoas afetadas por daltonismo, pois a forma como veem algumas cores é anómala, este artigo vem propor uma solução que consiste pela criação de um mecanismo, baseado num algoritmo de adaptação da cor da tipografia, nas zonas das páginas web onde se encontre texto sobre um fundo. Este algoritmo efetua a análise e corrige a cor do texto apenas se for necessário, melhorando a legibilidade da tipografia.

Considerando que existem diversos tipos e subtipos de daltonismo, o algoritmo proposto aplica-se à deuteranopia, uma vez que é o caso mais comum, dentro da dicromacia, tipo de daltonismo de severidade média e já bastante limitativo.

ALGORITMO: ADAPTAÇÃO DA COR DO TEXTO NUM BLOCO DE TEXTO

```

1: procedure MelhoraContrasteTipografia
2:   recolher cor da tipografia c_tip =(Rt,Gt, Rt)
3:   recolher cor do background c_back =(Rb, Gb, Rb)
4:   calcular cor da tipografia, vista por um deuteranope c2_tip = (Rt_d,Gt_d,Rt_d)
5:   calcular cor do background, visto por um deuteranope c2_back = (Rb_d,Gb_d,Rb_d)
6:   calcular luminescência de c2_tip, lum_tip
7:   calcular luminescência de c2_back, lum_back
8:   cálculo do contraste entre lum_tip e lum_back, cont_lum
9:   if cont_lum < 4.5
10:  then
11:    if lum_back > 0.5
12:    then c_tip = preto
13:    else c_tip = branco
14:  endif
15: end procedure

```

No algoritmo, a recolha da cor da tipografia, e da cor de fundo é realizada a partir da especificação do estilo CSS correspondente ao bloco de texto, sendo deverá estar previsto que a cor poderá estar especificada em formato hexadecimal a 6 ou a 3 dígitos, em formato rgb ou ainda através do nome de cor HTML. Após a colheita da informação sobre a cor, é necessário fazer a conversão para o formato RGB – obtendo assim os valores de R, G e B.

Depois é feito o cálculo da cor da tipografia e do background, vista por um deuteranope, que se realiza por meio de simulação, através da aplicação da forma descrita pelos autores de (Brettel, Vienot & Mollon, 1997).

O cálculo da luminescência relativa das duas cores simuladas, assim como o cálculo do respetivo contraste é então encontrado por aplicação das equações respetivas (W3C, 2008). No caso da relação de contraste não cumprir o valor mínimo de 0.45, a cor do texto será alterada, através da alteração da cor do estilo respetivo, na folha de estilos CSS onde este se encontra definido. No caso da luminescência do background estar mais perto do branco, a cor a atribuir à tipografia é o preto e vice-versa.

A implementação do algoritmo foi realizada recorrendo à linguagem javascript, tendo sido testado sobre páginas escritas em HTML5, pois o objetivo final é a sua aplicação integrada, em parceria com algoritmos de recoloração de imagens, de modo a possibilitar a recoloração automática e em tempo real de páginas web.

No entanto, a sua aplicabilidade é extensível a outro tipo de aplicações, nomeadamente destinadas a dispositivos móveis, uma vez que a abordagem pode ser adaptada a outras linguagens e/ou sistemas. Importa ainda salientar que, neste artigo, o foco se direcionou para o subtipo da deuteranopia, mas o algoritmo é aplicável a qualquer outro subtipo, bastando aplicar equações matemáticas diferentes na simulação que é realizada nas instruções 4 e 5, do algoritmo.



Figura 2 . Aspeto de uma tipografia de cor cinza escuro (#333333) sobre um fundo de cor laranja (#FF7000), (a) aspeto original, visto por uma pessoas com normal visão da cor; (b) aspeto original, visto por uma pessoa com deuteranopia; (c) aspeto depois da adaptação de cor, visto por uma pessoas com normal visão da cor; (d) aspeto depois da adaptação de cor, visto por uma pessoas com deuteranopia. As imagens (b) e (d) foram simuladas por aplicação do método apresentado em (Brettelet al., 1997).

RESULTADOS

Na figura 2(a) é apresentada uma tipografia de cor cinza escuro sobre um fundo de cor laranja, sendo que a relação de contraste é a mínima recomendada, ou seja, de 4.5:1. A legibilidade é suficiente para uma leitura por uma pessoa com normal visão da cor. No entanto, uma pessoa com deuteranopia vê a tipografia como tendo a mesma cor, mas vê o fundo como verde azeitona. A relação de contraste deixa de cumprir com os valores mínimos estabelecidos, passando a ser de 4.2:1. Por observação da imagem 2(b), pode-se verificar que houve uma redução efetiva da legibilidade. Após a adaptação da cor da tipografia (neste caso, para branco, pois a luminescência relativa do verde é menor que 0.5), a legibilidade da tipografia foi claramente incrementada, quando visto por um deuteranope (figura 2(d)), mas também quando vista por uma pessoa com normal visão da cor.

Comparando a legibilidade entre a forma como um deuteranope vê o texto antes (2(b)) e depois (2(d)) da adaptação de cor, é evidente a melhoria na comodidade de leitura.

CONCLUSÃO

A perfeita visualização dos conteúdos web relaciona-se, de forma direta, com a forma como o utilizador percebe a cor. No caso dos textos, é essencial que a relação de contraste entre a cor da tipografia e a cor do fundo seja suficiente para uma leitura razoavelmente legível. Embora seja acutelada essa premissa por parte do designer que concebe a página web, a anómala visão da cor por parte do observador afetado, pode levar a que essa relação de contraste mínimo se perca e, conseqüentemente, fiquem comprometidas as condições de leitura. O método que é apresentado neste artigo passa pela aplicação de um algoritmo que possibilita a alteração da cor da tipografia, de modo a que o contraste mínimo entre o fundo e o texto seja restaurado, e assim sejam melhoradas as condições de leitura, para os daltónicos.

Tal como foi possível verificar pela apresentação e discussão de resultados, é possível promover eficientemente a legibilidade dos blocos de texto, pela aplicação do algoritmo. Embora a cor incorpore um caráter estético, em termos de design e ainda uma dimensão semiótica, a perda dessas propriedades é compensada pela grande melhoria na legibilidade, fator de importância maior, na percepção da mensagem.

Por último, importa referir que o algoritmo desenvolvido foi aplicado a blocos de texto específicos, identificados por um identificador. Fica ainda em aberto o desenvolvimento de um mecanismo automático que tenha a capacidade de identificar todas as zonas de uma página web, às quais é aplicado o algoritmo apresentado.

REFERÊNCIAS

- Adobe. (2000). Color Models - Technical Guides: Adobe Systems Incorporated.
- Anagnostopoulos, C.-N., Tsekouras, G., Anagnostopoulos, I. & Kalloniatis, C. (2007). Intelligent modification for the daltonization process of digitized paintings. In Proceedings of the 5th International Conference on Computer Vision Systems (ICVS 2007), Bielefeld, Germany.
- Bao, J., Wang, Y., Ma, Y. & Gu, X. (2008, 7-9 July 2008). Re-coloring Images for Dichromats Based on an Improved Adaptive Mapping Algorithm. In Proceedings of the International Conference on Audio, Language and Image Processing (ICALIP).
- Birch, J. (2001). *Diagnosis of Defective Colour Vision* (Second edition ed.). Edinburgh: Elsevier Science.
- Brettel, H., Vienot, F. & Mollon, J. D. (1997). Computerized Simulation of Color Appearance for Dichromats. [Article]. *Journal of the Optical Society of America a-Optics Image Science and Vision*, 14(10), 2647-2655. doi: 10.1364/josaa.14.002647
- Case, B. (2003). Color Blindness. In P. Education (Ed.), *Assessment Report*.
- Chen, W., Chen, W. & Bao, H. (2011). An Efficient Direct Volume Rendering Approach for Dichromats. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 17(12), 2144-2152. doi: 10.1109/tvcg.2011.164
- Ching, S.-L. & Sabudin, M. (2010, 2-4 Nov. 2010). Website image colour transformation for the colour blind. In Proceedings of the 2nd International Conference on Computer Technology and Development (ICCTD).
- Deng, Y., Wang, Y., Ma, Y., Bao, J. & Gu, X. (2007). A Fixed Transformation of Color Images for Dichromats Based on Similarity Matrices. In Proceedings of the 3rd International Conference on Advanced Intelligent Computing Theories and Applications, Qingdao, China.
- Doliotis, P., Tsekouras, G., Anagnostopoulos, C.-N. & Athitsos, V. (2009). Intelligent Modification of Colors in Digitized Paintings for Enhancing the Visual Perception of Color-blind Viewers. In I. Iliadis, M. Maglogiann, T. Tsoumakasis, V. Vlahavas & B. Bramer (Eds.), (Vol. 296, pp. 293-301): Springer Boston.
- Foley, J., van Dam, A., Feiner, S. & Hughes, J. (1991). *Computer Graphics, Principles and Practice* (second edition ed.).
- Huang, C.-R., Chiu, K.-C. & Chen, C.-S. (2011). Temporal Color Consistency-Based Video Reproduction for Dichromats. *IEEE Transactions on Multimedia*, 13(5), 950-960.
- Huang, J.-B., Chen, C.-S., Jen, T.-C. & Wang, S.-J. (2009). Image Recolorization for the Colorblind Proceedings of the IEEE International Conference on Acoustics, Speech, and Signal Processing (pp. 1161-1164). New York: Ieee.
- Huang, J.-B., Tseng, Y.-C., Wu, S.-I. & Wang, S.-J. (2007). Information Preserving Color Transformation for Protanopia and Deuteranopia. *IEEE Signal Processing Letters*, 14(10), 711-714.
- Huang, J.-B., Wu, S.-Y. & Chen, C.-S. (2008). Enhancing Color Representation for the Color Vision Impaired. In Proceedings of the ECCV Workshop on Computer Vision Applications for the Visually Impaired.
- Iaccarino, G., Malandrino, D., Del Percio, M. & Scarano, V. (2006). Efficient edge-services for colorblind users. In Proceedings of the 15th international conference on World Wide Web, Edinburgh, Scotland.
- Jefferson, L. & Harvey, R. (2006). *Accommodating Color Blind Computer Users*. In Proceedings of the 8th international ACM SIGACCESS conference on Computers and accessibility, Portland, Oregon, USA.
- Jefferson, L. & Harvey, R. (2007). An Interface to Support Color Blind Computer Users. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems, San Jose, California, USA.
- Jeong, J.-Y., Kim, H.-J., Wang, T.-S., Yoon, Y.-J. & Ko, S.-J. (2011). An efficient re-coloring method with information preserving for the color-blind. *IEEE Transactions on Consumer Electronics*, 57(4), 1953-1960. doi: 10.1109/tce.2011.6131176
- Kolb, H. F., Eduardo & Nelson, Ralph. (2011). *WebVision: The Organization of the Retina and Visual System: John Moran Eye Center - University of Utah*.
- Kuhn, G., Oliveira, M. & Fernandes, L. (2008). An Efficient Naturalness-Preserving Image-Recoloring Method for Dichromats. *IEEE Transactions on Visualization and Computer Graphics*, 14(6), 1747-1754.
- Lee, J. & Santos, W. (2010). An Adaptive Fuzzy-Based System to Evaluate Color Blindness. In Proceedings of the 17th International Conference on Systems, Signals and Image Processing (IWSSIP 2010), Brazil, Rio de Janeiro.
- Liu, B., Wang, M., Linjun, Y., Xiuqing, W. & Xian-Sheng, H. (2009, June 28 2009-July 3 2009). Efficient Image and Video Re-coloring for Colorblindness. In Proceedings of the IEEE International Conference on Multimedia and Expo (ICME).
- Lopes, J. M. B. (2008). *Cor e Luz*. Lisboa: IST-UTL.
- Ma, Y., Gu, X.-D. & Wang, Y.-Y. (2006). A New Color Blindness Cure Model Based on BP Neural Network. In J. Wang, Z. Yi, J. M. Zurada, B. L. Lu & H. Yin (Eds.), Proceedings of the International Conference in Advances in Neural Networks (Vol. 3973, pp. 740-745). Berlin, Deutschland: Springer-Verlag Berlin.
- Ma, Y., Gu, X. & Wang, Y. (2008). Color Discrimination Enhancement for Dichromats using Self-organizing Color Transformation. *Information Sciences*, 179(6), 830-843. doi: 10.1016/j.ins.2008.11.010
- Machado, G. M. & Oliveira, M. M. (2010). Real-Time Temporal-Coherent Color Contrast Enhancement for Dichromats. *Computer Graphics Forum*, 29(3), 933-942. doi: 10.1111/j.1467-8659.2009.01701.x
- Martin, C., Keller, J., Rogers, S. & Kabrinsky, M. (2000). Color Blindness and a Color Human Visual System Model. *IEEE Transactions on Systems, Man and Cybernetics, Part A: Systems and Humans*, 30(4), 494-500.
- Mereuta, A., Aupetit, S. & Slimane, M. (2012). Improving web accessibility for dichromat users through contrast preservation. In Proceedings of the 13th international conference on Computers Helping People with Special Needs - Volume Part I, Linz, Austria.
- Park, J., Choi, J. & Han, D. (2011, 23-25 May). Applying Enhanced Confusion Line Color Transform Using Color Segmentation for Mobile Applications. In 1st ACIS/JNU International Conference on Computers, Networks, Systems and Industrial Engineering (CNSI).
- Rasche, K., Geist, R. & Westall, J. (2005a). Detail Preserving Reproduction of Color Images for Monochromats and Dichromats. *IEEE Computer Graphics and Applications*, 25(3), 22-30.
- Rasche, K., Geist, R. & Westall, J. (2005b). Re-coloring Images for Gamuts of Lower Dimension. *Computer Graphics Forum*, 24(3), 423-432. doi: 10.1111/j.1467-8659.2005.00867.x
- Ruminski, J., Wtorek, J., Ruminnska, J., Kaczmarek, M., Bujnowski, A., Kociejko, T. et al. (2010, 13-15 May 2010). Color transformation methods for dichromats. In Proceedings of the 3rd Conference on Human System Interactions (HSI).
- W3C. (2008). *W3C Standards Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0*. Web: W3C (MIT, ERCIM, Keio).
- Wakita, K. & Shumamura, K. (2005). SmartColor: Disambiguation Framework for the Colorblind. In ASSETS'05, Baltimore, Maryland, USA.
- Yang, S. & Ro, Y. M. (2003, 14-17 Sept. 2003). Visual Contents Adaptation for Color Vision Deficiency. In Proceedings of the International Conference on Image Processing (ICIP).
- Yang, S., Ro, Y. M., Nam, J., Hong, J., Choi, S. Y. & Lee, J.-H. (2004). Improving visual accessibility for color vision deficiency based on MPEG-21. [Article]. *Etri Journal*, 26(3), 195-202.

A IDENTIDADE CULTURAL E O DESENVOLVIMENTO TIPOGRÁFICO

Olinda Martins {DeCA-UA}
olinda.martins@ua.pt

RESUMO

No mundo atual, estímulos diversos influenciam, condicionam e moldam a sociedade, tornando-a tendencialmente globalizada. Num movimento oposto ao da globalização, as identidades locais procuram fortalecer a sua identidade como meio de se destacarem e manterem o sentimento de pertença a uma determinada comunidade, perpetuando assim a sua identidade intacta e reforçada.

Neste contexto, a tipografia surge assim como uma das manifestações mais antigas, aparecendo como uma representação natural da língua (idioma) e que ao longo dos séculos foi refletindo um somatório de expressões diferenciadoras das restantes culturas, encerrando por si só um número de significados próprios e inconfundíveis.

Neste artigo, será abordada a questão da identidade cultural e a forma como esta tem contribuído para a criação e desenvolvimento de fontes tipográficas que em grande parte dos casos reforçam essa mesma ideia de identidade cultural.

Área temática / Tipografia, Desenho de tipos

Palavras-chave / Desenho de tipos de letra, Ensino, história e crítica de tipografia

INTRODUÇÃO

No mundo atual, estímulos diversos influenciam, condicionam e moldam a sociedade, tornando-a tendencialmente globalizada. Num movimento oposto ao da globalização, as identidades locais procuram fortalecer a sua identidade como meio de se destacarem e manterem o sentimento de pertença a uma determinada comunidade, perpetuando assim a sua identidade intacta e reforçada. Como afirma Tomlinson, esta “(...) é vista como o poder emergente das culturas locais resistentes à força centrífuga da globalização capitalista.” (TOMLINSON, 2003)

Neste contexto, a tipografia surge assim como uma das manifestações mais antigas, aparecendo como uma representação natural da língua (idioma) e que ao longo dos séculos foi refletindo um somatório de expressões diferenciadoras das restantes culturas, encerrando por si só um número de significados próprios e inconfundíveis.

Neste artigo, será abordada a questão da identidade cultural e a forma como esta tem contribuído para a criação e desenvolvimento de fontes tipográficas que em grande parte dos casos reforçam essa mesma ideia de identidade cultural.

IDENTIDADE CULTURAL

CULTURA, LOCALIZAÇÃO E REPRESENTAÇÃO

Para chegar a uma compreensão de identidade cultural será importante perceber o que se entende por cultura. António José Saraiva diz-nos que cultura é “todo o conjunto de atividades lúdicas ou utilitárias, afetivas e intelectuais que caracterizam, especificamente, um determinado povo” (cit. MOREIRA, 2006). Chris Barker acrescenta que a principal preocupação da cultura é a partilha de significados sociais, isto é, as diferentes formas através das quais percecionamos o mundo. Estes significados não nos aparecem por acaso, sendo gerados através de sinais, em particular os da linguagem. (BARKER, 2004, p. 7)

Para Raymond Williams a cultura situa-se dentro de limites flexíveis mas perfeitamente identificáveis, sendo percebida como uma faceta de um lugar. Na verdade, ela é parte constitutiva desse local, na medida em que se manifesta de forma comum no estilo de vida, tendo os seus limites muito fechados, habitualmente restringidos a uma nacionalidade ou a uma etnia. Esta visão de cultura, como um estilo de vida circunscrito a um espaço perfeitamente definido, começa no entanto a ser problemática no contexto da globalização. Aqui, ela passa a ser mais facilmente entendida como algo híbrido e

atuante num espaço global, distanciando-se da ideia de uma existência num espaço fechado. As culturas não são puras, verdadeiras, nem se encontram confinadas a um local específico, sendo antes produções fabricadas da fusão de vários elementos que interagem através do espaço. (BARKER, 2004, p. 27) A compressão espaço-tempo e a relação criada entre culturas distintas alimentam esta sensação de que o “(...) mundo é menor e as distâncias mais curtas (...)” (HALL, 2008, p. 69) fazendo os eventos de um determinado lugar terem impacto imediato sobre pessoas e lugares situados a grande distância.

Espaço e tempo revelam-se, pois, coordenadas básicas para os sistemas de representação da própria cultura. Todos os meios disponíveis de representação, sejam eles a escrita, a pintura, o desenho, a fotografia ou qualquer outro, devem “(...) traduzir seu objecto em dimensões espaciais e temporais (...)” (HALL, 2008, p. 70).

Mas como pode o mundo ser construído e representado socialmente e de forma significativa por nós? Para responder a esta questão, é fundamental compreendermos estes mecanismos de produção de significado, analisando as diferentes formas como são produzidos, consoante os contextos em que inserem. “Representações e significados culturais têm uma certa materialidade, isto é, estão incorporados em sons, inscrições, objetos, imagens, livros, revistas e programas de televisão. Eles são produzidos, promulgados, usados e compreendidos num contexto social específico” (BARKER, 2004, p. 7).

IDENTIDADE E SUJEITO

Também a identidade tem, ao longo do tempo, sido alvo de diferentes concepções. Intimamente próximos, os conceitos de subjetividade e de identidade são praticamente inseparáveis, assumindo a forma de narrativa quando falamos sobre eles. Barker refere-nos que problematizar a subjetividade é colocar a questão O que é uma pessoa?. Explorar a identidade é inquirir sobre a forma como nos vemos e como os outros nos veem. (BARKER, 2004, p. 215-216)

Para as sociedades modernas estes dois conceitos – subjetividade e identidade – tratam-se de produções específicas impossíveis de existir fora das respetivas representações culturais. Esta concepção do “eu” autoconsciente é uma produção cultural do mundo ocidental, fruto da ciência e do racionalismo. O repertório do “eu” assume que temos um “eu” verdadeiro, que possuímos uma identidade que pode tornar-se conhecida para nós, expressa através de formas de representação e reconhecida por nós e pelos outros (BARKER, 2004, p. 216). Outras culturas, que não a ocidental, nem sempre partilham deste sentido de singularidade, tomando a personalidade individual como parte integrante e inseparável da comunidade a que pertence e das respetivas obrigações sociais.

IDENTIDADES NACIONAIS E GLOBALIZAÇÃO

“No mundo moderno, as culturas nacionais em que nascemos se constituem em uma das principais fontes de identidade cultural.” (HALL, 2008, p. 47) É vulgar definimo-nos como portugueses, mas isto é apenas uma metáfora. A identidade nacional não é algo biológico, no entanto encaramo-la quase como se fosse, devendo-se isso ao facto de serem “(...) formadas e transformadas no interior da representação.” (HALL, 2008, p. 48)

Só nos é possível saber o que é ser português, pela forma como isso é representado dentro da cultura portuguesa. É este conjunto de significados culturais construídos, que distingue umas nações das outras. A forma como as identidades são imaginadas confere-lhes diferenças e identidades próprias.

Mas como são as identidades nacionais imaginadas? Stuart Hall (baseado em autores como Benedict Anderson, Enoch Powell, Homi Bhabha e outros) enumerou cinco elementos principais, dos muitos existentes, que poderão ajudar a responder a esta pergunta. O primeiro elemento é a narrativa da nação; o segundo o realce dado às origens, à tradição e sua continuidade; o terceiro elemento discursivo é a invenção da tradição; o quarto o mito fundacional; e por último o quinto elemento, em que a identidade nacional é muitas vezes simbolicamente representada por um povo original. (HALL, 2008, p. 52-54)

Mas serão as identidades nacionais realmente unificadas? Mais do que afirmarmos que sim, devemos encarar as identidades nacionais como parte integrante de um dispositivo discursivo que utiliza as diferenças como instrumento de unificação. Esta diversidade é representada por várias expressões de uma cultura subjacente a um único povo.

Tipicamente associada à destruição das identidades culturais, a globalização é tendencialmente vista como algo com um impacto negativo na cultura e em particular nas identidades nacionais. (TOMLINSON, 2003) “À medida em que as culturas nacionais tornam-se expostas a influências externas, é difícil conservar as identidades culturais intactas ou impedir que elas se tornem enfraquecidas através do bombardeamento e da infiltração cultural.” (HALL, 2008, p. 74) Estas novas ligações debilitaram as identidades nacionais tornando-as cada vez mais desvinculadas “(...) de tempos, lugares, histórias e tradições específicos (...)” (HALL, 2008, p. 75), fortalecendo-as noutro tipo de identificações que não as referências nacionais. De acordo com Appadurai, a globalização utiliza uma variedade de instrumentos de homogeneização, que são absorvidos pelas políticas e culturas económicas locais, para posteriormente serem repatriados, através de novas narrativas constituídas por fragmentos de diferentes naturezas, mas que tentam manter o reflexo de soberania da nação (APPADURAI). Estes discursos de identidades culturais até aqui bem definidos e distintos, tornam-se assim uniformes e pouco diferenciados entre si. Sendo esta, em certa medida, uma visão negativista, é no entanto apenas uma parte da imensidão de consequências provocadas pela globalização.

Entende-se assim por globalização todos os processos (políticos, culturais, sociais, económicos, tecnológicos, etc.) que atuam a uma escala global, transpondo fronteiras e relacionando de forma inovadora, comunidades e organizações, através de novas combinações espaço temporais, transformando o mundo numa experiência mais interligada.

Tal como foi anteriormente referido, a relação de espaço-tempo foi totalmente alterada com a globalização, aproximando culturas que fisicamente se encontram distantes, mas que através dos novos paradigmas civilizacionais se encontram cada vez mais perto.

Paralelamente a este processo de “homogeneização global” surge o fascínio pela alteridade e pela etnia. “(...) Há juntamente com o impacto do ‘global’, um novo interesse pelo ‘local’. (...)” (HALL, 2008, p. 77) A globalização ao invés de provocar uma substituição cultural, articula uma nova relação entre o “global” e o “local”. Esta articulação irá provavelmente produzir não só novas identificações globais como novas identificações locais.

Este contexto de globalização provoca nos sujeitos a necessidade de encontrarem referências que os tornem únicos perante este cenário homogéneo à escala planetária. É esse sentimento que faz com que as identidades locais seja valorizadas e reforçadas, não só convivendo com a globalização, como tirando partido dela para se fortalecerem e tornarem conhecidas à escala global. É pois esta insurreição da identidade cultural local uma das grandes opositoras ao movimento centrífugo da globalização.

Podemos então concluir que a identidade diz respeito tanto à identidade do “eu” como à identidade social. Pertence à esfera do pessoal e do coletivo, referindo-se a nós e às relações que mantemos com os outros. (BARKER, 2004, p. 245)

A identidade cultural diz respeito ao sentimento de pertença e identificação emocional, que cada indivíduo tem relativamente a um grupo, podendo também reconhecê-lo como estranho, afastado ou incompatível com a sua maneira de estar e de ser. A construção da identidade cultural baseia-se nas semelhanças e diferenças, no que temos em comum ou o que nos diferencia dos outros. Estas identidades não são estáveis e fixas, encontrando-se em constante mutação, devido sobretudo às influências externas a que estão sujeitas.

A IDENTIDADE CULTURAL E A TIPOGRAFIA

A língua (idioma) é uma das primeiras manifestações culturais identitárias pois reflete um somatório de expressões diferenciadoras das restantes culturas, encerrando por si só um número de significados próprios e inconfundíveis. Expressar-nos num idioma é contar com um acumular de significados dessa cultura, que foram sendo construídos ao longo dos tempos. São disso exemplo, palavras que apenas existem num determinado idioma e que não encontram uma tradução efetiva para outras línguas. Tal como nos refere Anderson, “(...) Os ideogramas do chinês, do latim ou do árabe seriam emanações da realidade e não representações da mesma aleatoriamente fabricadas. (...)” (ANDERSON, 2005, p. 36)

Se ao nível da história ocidental do livro, encontramos o latim como primeira língua oficial, que elevava a palavra a um estatuto sagrado, apenas descodificada por um grupo restrito de conhecedores (clero e nobreza), com a propagação das línguas vernaculares deu-se o impulso necessário para tornar as diferenças culturais mais visíveis e de alguma forma a isolar de outras culturas.

Do ponto de vista histórico, os livros produzidos nas línguas vernaculares, tiveram um impacto significativo na própria organização social, pois pela primeira vez permitiam o livre acesso a todos os que dominassem esse idioma. Mas o que foi inicialmente um potenciador da propagação do conhecimento e da cultura, funcionou mais tarde de forma inversa. Autores de uma determinada nação ficaram reféns da sua própria língua vernacular. A sua obra podia ser muito apreciada no país de origem, mas acabava por esbarrar na barreira linguística quando tentava avançar para outros países. Apesar das traduções que mais tarde surgiram, o estilo e os significados que o idioma original encerrava, acabavam por ser mal compreendidos e muitas vezes até desprezados.

“(…) No século XVII, Hobbes (1588-1678) era uma figura de renome no continente porque escrevia na língua da verdade. Shakespeare (1564-1616), por outro lado, redigido em vernáculo, era praticamente desconhecido do outro lado do Canal da Mancha. (...) ‘Depois de 1640, com cada vez menos livros a serem publicados em latim e cada vez mais a surgir nas línguas vernáculos, a edição deixava de ser uma actividade internacional [sic].’ Em suma, a queda do latim era o exemplo de um processo mais vasto pelo qual as comunidades sagradas integradas por línguas sagradas antigas se foram gradualmente fragmentando, pluralizando e territorializando.” (ANDERSON, 2005, p. 40)

Anderson refere-nos também que a “edição livreira, sendo uma das primeiras formas de atividade capitalista, sentiu intensamente a busca incessante de novos mercados por parte do capitalismo.” (ANDERSON, 2005, p. 65)

O conjunto de leitores de latim foi o público inicial a ser trabalhado, mas sendo este um mercado elitista e relativamente reduzido, ficou saturado no espaço de cerca de cento e cinquenta anos. A lógica do mercado ditou assim a necessidade de encontrar novos públicos, sendo a evolução, a adoção das línguas vernaculares.

Mais uma vez, e como é habitual na História, esta passagem deveu-se a um somatório de fatores que conjugados levaram a que a narrativa se desenrolasse desta maneira. Por um lado surge-nos a mudança de características do latim, promovida pelos humanistas através da recuperação e divulgação de literatura da Antiguidade pré-cristã e usando a imprensa como ferramenta de divulgação. Estas obras eram apreciadas precisamente pelas “(...) sofisticadas proezas estilísticas (...)” tão distantes do “(...) latim eclesiástico da Idade Média (...)”. (ANDERSON, 2005, p. 67) Por outro lado o impacto da Reforma, cujo sucesso se deve também à imprensa.

No que concerne a questões mais ligadas à representação gráfica e sendo a tipografia a manifestação visual da linguagem, ela serviu umas vezes para construir uma ideia de identidade cultural, ou melhor dizendo, de identidade nacional – sendo utilizada por muitos países como ferramenta de exaltação –, e outras para romper com essa identidade instituída. Historicamente a escolha da caligrafia e posteriormente da tipografia, estiveram muitas vezes ligadas a preferências regionais e à natureza dos documentos editados. Desta forma foi sendo criado um mapa virtual de regiões que se distinguiram pelas preferências tipográficas usadas nas respetivas publicações. No Norte da Europa, as góticas eram as prediletas. No Sul, as humanistas.



Figura 1. Bíblia de 42 linhas, impressa por Gutenberg em 1455

Gutenberg na impressão da Bíblia de 42 linhas (Figura 1), utilizou caracteres tipográficos que mimetizavam a caligrafia mais apreciada na região do Mainz, a Textura. Optou por imprimir um livro que esteticamente fosse familiar aos leitores de manuscritos, sendo essa familiaridade conseguida não só através das escolhas tipográficas mas também da grelha de paginação. Alguns anos mais tarde, durante o período de expansão da imprensa pela Europa, assistimos à criação de várias oficinas impressoras, cujo trabalho é de igual forma um reflexo das preferências regionais em que está inserida. Conrad Sweynheim e Arnold Pannartz, os primeiros tipógrafos a instalarem-se em Itália, fundiram tipos, tal como Gutenberg, concordantes com a estética local (Figura 2). Desta vez, foi a caligrafia humanista a ser revisitada e transposta para tipografia. Em alguns dos primeiros livros editados por estes dois impressores de origem germânica, era ainda possível detetar, nos tipos romanos utilizados, reminiscências das letras góticas alemãs. Nestes artefactos é visível o reflexo da herança cultural dos autores, que transparece no desenho de letras humanistas. Em trabalhos mais tardios depois de alguns anos a conviver pessoalmente com a cultura italiana, essas referências góticas deixam de existir.

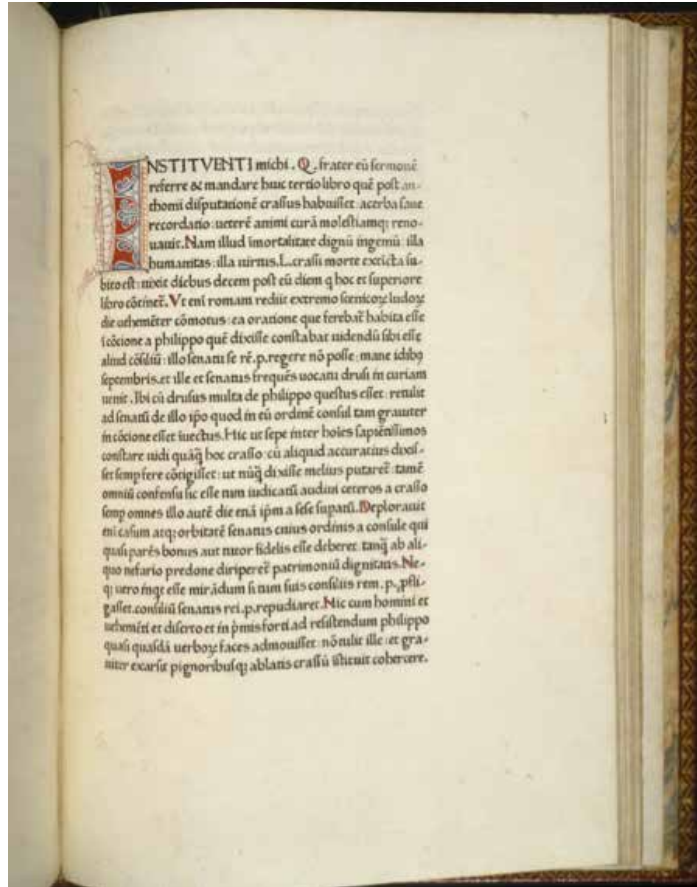


Figura 2 . Primeiro livro impresso em Subiaco por Sweynheim e Pannatz em 1465

Nos quinhentos e cinquenta anos que nos separam desde início da impressão com tipos móveis, são vários os exemplos em que esta relação (tipografia versus cultural local) se verifica. Para terminar esta enumeração podemos apontar um caso um pouco mais recente, o ressurgir das letras góticas na Alemanha Nazi, numa clara alusão ao imperialismo e grandeza da cultura Germânica passada (Figura 3).

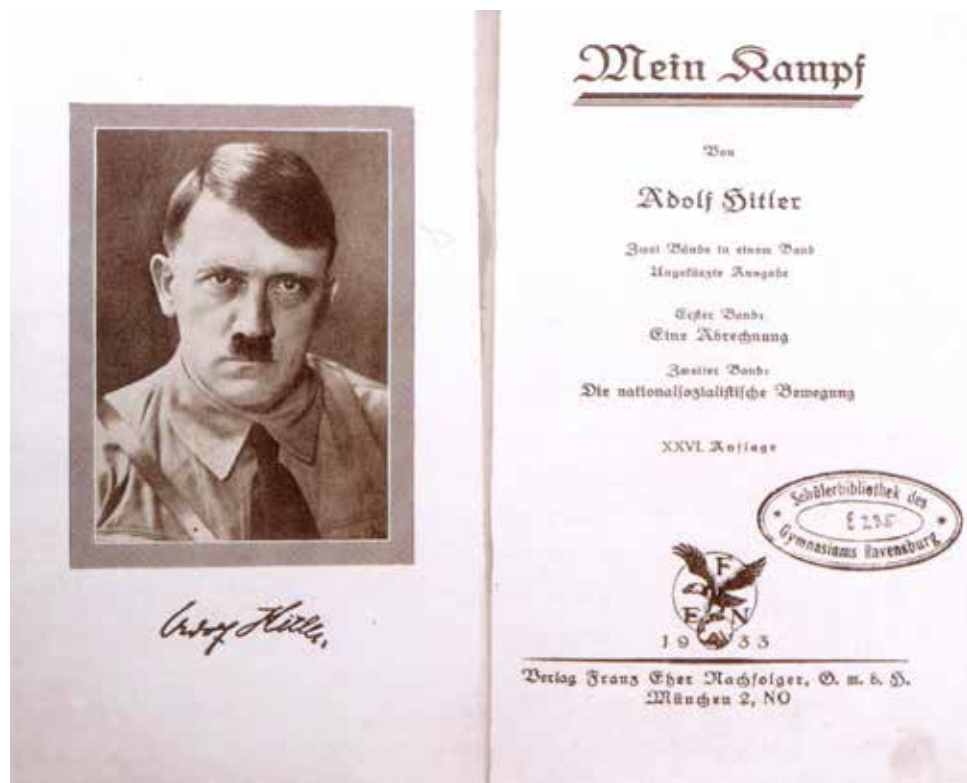


Figura 3 . A Minha Luta de Adolf Hitler editado em 1925

No que respeita ao contexto português contemporâneo podemos também encontrar vários exemplos de exaltação da nossa identidade cultural, através da criação de fontes tipográficas que tiveram a sua origem em manifestações culturais lusas. Agora com um propósito ligeiramente diferente, não tanto o de ir ao encontro de uma estética estabelecida, mas sim de criar referências e contribuir para a criação de uma ideia de identidade cultural própria. Nos casos de estudos deste artigo, veremos alguns exemplos que tiveram pontos de partida diversos mas cujo produto construído é um reflexo desse cenário inicial.

ALGUNS EXEMPLOS PORTUGUESES CONTEMPORÂNEOS (CASOS DE ESTUDO)

Os exemplos que a seguir se apresentam fazem parte de um vasto conjunto de fontes portuguesas criadas a partir de manifestações culturais específicas (sejas elas gráficas, arquiteturais, religiosas, etc.) e que através da interpretação individual de cada autor deram origem a resultados muito diversos.

Como casos de estudo foram selecionadas apenas fontes criadas já no século XXI e desenvolvidas por autores portugueses, e cujo principal objetivo se centrou em perceber a existência de uma relação entre identidade e a produção tipográfica portuguesa contemporânea.

De salientar que uma parte importante desta questão da identidade centra-se precisamente na identidade do sujeito (autor), cujas vivências e percursos pessoais contagiam o processo, no melhor sentido possível, adicionando também novas camadas identitárias. Cada autor adiciona estratos distintos, que refletem por um lado, as suas interpretações individuais relativamente ao tema de estudo, e por outro, a sua própria constituição enquanto sujeitos descentrados constituídos por vários “eu”.

LISBOA / RICARDO SANTOS / 2000-2005

Inicialmente desenhada para responder a questões de legibilidade em tamanhos reduzidos, a Lisboa é atualmente uma extensa família que conta com vários estilos e pesos (Figuras 4, 5 e 6). (FOUNTAIN)



Figuras 4, 5 e 6. Páginas do espécime da fonte Lisboa

Segundo uma entrevista online (TYPEFORYOU), Ricardo Santos esclarece que esta fonte não é mais do que a sua interpretação local e nacional dos modelos portugueses. Isso é particularmente visível nos Dingbats (Figura 7), fortemente influenciados pelos sinais e símbolos espalhados pela cidade, onde encontramos por um “lado interpretações reais de referências concretas (Setas, Cruz de Cristo)” (TYPEFORYOU) e por outro lado extrapolações pessoais de elementos visuais e gráficos (Breaks, Setas e a nova versão Oceano). Tendo o autor crescido rodeado por essas referências simbólicas este foi um projeto onde a identidade cultural e a identidade do sujeito se misturam e contribuem para a sua materialização.

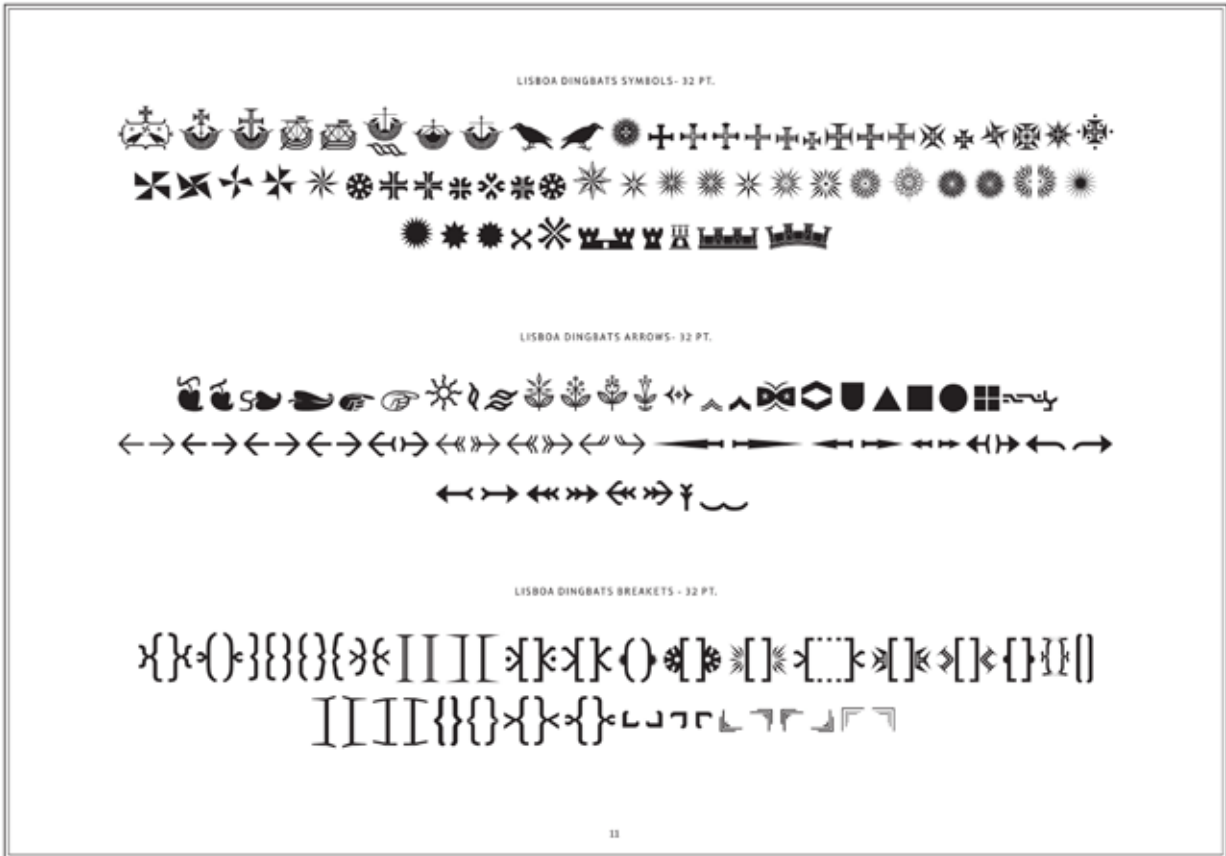


Figura 7 . Página do espécime da fonte Lisboa (Dingbats)

Bazar Medium / Olinda Martins / 2008

O desenho da fonte Bazar é fruto de uma investigação no âmbito do Mestrado em Design Gráfico e Estudos Editoriais da FBAUP. Tem como ponto de partida uma seleção de letreiros comerciais da cidade do Porto, eleitos pela autora como um dos elementos gráficos mais presentes e enraizados na memória coletiva da cidade e recolhidos num percurso estabelecido pelo plano urbanístico levado a cabo no século XVIII por João de Almada e Melo . Baseado nas características seleccionadas dos espécimes recolhidos (Figuras 8, 9, 10 e 11), foram então estabelecidos os critérios fundamentais para o desenho da fonte. Pretendia-se a construção de uma tipografia display apenas com Caixa Alta, condensada, geométrica e sem serifa . O objetivo era desenhar uma fonte inédita e não uma cópia de nenhum letreiro em particular, devendo ser uma reinterpretação pessoal do universo imagético presente nos objetos recolhidos (Figura 12 e 13).



Figura 8, 9, 10 e 11 . Páginas do livro Bazar Medium.

CATORZE27 STYLE 1 / FÁBIO DUARTE MARTINS / 2011

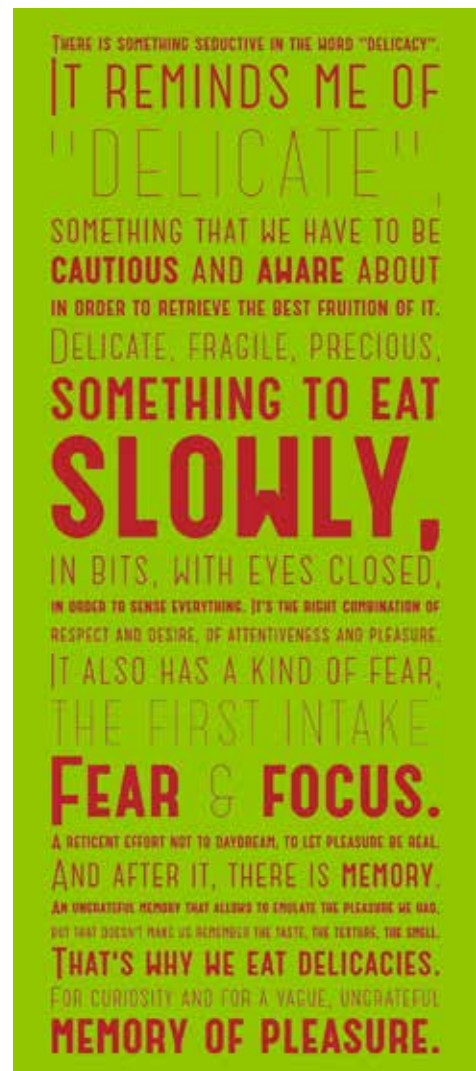
Sendo o ferro forjado amplamente utilizado na arquitetura portuguesa, a fonte Catorze27 Style 1 (MYFONTS) teve a sua origem conceptual numa recolha fotográfica de letterings modernistas em cidades do norte de Portugal. Foi a partir dessa recolha (Figuras 18 e 19) que o autor transpôs para um novo desenho tipográfico, a sua interpretação desta herança cultural, sendo o resultado uma família composta por sete pesos – Thin, Light, Book, Medium, Semi Bold, Bold e Black (Figuras 20 e 21).



Figuras 18 e 19. Recolha fotográfica efetuada pelo autor da fonte.



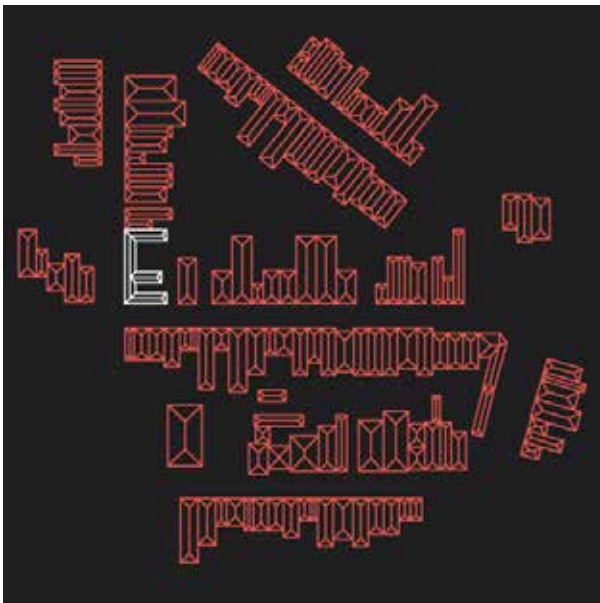
Figuras 20 e 21. Imagens do espécime da fonte Catorze27.



1914/ MIGUEL PALMEIRO E EMÍDIO CARDEIRA / 2011

Partindo da necessidade da criação da futura identidade visual do Mercado do Bolhão no Porto e utilizando a arquitetura desta cidade como ponto de referência, a fonte 1914 (PALMEIRO, 2011) foi desenvolvida explorando a metáfora das águas dos telhados, manifestação comum na Invicta (Figura 22). Aproveitando a riqueza imagética dos cartazes e anúncios existentes na zona comercial onde o mercado está inserido (Figura 23), esta fonte, segundo os seus autores, pertence à “tipologia de fontes decorativas ou ornamentais muito comuns nos séculos XIX e inícios do século XX” (PALMEIRO, 2011), precisamente a época de que são datados esses espécimes já existentes. O resultado foi uma fonte que se relaciona perfeitamente com a identidade local da baixa da cidade, contribuindo para o reforço dessa herança agora numa perspetiva contemporânea.

A 1914 conta com 3 estilos distintos (Figuras 24 e 25) e um outro adicional composto por “pictogramas funcionais e iconografia visual temática” (PALMEIRO, 2011) (Figura 26).



Figuras 22 . Imagens do processo de desenvolvimento da fonte 1914.



Figuras 23 . Imagens do meio envolvente ao mercado do Bolhão.



Figuras 24, 25 e 26 . Imagens da fonte 1914.



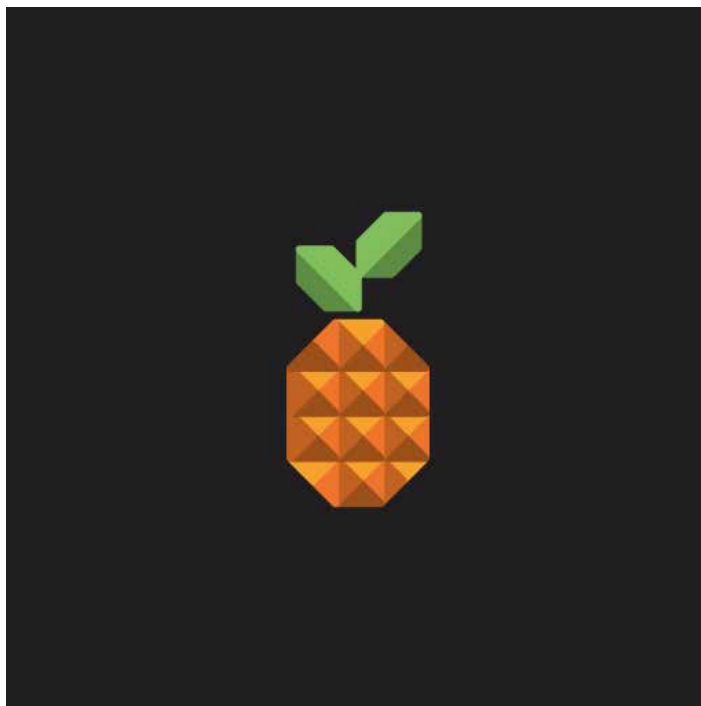


Figura 26 . Pictograma da fonte 1914.

ALGUMAS CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da clarificação de conceitos como a identidade cultural e do estudo da história da Tipografia, foi possível identificar exemplos e processos que validam esta relação de criação tipográfica ligada à materialidade da representação e significados culturais. Do ponto de vista histórico, o espaço e o tempo foram sendo explorados por diversos interlocutores de forma a criar fontes tipográficas que refletissem precisamente essas especificidades espaço temporais.

A perseguição de exemplos tipográficos portugueses contemporâneos que de alguma forma fossem eles próprios criados a partir destes pressupostos, tiveram como principal objetivo a validação da existência de um método de criação tipográfico baseado na identidade cultural portuguesa e na sua tradução num novo artefacto tipográfico.

Num contexto específico cada autor, sujeito carregado de vivências singulares, seleciona os conteúdos que considera pertinentes e trabalha-os de forma a criar um novo conteúdo tipográfico que se apresenta também como reflexo da sua vivência pessoal e social. Em cada um dos casos de estudo apresentado, é possível perceber a existência de fontes tipográficas que partem de um contexto cultural específico e local e que o transformam num produto gráfico, passível de ser utilizado como forma de perpetuar a identidade cultural desse local, adicionando-lhe de igual forma uma nova camada hereditária. Também em modo de conclusão e como mote para um estudo futuro será pertinente referenciar, que embora este seja um dos objetivos primordiais, muitas vezes a identidade cultural que lhes deu origem dilui-se nos novos contextos em que as fontes são utilizadas, deixando de ter qualquer associação com a identidade cultural nas quais tiveram origem.

REFERÊNCIAS

- ABREU, RUI- Catacumba Pro. Disponível em WWW:<URL:http://www.fountaintype.com/specimens/64/original/FTN_Catacumba.pdf.
- ANDERSON, BENEDICT - Comunidades Imaginadas – Reflexões Sobre a Origem e a Expansão do Nacionalismo. Lisboa: Edições 70, 2005. ISBN 972-44-1210-5.
- APPADURAI, ARJUN - Disjuncture and Difference in the Global Cultural Economy. [em linha]. [Consult. Disponível na internet:<URL:http://www.intcul.tohoku.ac.jp/holden/MediatedSociety/Readings/2003_04/Appadurai.html.
- BARKER, CHRIS - Cultural studies: theory and practice. London: Sage Publications, 2004. ISBN 0-7619-4156-8.
- FOUNTAIN - Lisboa [em linha]. [Consult. Disponível em WWW:<URL:http://www.fountaintype.com/typefaces/lisboa/about.
- HALL, STUART - A identidade Cultural na Pós-Modernidade. Rio de Janeiro: DP&A, 2008. ISBN 85-7490-115-6.
- MARTINS, MARIA OLINDA CARNEIRO - A Identidade Cultural na Criação do Livro. Porto: Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto, 2012.
- MOREIRA, FERNANDO ALBERTO TORRES - Identidade Cultural Portuguesa: espaço de autonomia e diversidade. (2006).
- MYFONTS - Catorze27 [em linha]. [Consult. Disponível em WWW:<URL:http://www.myfonts.com/fonts/scannerlicker/catorze27-style1/.
- OLMERT, MICHAEL - The Smithsonian book of books. United States of America: Smithsonian Insstitute, 1992. ISBN 0-89599-030-X.
- PALMEIRO, MIGUEL - [em linha]. [Consult. Disponível em WWW:<URL:http://www.miguelpalmeiro.com/trabalhos.php?cod=40.
- TOMLINSON, JOHN - Globalization and Cultural Identity. [em linha]. (2003). [Consult. Disponível na internet:<URL:http://www.polity.co.uk/global/pdf/greader2etomlinson.pdf.
- TYPEFORYOU - Ricardo Santos – Interview [em linha]. [Consult. Disponível em WWW:<URL:http://www.typeforyou.org/2007/10/10/ricardo-santos-interview/.

METODOLOGÍA DEL PROYECTO DE CREACIÓN DE LA FUENTE TIPOGRÁFICA EHU

María Pérez Mena {UPV/EHU}
m4riaperez@gmail.com

RESUMEN

La tipografía cubre la necesidad de la comunicación verbal en el plano visual mediante la proyección y configuración de un sistema de signos alfabéticos en base a una serie de criterios estéticos, ergonómicos y técnicos. El proceso en el diseño tipográfico, consta de una metodología tan dispar como sus diseñadores, no pudiendo estandarizar un proceso que depende en gran medida de un sin fin de factores específicos de cada proyecto. No obstante, la pregnancia de sus formas en el tiempo, hace que el proceso de diseño de una tipografía siempre deba responder a una serie de preceptos comunes de necesario conocimiento.

Esta comunicación plantea la metodología de un proyecto de creación tipográfica desde aquellos aspectos esenciales en la configuración de una fuente, mostrando su aplicación en el proceso de diseño de la fuente tipográfica EHU, tipografía de identidad corporativa de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea, que estamos desarrollando un grupo de profesores e investigadores universitarios a partir del proyecto de investigación PES 11/31.

El medio escrito es inherente al desarrollo y evolución de las culturas. Es por eso que somos capaces de asociar personas, ideas, lugares y épocas con tipografías determinadas. Por su imagen gráfica, las letras son capaces de transferir unos significados que debemos valorar en el planteamiento del proyecto para dotarlas de identidad; pero además, el uso de unas mismas formas en el tiempo, hacen que debemos atender a una serie de premisas morfológicas establecidas por convención que hacen que una letra sea legible.

El fin de toda tipografía es la comunicación a partir del medio escrito. En este aspecto, este trabajo entiende que es el uso, el que determina los valores de los parámetros básicos de configuración del sistema tipográfico, que deben ser planteados previamente al desarrollo gráfico de las formas para garantizar una correcta solución tipográfica para cada situación concreta.

Desde la incorporación del medio digital, el proceso en la creación tipográfica ha variado ampliamente, habiéndose acelerado la fase de dibujo y facilitado operaciones como el establecimiento del espaciado correcto entre las letras. Pero al tiempo, ha incorporado una serie de cuestiones técnicas a las que la letra debe atender para garantizar una legibilidad óptima en cuerpos pequeños.

El desarrollo de una tipografía conlleva el planteamiento de todo un programa tipográfico. Es decir, plantear la cantidad y variedad requerida de variantes y versiones de la fuente para cumplir las necesidades del proyecto tipográfico, de manera que todas ellas formen un conjunto coherente y armonioso manteniendo aquellas características que la dotan de identidad.

El planteamiento de un proyecto tipográfico comporta la consideración de las formas desde diversas perspectivas históricas, psicológicas, ergonómicas, técnicas, etc., y su desarrollo es una constante revisión y comprobación de su funcionamiento, desde un proceso que dista de ser lineal y varía enormemente según el diseñador, pero que tiene ante todo un mismo sistema de medida: la percepción del ojo.

Palabras clave / Fuente tipográfica, metodología, creación tipográfica, fuente EHU

INTRODUCCIÓN

El diseño tipográfico parte de una intención comunicativa y cumple eminentemente una función social: ser transcriptor visual del lenguaje. Con independencia de que la motivación del proyecto sea de carácter personal o por encargo, la tipografía se debe a un uso concreto en un contexto preciso. Es por ello que debemos pensar en la pertinencia de sus formas antes de proceder a trabajarlas gráficamente. Esta comunicación plantea una metodología de creación tipográfica a través del proceso de diseño de la fuente tipográfica EHU, tipografía corporativa de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Desde su sustancia visual, las letras desprenden unos significados adheridos a través de su uso en el tiempo que la sociedad ha aprendido a decodificar a partir de su experiencia visual, y a asociar con ideas, sensaciones y/o sentimientos ya vividos. Es esta la razón por la que previo al desarrollo gráfico de las formas alfabéticas, han de plantearse aquellos principios expresivos que dotarán de identidad a nuestra tipografía en base a unos objetivos establecidos previamente. Para el diseño de la fuente tipográfica de la UPV/EHU, nos hemos basado en la sugerencia gráfica del artista vasco Eduardo Chillida, en la que su reflexión plástica es coincidente con premisas fundamentales de la configuración tipográfica desde un medio sociocultural común.

En el establecimiento de los objetivos del proyecto tipográfico, el uso que se hará de una tipografía es determinante para la configuración de su forma, e influye directamente en cada una de las elecciones tomadas en el proceso de creación. Entendemos, por tanto, que no percibimos de la misma manera un texto de diferente tamaño y extensión, a diferente distancia y en distinto soporte; así como alguien que aprende a leer no percibe las formas alfabéticas igual que alguien ya habituado a la lectura.

El uso planteado de la tipografía EHU será muy amplio en cuanto a tipología y soportes. Está pensada para un uso tanto en documentos impresos, como para la señalización del campus. Por otra parte, se da el hecho de aplicar la tipografía en dos idiomas —euskera y castellano— simultáneamente, siendo necesario el uso de un recurso (tipo)gráfico que los diferencie en un mismo nivel de jerarquía visual, que ha sido entendido, en este proyecto, como la creación de una versión con remates y otra sin ellos. Se ha de tener en cuenta, además, que en un ámbito universitario, se demanda la posibilidad de escribir en otros idiomas y lenguajes diversos; lo que es tenido en cuenta en la planificación del mapa de caracteres necesarios.

PARÁMETROS DE CONFIGURACIÓN DE LAS LETRAS

Entendemos la tipografía como un programa o sistema de signos alfabéticos configurados a partir de elementos morfológicos comunes y coordinados, que forman la masa de gris uniforme y homogénea que es el texto. El cambio de un solo detalle en una letra puede suponer el cambio de un buen número de ellas. La creación tipográfica debe consistir en una armoniosa dialéctica entre el detalle con el todo, y del todo con el detalle.

Si bien el proceso de creación puede variar en función de sus diseñadores, todos ellos emplean un mismo único instrumento preciso de medición: el ojo. La combinación de las letras para la creación del contenido verbal, supone la existencia de una coherencia formal entre las mismas. El rigor con el que las formas son abordadas no responden, sin embargo, a preceptos geométricos exactos, sino a las características fisionómicas de nuestros ojos, y a su comportamiento frente a la organización de la tipografía en el espacio. Es decir, para que las letras sigan un rigor formal que las relaciona geométricamente en apariencia, no deben ser concebidas, sin embargo, desde la exactitud geométrica. El diseñador tipográfico ha de conocer y aplicar estas cuestiones ópticas para garantizar una tipografía legible e inteligible.



LAS PROPORCIONES VERTICALES

Diseñar una tipografía supone atender simultáneamente a una serie de requerimientos técnicos, ergonómicos y expresivos a fin de lograr el resultado preciso. A partir del desarrollo de unas pocas letras, el establecimiento de las proporciones verticales es uno de los primeros parámetros a definir. La amplitud del ojo medio de la letra es una característica que influye directamente en la legibilidad de la letra y en su facilidad de lectura.

Para optimizar la visualización de la fuente tipográfica EHU en pantalla y favorecer su legibilidad y facilidad de lectura, se ha optado por una altura de x pronunciada —ojo medio amplio— y una altura de ascendente y descendente reducida, que mantiene el texto como una unidad homogénea y favorece la lectura fluida. Así mismo, se ha valorado la altura de las mayúsculas y de los números en una sutil diferencia entre ellas con respecto a la altura de las ascendentes, para que puedan ser rápidamente reconocidas y leídas sin contratiempos en el medio digital.

LAS PROPORCIONES HORIZONTALES

Las proporciones horizontales que se establezcan pueden responder a criterios de economía —más caracteres en menos espacio— o de optimización de su visualización —no es lo mismo un tipo letra para el titular de un periódico que para la señalética de un aeropuerto—. La construcción de un esqueleto más o menos pesado o ancho, o liviano o fino, responde precisamente a estas cuestiones.

La necesidad de uso de la fuente tipográfica EHU en pantalla, requería de una estructura robusta, a fin de obtener la óptima visualización en cuerpos pequeños; pero además, por su uso en la señalización de la UPV/EHU, debía solucionar problemas de amorfismos. Es decir, debía poseer la cualidad de ser fácilmente legible en condiciones de visualización extremas, desde diferentes perspectivas y de rápida percepción del contenido. Una proporción ancha de la estructura de la letra se establece también dentro del discurso plástico de la obra de Eduardo Chillida, encontrando en la vigorosidad y reciedumbre de su trazo, el componente expresivo que dota de identidad a nuestra tipografía.



Figura 2 . Comparativa de la anchura de EHU Serif (izqda.) con Frutiger (centro), una tipografía ideada para señalética; y con Verdana (dcha.), una tipografía ideada para pantalla.



Figura 3 . Tipografía EHU Serif vectorial y en mapa de bits (a mínima resolución). La transitividad del trazo y la peculiaridad de los rasgos de algunas letras como los de la a, permiten que la letra mantenga su personalidad a una baja resolución.

ESTRUCTURA DE LA LETRA

Las minúsculas del alfabeto latino derivan de la escritura manual, y es por eso que la tradición de la configuración caligráfica sostiene la base de la configuración tipográfica. En este sentido, se nos plantean dos tipos de estructura de la letra que debemos elegir en función del uso y tono que va a tener nuestra tipografía. Esto es, debemos decidir si nuestra letra tendrá el carácter del trazo manual de recorrido continuo —cursus transitivo— o si, por el contrario, se construirán las formas a partir de los elementos básicos o módulos que conforman la letra —cursus intransitivo—.

Para nuestro caso concreto, decidimos trabajar sobre un esqueleto o estructura transitiva, que le aportará identidad en los cuerpos pequeños en pantalla, donde atributos propios del carácter de la letra, como la organicidad de las formas basadas en las reflexiones gráficas de Chillida, se pierde.

EL CONTRASTE DE LOS TRAZOS Y EL EJE DE MODULACIÓN

El contraste del grosor del trazo vertical y horizontal viene tradicionalmente determinado en el ductus de la letra. El contraste influye en la legibilidad de la letra según su tamaño y soporte de reproducción, y determina el ritmo visual que produce una tipografía en el espacio. A saber, una tipografía pensada para largos textos en cuerpos pequeños, requiere un contraste reducido en favor de un menor cansancio de la vista, dada la homogeneidad que produce la mancha y el ritmo sosegado de la dialéctica de las formas y contraformas.

La fuente tipográfica EHU, pensando en su empleo en pantalla, cuenta con un contraste cercano al 1:1. Las limitaciones técnicas del medio digital, requieren un contraste bajo de las formas tipográficas en pos de una perfecta visualización y lectura. Por otra parte, su posible uso en textos largos y como herramienta de señalización, hacen de la elección de un contraste reducido, la más conveniente.

El eje de modulación establece el lugar de máximo contraste de la letra, siendo inclinado en las tipografías de mayor influencia caligráfica y derivando a la verticalidad en aquellas inspiradas a partir de la época moderna.



Figura 4. Comparativa del contraste de los trazos rectos y curvos de EHU Serif, con Verdana y Georgia, fuentes diseñadas para uso en pantalla.



Figura 5. Comparativa del eje de EHU Serif con Thesis y Myriad Pro, fuentes ambas con contraste bajo pero con una inclinación del eje diferente.

ESPESOR DE LA LETRA

El espesor de la letra viene determinada por el grosor de los trazos en relación con su contraste, y establece la densidad del “color” de la masa de texto, de manera que a un mayor ancho de trazo y menor contraste, más espesa es la letra y, por tanto, más negra es la mancha de texto.

En la fuente tipográfica EHU, la mancha que produce la letra en el bloque de texto es de un gris oscuro, pensada para que funcione correctamente en la lectura en pantalla, donde la luz del blanco emana de la pantalla y no incide sobre ella, como en el caso del soporte impreso. De nuevo, el hecho de su empleo como tipografía de señalización implica la configuración de una letra que sea fácilmente percibida a distancia, de ahí la importancia de su espesor acusado. El factor expresivo es también definitorio en la toma de decisión del bajo contraste y grueso trazo de la letra, puesto que la reflexión de “lo vasco” de Chillida sugiere unas formas robustas y vigorosas.

Por otra parte, en la reproducción de la tipografía en ciertos soportes, el enlace de dos trazos supone la acumulación de tinta o la creación de nodos en la letra. Este es el caso de algunos papeles —como el papel fino de los listados telefónicos— o de la pantalla. A fin de evitarlos, se generan unas aperturas en el punto de conexión de los dos trazos —trampas de tinta— de manera que la forma tipográfica respira y evita incómodas distracciones visuales en el lector.

Nanopartikula erdieroaleak polimeroei gehituta, propietate optiko eta elektriko jakinak dituzten material konposatu nanoegituratuak sortu dituzte UPV/EHUko Donostiako Unibertsitate Eskola Politeknikoko "Materialak +Tecnologiak" taldean (GMT). Nanopartikula horien propietate optiko eta elektrikoak

Nanopartikula erdieroaleak polimeroei gehituta, propietate optiko eta elektriko jakinak dituzten material konposatu nanoegituratuak sortu dituzte UPV/EHUko Donostiako Unibertsitate Eskola Politeknikoko "Materialak +Tecnologiak" taldean (GMT). Nanopartikula horien propietate optiko eta elektrikoak

Nanopartikula erdieroaleak polimeroei gehituta, propietate optiko eta elektriko jakinak dituzten material konposatu nanoegituratuak sortu dituzte UPV/EHUko Donostiako Unibertsitate Eskola Politeknikoko "Materialak +Tecnologiak" taldean (GMT). Nanopartikula horien propietate optiko eta elektrikoak tamainarekin aldatzen

Figura 6 – Comparativa de la mancha de gris que producen EHU Serif, Verdana y Georgia en un mismo tamaño de cuerpo.



Figura 7. Detalle de trampa de tinta en la n. Comparativa tipografías EHU Serif, Cambria y Tisa.

LA DECISIÓN SOBRE LOS REMATES

La elección de la presencia de remates o de la ausencia de ellos es algo que, en realidad, no importa demasiado a priori, hablando en términos de configuración. La decisión sobre su pertinencia, está más relacionada con aspectos retóricos y de identidad. Si bien es cierto que la polémica sobre la legibilidad de las formas de palo seco frente a las que tienen terminales sigue hoy sobre la mesa, las astas verticales de numerosas tipografías de palo seco devienen en terminaciones que se alejan de la rigidez de la línea vertical, facilitando el movimiento del ojo del lector en la continuidad de la línea.

Este es el caso de la fuente tipográfica EHU, donde la decisión de la creación de variante serif y sans, ha venido determinada por cuestiones de proyecto - distinción de dos idiomas en una misma jerarquía visual simultánea -. Para optimizar la legibilidad de la versión de palo seco, las astas no comienzan ni terminan en una vertical exacta, sino que modula sutilmente como lo haría la mano al realizar el trazo, favoreciendo, pues, al lector la lectura continuada y aportando un valor humano a la letra.

Figura 8 . Comparativa de EHU Sans con Frutiger y Meta. El trazo de entrada y salida no responde a un asta vertical exacto, sino que emula más o menos sutilmente la intención del trazo, ayudando al movimiento del ojo en la continuidad de la lectura.

PROSA Y ESPACIADO

La tipografía es el binomio del blanco y el negro. Pero ese binomio solo coge sentido en la creación de la palabra. Es desde su composición desde donde podemos valorar la corrección de las formas tipográficas, así como el ritmo y color que generan. El espacio correcto entre las letras para una lectura cómoda es proporcional al blanco que las construye, siendo también el que nos dará las pistas para espaciar unidades de mayor dimensión - palabras, líneas, etc-. La calidad de una tipografía se mide en el buen equilibrio de sus formas y contraformas, de manera que generen una masa gris homogénea.

Por otro lado, de cara a facilitar la visualización y composición de operaciones matemáticas o tablas, los números pueden tener la misma anchura. Tal fin ha sido el objetivo de la fuente tipográfica EHU, la cual ha establecido un mismo ancho en sus números y signos monetarios para facilitar las labores de contabilidad.

Figura 9 . La configuración de una letra conlleva el establecimiento de su prosa, que es el espacio de la letra a su izquierda y derecha, de manera que la sucesión de letras genere un conjunto armónico y equilibrado.

Figura 10 . Números y signos monetarios de la tipografía EHU Serif. Los números que tienen la misma anchura se denominan tabulares.

Al igual que en la configuración de la propia letra, este equilibrio no está determinado por preceptos geométricos sino por aquellos de carácter perceptivo. El espacio blanco entre las letras está equilibrado cuando la distancia entre ellas parece equivalente, lo cual no coincide necesariamente con la cantidad de superficie blanca dispuesta entre ellas. Es decir, la sensación de espacio no será la misma entre trazos rectos y curvos y entre formas abiertas y cerradas, puesto que las formas y contraformas que se generan varían y sus masas han de compensarse visualmente. Así, la armonía visual de una tipografía se alcanza mediante la coherencia del espaciado de sus trazos.

Sin embargo, existe la circunstancia en algunas combinaciones de letras, de que los espacios que se generan entre ellas son demasiado amplios, lo que dificulta la continuidad de la lectura, por lo que son corregidos óptimamente de forma particular - kerning - . Un correcto espaciado es fundamental para garantizar una lectura fluida, favoreciendo la concentración del lector en el contenido del texto. El empleo de diferentes valores de espaciado puede responder a cuestiones expresivas. No obstante, una tipografía siempre habrá de establecer el espaciado de la palabra en coherencia con las formas y contraformas de las letras que la componen dependiendo del tamaño del cuerpo y extensión del texto.

Figura 11 . Para que la sensación de espacio entre las letras sea igual, la superficie entre trazos rectos y curvos no debe ser equivalente.

Figura 12 . Par de letras con ajuste óptico (izqda.). Par de letras sin ajuste óptico (dcha.).

Figura 13 . Comparativa variante redonda y cursiva de EHU Serif, Thesis y Frutiger. Las dos primeras son cursivas puesto que siguen una estructura basada en la tradición caligráfica, mientras que la tercera es básicamente la inclinación de las letras.

LA CURSIVA

El término cursiva procede de la palabra latina *cursus* - carrera - y hace referencia a la configuración de las letras a partir del trazo continuo. Cabe, por lo tanto, diferenciar entre las letras inclinadas y las cursivas, puesto que, aunque ambas sigan una inclinación que se origina en el trazo manual de la escritura, su diferencia principal reside en la estructura de algunas de las letras, que cambia notablemente en función de si están o no basadas en la continuidad del trazo caligráfico.

LOS DIFERENTES PESOS: LIGHT, BOLD Y BLACK

Gracias a los avances tecnológicos, la creación de los pesos de una fuente tipográfica se hace cada vez más sencilla, pudiendo generar un buen número de ellos. Sin embargo, esa cantidad deberá siempre responder, en cualquier caso, a los objetivos planteados en el proyecto, estableciendo el número de pesos y su espesor preciso, proyectando el uso que se hará de la fuente tipográfica.



Figura 14 . Superposición de los pesos light, regular, bold y black de la tipografía EHU Serif.

CONCLUSIONES

Entendemos la tipografía como un conjunto de signos coordinados y coherentes entre sí, cuyas formas han sido aprehendidas en el tiempo como codificación de los sonidos del habla. Su uso ha determinado, además, su inherencia con un contexto concreto, con el que somos capaces de asociar desde su percepción gráfica. El conocimiento y la valoración de estas premisas es algo de obligada consideración en el planteamiento del proyecto tipográfico.

La tipografía ha ido tradicionalmente de la mano de la tecnología. Las facilidades que otorga el medio digital ha acelerado el proceso de definición del sistema tipográfico y ha facilitado muchas de las operaciones, antes arduas, como el correcto espaciado de las letras. Pero, por otro lado, ha generado otras como el ajuste de las formas a una grilla cuadrangular -hinting -, para una óptima visualización de los cuerpos pequeños en pantallas generalmente de baja resolución.

Aunque la metodología de trabajo que sigue cada diseñador varía ampliamente en tiempos y modos, cada proyecto tipográfico conlleva una misma definición de parámetros que no están establecidos sino por los objetivos y la finalidad de dicho proyecto, y a partir siempre de una misma herramienta de medida: el ojo.

REFERENCIAS

- Buen, J; Scaglione, J. (col.) (2011). Introducción al estudio de la Tipografía. Gijón: Trea.
- Bringhurst, R. (2004). The elements of typographic style. Canadá: Hartley & Marks, Publishers.
- Cheng, K. (2006). Diseñar tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- Frutiger, A. (2007). El libro de la tipografía. Barcelona: Gustavo Gili.
- Henestrosa, C.; Messeguer, L.; Scaglione, J. (2012). Cómo crear tipografías. Del boceto a la pantalla. Madrid: Tipo e Editorial.
- Hochuli, J. (2008). Detail in typography. Londres: Hypen Press.
- Noordzij, G. (2009). El trazo: teoría de la escritura. Valencia: Campgràfic.
- Pohlen, J. (2011). Fuente de letras. Köln: Taschen.
- Ruder, E. (1983). Manual de diseño tipográfico. Barcelona: Gustavo Gili.

TIPOGRAFIA EM CAMADAS: UMA PROPOSTA DE DESIGN CUSTOMIZÁVEL

Fernanda Henriques {UNESP - SP}
ferdi.henriques@gmail.com

Marianne Kasai Yoshiyassu {UNESP - SP}
mari.yoshiyassu@gmail.com

RESUMO

Atualmente, vemos surgir novas tendências tipográficas nos diversos eventos da área e também nas redes sociais específicas onde designers colocam seus trabalhos para avaliação pública. Uma destas tendências é a tipografia customizável, em especial a chamada “tipografia em layers”, cuja produção e uso envolvem camadas (layers) que se sobrepõem ou se separam de acordo com o que o usuário necessita e/ou deseja. O objetivo deste trabalho é contribuir para a reflexão sobre o design customizável sob o ponto de vista das possibilidades oferecidas pelos tipógrafos e de como elas afetam o seu usuário, tornando-o um coautor; além de ampliar os limites da produção do design. A metodologia envolve uma análise dos recentes trabalhos encontrados por jovens designers em sites específicos da área, como o Behance, além do estudo da interação que esta nova tipografia pode ter com o usuário e/ou criador. Propõe-se, também, a produção de uma tipografia customizável com o objetivo de verificar as dificuldades de produção assim como uma posterior análise da relação entre objeto e novos usuários.

Palavras-chaves / Tipografia, Design Customizável, Projeto Gráfico.

ABSTRACT

Nowadays we can see new typographic trends emerging in the various events in the area and also in specific social networks where designers publish their work to public evaluation. One of these trends is the customizable typography, being called “typography in layers”; its production and use involve layers that overlap or are separated according to the user needs and /or desires. The objective of this work is to contribute to the debate on the customizable designs considering the possibilities offered by typographers and how they affect their users, making these users co-authors; in addition to expanding the boundaries of the production of the design. The method involves an analysis of recent work by young designers found in specific sites of the area, such as Behance, also it includes the study of the interaction that this new typography can have with the user and /or creator. Furthermore, it is proposed the production of a customizable typography with the aim of verifying the production difficulties as well as further analysis of the relationship between object and new users.

Key-Words / Typography. Customizable Design. Graphic Project.

INTRODUÇÃO

De acordo com Da Silveira e Dos Santos (2011, p.415), após a crise do petróleo na década de 70, os japoneses estavam focados em novas tecnologias e técnicas administrativas e, por isso, encontraram na produção enxuta um sistema mais adequado a um mundo onde as demandas não eram tão estáveis tornando a flexibilidade primordial para a produção. O surgimento da Customização em Massa foi favorecido pelos avanços alcançados nas tecnologias produtivas, na crescente demanda dos consumidores por variedade e personalização e no contínuo encurtamento dos ciclos de vida dos produtos. Forty (2007, como citado em Da Silveira & Dos Santos, 2011, p.415) mostra que a Customização em Massa aproxima as grandes companhias da personalização de produtos e serviços. A variedade proporcionada oferece ao consumidor o poder de escolha e reafirma sua individualidade perante a sociedade. Além disso, a possibilidade de conformar o produto ao seu gosto ou necessidade caracteriza a compra como um ato de co-criação de valor – a companhia fornece a plataforma e os recursos, ficando a cargo do consumidor estabelecer os parâmetros desejados.

Inserido essencialmente no processo de desenvolvimento de produtos, também o designer industrial é influenciado pela adoção da Customização em Massa. Afinal, permitir a colaboração direta do cliente (customização) no processo já é o suficiente para ocasionar mudanças nas práticas do designer.

Da Silveira e Dos Santos (2011, p.422) explicitam a relação entre a customização e o trabalho do designer: A customização maciça pretende lidar com seus clientes de maneira individual, e conhecendo-os como únicos e processando seus desejos e necessidades caso a caso. Ainda que esta individualidade não esteja declarada nas suas definições, o design tem como um dos seus maiores objetivos representar e traduzir as vontades do cliente a fim de que estejam presentes no resultado do seu processo. Tanto para a customização quanto para o designer, o objetivo é criar valor para o cliente.

DESIGN CUSTOMIZÁVEL: APELO EMOCIONAL

Nos últimos anos, a área do design assistiu a um crescimento da oferta de novos produtos cujo apelo prometia uma melhor satisfação em relação às necessidades individuais a partir da colaboração efetiva do consumidor. Os artigos que podem ser manipulados, alterados e individualizados foram bem recebidos pelo mercado consumidor uma vez que imbuí-se uma carga afetiva, fazendo com que compradores sintam-se fidelizados ao se envolverem de fato com os objetos.

Norman (2008, p.254) em seu livro 'Design Emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia' diz que:

Todos somos designers. Nós manipulamos o meio para que ele sirva melhor às nossas necessidades. [...] Construímos, compramos, arrumamos e reestruturamos: tudo isso é uma forma de design. Quando consciente e deliberadamente reorganizamos objetos [...] estamos criando projetos de design. Por meio desses atos pessoais de design, transformamos as coisas e espaços de outro modo anônimos e ordinários da vida quotidiana, em nossas próprias coisas e lugares.

Além disso, também acrescenta que “os melhores designs são os que criamos para nós mesmos. E esse é o tipo de design mais apropriado - funcional e estético. É um design em harmonia com nossos estilos de vida individuais.” (Norman, 2008, p.255).

A chamada customização é definida por Joseph Pine (1994, p.417) como “criação de variedade e personalização através da flexibilidade e rápidas respostas” a fim de que “quase todos encontrem exatamente o que eles querem” a preços próximos àqueles dos produtos de massa”.

Jordan (1999, como citado em Da Costa & Tonetto, 2011, p.134), outro autor sobre Design Emocional, propõe que as necessidades dos usuários “seriam funcionalidade, usabilidade, por fim, prazer, a necessidade superior máxima relacionada a um produto.” Sendo que o prazer psicológico (Jordan, 1999b, como citado em Da Costa & Tonetto, 2011, p.135) “refere-se aos prazeres da mente, incluindo aqueles advindos de executar ou finalizar tarefas, assim como aqueles relacionados a estados particulares, como excitação ou relaxamento. [...] Pessoas mais extravagantes ou imaginativas podem apreciar um componente emocional mais forte no design.”

PROPÓSITO

O objetivo desse artigo é aprofundar a discussão sobre o design customizável tendo como foco a Tipografia em Camadas (Layers). Também observar os procedimentos de criação e produção de uma família tipográfica desse mesmo estilo e suas aplicações nos projetos gráficos a partir da análise dos trabalhos realizados por diversos usuários da tipografia criada. O estudo pretende compreender melhor o processo criativo da tipografia e sua aplicação, além de como a relação/interação do usuário e criador será estabelecido de acordo com cada etapa (criação, diversas possibilidades de uso).

TECNOLOGIA E TIPOGRAFIA: POSSIBILIDADES DE PRODUÇÃO, ESCOLHAS E APLICAÇÕES.

Nesse campo do design, a tipografia customizada é um novo segmento, uma inovação que aparece e traz mudanças não apenas na maneira de se produzir uma fonte, mas também na forma em que se pensa na customização, e acima de tudo, em sua aplicação.

É inegável que os softwares gráficos ampliaram o uso criativo da tipografia pois, no lugar de pesadas caixas de tipos, da grande dificuldade em se fazer sobreposições e realizar mudanças nas letras fundidas em metal, entraram os vetores, as camadas e sistemas de programação.

Ao desenvolver uma tipografia customizada, com base no design customizável e nas novas tendências de estilos de famílias tipográficas, atinge-se o ponto do design que é esquecido pela produção industrial: a possibilidade de um produto transmitir valores pessoais em todo seu processo, desde a criação. Samara (2011, p.112) comenta em seu livro sobre o design tipográfico:

O design de letras era uma prática restrita a um número escasso de tipógrafos de origem acadêmica. Com o desenvolvimento dos computadores e das interfaces gráficas, o design de tipos foi democratizado e, nos últimos anos, a quantidade de fontes disponíveis proliferou. A facilidade com a qual os designers podem construir seus próprios alfabetos não tem paralelo. [...] Independente da formação ou intenção, projetar fontes exige uma aguda sensibilidade para os detalhes formais – as letras em um conjunto de caracteres devem estar visualmente relacionadas à sua lógica interna.

Clair e Busic-Snyder (2009, p.131) ressaltam sobre a mudança que os designers de tipo enfrentaram com a tecnologia:

Houve uma mudança radical no enfoque e na filosofia dos designers de tipos contemporâneos com a nova tecnologia digital, que passaram a dar menos ênfase à legibilidade e muito mais à experimentação e comunicação da mensagem por meio da estética dos caracteres tipográficos. Os designers começaram a explorar o design de tipos como um meio de comunicação e expressão pessoal, posicionando os tipos como uma força estética no novo milênio. Os caracteres tipográficos podiam ser desenhados com mais facilidade para aplicações específicas, comunicando um enfoque espontâneo e um significado voltado para a estética composicional.

Segundo Garfield (2012, p.333) mudanças inmensuráveis ocorreram desde que Steve Jobs colocou uma opção de fontes em seus computadores Apple. O Mac básico agora vem com diversas opções para uma mesma família tipográfica (23 variantes de Lucida, por exemplo) e outras fontes de aplicação menos comercial (como Haettenschweiler e Harrington). Os usuários da plataforma Windows também contam com muitas opções de fontes para serem utilizadas (Arab, Thai e Tamil cursivas no Windows 7, entre outras dezenas de fontes regulares). E, se nenhuma das disponíveis for condizente com o que o trabalho pede, sempre haverá a opção do designer encontrar nos sites das typefoundries ou até mesmo de fazer a sua própria, utilizando programas como Type Tool, FontLab Studio e Fontographer, entre os mais populares.

Como recurso atual que amplia as possibilidades da tipografia, temos o OpenType, que permite que sejam incluídos caracteres opcionais aos da lista padrão, podendo apresentar modificações em ligaduras, estilo, adição de swashes, usa de frações, denominadores e numeradores.

Clair e Busic-Snyder (2009, pp.142-143) comenta sobre seu aparecimento: “o número aparentemente infinito de fontes disponíveis significa que os designers podem obter um impacto visual diferenciador e emotivo nas composições sem usar as imagens. [...] Os três formatos mais comuns hoje em uso são PostScript, TrueType e OpenType.” Além disso, acrescenta que

OpenType pretendia simplificar o uso de fontes como compatível com várias plataformas – o mesmo arquivo de fontes funciona em ambos os computadores Macintosh e Windows. [...] OpenType é uma unificação dos formatos PostScript e TrueType. Acredita-se que OpenType é o último padrão de tipo digital de alta qualidade tanto para aplicações impressas como para a web (Clair & Busic-Snyder, 2009, p.147).

METODOLOGIA

Para estudar e produzir uma tipografia customizável, utilizou-se como processo metodológico a investigação e a análise: a) do uso da tipografia, sua evolução como forma e os recursos atualmente disponíveis, usando como referência autores como Simon Garfield, Timothy Samara, Kate Clair, Cynthia Busic-Snyder entre outros; b) da interação entre usuário e produto no design contemporâneo; c) do design customizável, a partir de livros, textos e/ou artigos; d) da tipografia como produto customizável, como o opentype e a tipografia em layers.

Produção: a) análise de similares em sites como o Behance. Alguns dos artistas que se sobressairam na pesquisa inicial foram Mark Butchko (Chicago, EUA) com sua fonte “Idler Typeface Design” e também Juri Zaech (Paris, França), com sua fonte “Frontage Typeface”, b) produção de roughs c) Produção digital d) Teste com usuários e) Análise dos resultados.

TIPOGRAFIA EM CAMADAS

Dentre as possibilidades de produção de uma tipografia customizável, encontramos uma nova vertente que vem sendo chamada de “tipografia em camadas”. Trata-se de um projeto complexo em que se oferece uma diversidade de opções, sombras, chanfros, entalhes, detalhes, traçados, preenchimentos e outras estruturas que podem ser sobrepostas, combinadas, trabalhadas e retrabalhadas de distintas maneiras. Importante considerar que, ainda que sejam pré-determinadas as combinações possíveis, as aplicações podem divergir do que foi premeditado, pois a criatividade, desejo e necessidades dos usuários tornam este proposta um trabalho aberto.

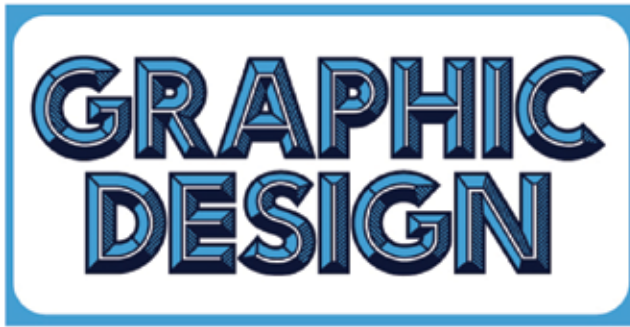


Figura 1 . À esquerda, fonte customizável Idler de Mark Butchko (Chicago).

Figura 2 . À direita, fonte customizável Frontage de Juri Zaech (Paris, França).

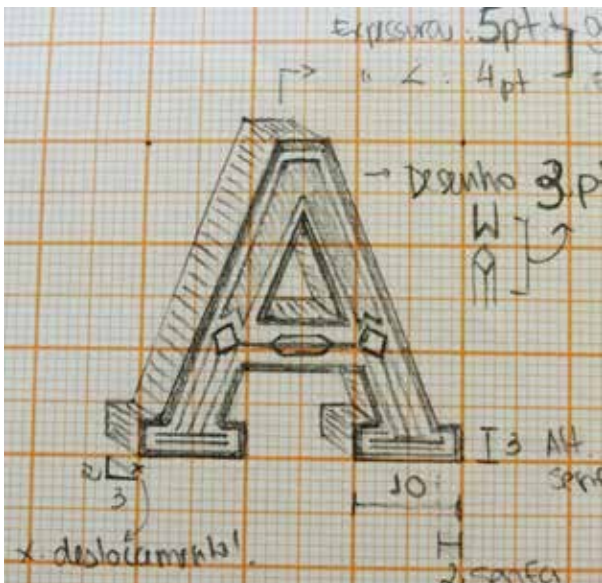


Figura 3 . À esquerda, sketches da tipografia proposta.

Figura 4 . À direita, os primeiros vetores da tipografia.

As aplicações que cada camada (ou layer) permite, a forma como podem se combinar e recombinar, ocorre de uma maneira em que o usuário tem o poder de criação, podendo então ser chamado de um coautor da fonte. Essa diversidade de opções e possibilidades de modificações com apenas uma família tipográfica é algo muito inovador, havendo poucos ou quase nenhum estudo acadêmico relacionado exclusivamente a essa tendência.

Samara (2011, p.82) fala sobre a estrutura da tipografia:

A própria essência da forma do tipo – as letras, e suas incontáveis interconexões e relações com as outras, com o espaço, com a textura e com o ritmo – é extremamente importante. [...] A tipografia enquanto disciplina visual apresenta a interessante qualidade de ter suas partes relacionadas ao todo. [...] Quando admitem forma visual, as palavras se tornam imagens e ao mesmo tempo mantém seu significado verbal. A natureza dual da tipografia

é uma força poderosa para a comunicação. Dentro de uma única letra, palavra ou frase existe o potencial para transmitir, simultaneamente, uma mensagem verbal clara com mensagens simbólicas ou emocionais que se enriquecem mutuamente.

Além disso, comenta sobre a mudança de significado que pode ocorrer devido à forma que uma tipografia pode assumir: “transformar tipografia em imagem é uma grande oportunidade para o designer. Quando os tipos se tornam algo mais do que aquilo que estão dizendo, seu poder comunicativo é ampliado” (p.96).

Essa inserção de valores em um projeto gráfico como a tipografia altera o modo como ela é pensada e produzida. Assim, ao produzir uma tipografia customizável será possível entender não só este novo processo de criação, mas também o que envolve a sua produção.

PRODUÇÃO DA TIPOGRAFIA EM CAMADAS: SLAB SZANS

Para analisar e melhor compreender as possibilidades geradas por essa vertente tipográfica, foi produzida uma tipografia customizável e em camadas chamada Slab Szans. Esta família é serifada ao estilo conhecido por egípcio ou slab serif. Para tanto, foram elaborados as letras, os caracteres e números.



Figura 5 . Tipografia Slab Szans – Letras, números e caracteres.



Figura 6. Tipografia Slab Szans – camadas (layers).

Pedimos para 7 (sete) alunos estudantes de Design da Universidade Estadual Paulista “Júlio Mesquita Filho” elaborarem um cartaz com essa tipografia que, por ainda estar em processo, foi fornecida em arquivos de vetor. A proposta era elaborar um cartaz all-type com alguma liberdade (poderia conter ilustrações e formas desde que o foco fosse a tipografia) com frases da música “Mudaram as Estações” da banda brasileira Legião Urbana. Também foi fornecido um pequeno “Manual de uso” para que entendessem como era essa tipografia e como poderiam utilizá-la. Segue abaixo o manual e proposta de cartaz:

TYPOGRAPHY

Produza um **CARTAZ TIPOGRÁFICO** com a *tipografia da Mari!* (Ela ainda não possui Nome!)
Esta tipografia é em camadas! Ela pode ser usada de várias maneiras:

A A A A A
iterra outline, outline e 3D outline e 3D outline e iterra outline

Os arquivos enviados estão organizados da seguinte maneira: Cada “camada” está em uma *layer* no arquivo do *Illustrator*; por estas camadas, *ativando e desativando a visualização*, você pode combinar da forma que desejar. Além disso, pode mudar o tamanho e as **CORES** como quiser.
DICA: Quando aumentar o *stroke* da tipo, aumente o mesmo número do efeito **3D** dela para que, assim, o encaixe seja perfeito!

O DESAFIO É: Faça um cartaz tipográfico *alltype* - TAMANHO **A3**, RESOLUÇÃO DE **300 DPI** - com uma palavra, frase, estrofe (ou até a letra inteira) da música **“Mudaram as estações”**. É permitido usar fotos, ilustrações, texturas, formas geométricas (quadrados, círculos) desde que o foco seja a **TIPOGRAFIA**.

Mudaram as estações, nada mudou
 Mais eu sei que alguma coisa aconteceu,
 Tá tudo assim, tão diferente.
 Se lembra quando a gente chegou um dia acreditar
 Que tudo era pra sempre, sem saber,
 Que o pra sempre, sempre acaba
 Mais nada vai conseguir mudar o que ficou
 Quando penso em alguém, só penso em você
 E aí então, estamos bem

Mesmo com tantos motivos pra deixar tudo como está
 Nem desistir nem tentar agora tanto faz
 Estamos indo de volta pra casa

Legião Urbana

DATA DE ENTREGA: 11 DE JULHO
Obrigada pela colaboração **SEUSLINDOS!**
 Divirtam-se!

[MARI]

Figura 7. Proposta do cartaz tipográfico.

Esperávamos resultados inusitados do uso da tipografia uma vez que ela proporciona aplicações diversas. Além disso, poderíamos avaliar as dificuldades que podem existir ao aplicá-la, no intuito de aprimorá-la.

Um dos resultados mais interessantes foi desenvolvido pela aluna Daniela Nóbrega de Souza, 5º período da turma de Design Gráfico do período diurno:



Figura 8 . Cartaz da aluna Daniela Nóbrega de Souza

Este cartaz utilizou muitas das possibilidades que a Slab Szans pode oferecer; cada palavra foi elaborada de forma a trazer o conceito do seu significado. Por exemplo, a palavra 'NADA' foi feita para remeter ao seu conceito de vazio, já a palavra 'diferente' foi elaborada com todas as camadas disponíveis, assim ficou realmente diferenciada.

Outra possibilidade de cartaz elaborada foi a do aluno Caio Henrique do Rosário do 5º período da turma de Design Gráfico do período noturno:



Figura 9 . Cartaz all-type do aluno Caio Henrique do Rosário

O aluno utilizou a forma do 'recheio' da tipografia Slab Szans de uma forma inusitada, pois ela foi elaborada para uso apenas de seu outline, e essa possibilidade de usar o preenchimento da parte de cima com cores na linha e no preenchimento foi encontrada pelo aluno.



Figura 10 . Cartaz all-type do aluno Victor Fernandes Lira.



Figura 11 . Cartaz all-type do aluno Renan Rabay Rodrigues

O aluno Victor Fernandes Lira 5º período da turma de Design Gráfico do período noturno produziu o cartaz abaixo: O aluno utilizou de tons de cinza para dar significado ao seu cartaz. Então, a palavra 'acaba' é um cinza escuro com a intensão de dificultar a leitura, para dar um ideia de final, estar se fundindo com o fundo.

Já o aluno Renan Rabay Rodrigues do 3º período da turma de Design do período noturno utilizou de cores diferentes: um rosa no parte que dá efeito de 3D da tipografia e um verde-água no outline da tipo. Além disso, também utilizou das camadas que dar o real significado nas palavras (por exemplo, a palavra 'nada' é feita apenas com a camada de traços, parecendo apenas uma sombra)

É interessante perceber como a participação dos alunos na produção do cartaz all-type os tornam coautores da tipografia Slab Szans. Cada um teve a oportunidade de combinar e recombina as camadas de maneiras diversas; dessa forma a individualidade de cada um foi inserida na produção da tipografia de acordo com o seus estilos.

Cada indivíduo tem um mundo interno diferente, formado pelas experiências de vida e referencias que acumulam de acordo com um tempo. Assim, cada qual cria e recria seus objetos de acordo com este mundo, resignificando-os/ dando diferentes significados a eles.

Então, a possibilidade de coautor fornecida por uma tipografia em camadas faz com que o usuário consiga também traduzir seu mundo na forma como utiliza a tipografia, e gera significados de acordo com seus desejos e necessidades.

CONSIDERAÇÕES

O estudo realizado aborda uma nova tendência tipográfica a qual chamamos nesta pesquisa de tipografia customizável, cuja produção e uso envolvem camadas (layers) que se sobrepõem ou se separam de acordo com o que o usuário necessita e/ou deseja.

Os principais objetivos são o estudo desse novo estilo tipográfico, a influência do design customizável na sua produção e evolução. Além disso, uma tipografia customizável foi produzida nos mesmos moldes das analisadas, buscando aprofundar o entendimento sobre os aspectos de interação do produto criado com o usuário e/ou criador, além de suas possíveis aplicações.

Com este estudo, buscou-se observar uma proposta de um design mais aberto, atendo-se ao fato da interatividade que a tipografia pode ter com o usuário e as possibilidades que se abrem a partir de um conjunto de opções previamente fornecidas que podem ser organizadas de distintas maneiras. Também, pretende-se enfatizar o design que vai na direção contrária à produção em massa uma vez que permite que o designer transmita valores mais autorais.

A indústria torna o produto centrado na funcionalidade, aplicação, facilidade de uso e viabilidade de produção da peça a ser elaborada. Com isso, o designer, seguindo esses aspectos impostos pela indústria, cercea-se na sua criação e produção. Dessa maneira, temos um cenário em que o criador limita seu processo criativo e o usuário, como consequência, vê restringida suas possibilidades criativas.

O estudo e análise realizados sobre a tipografia customizada, a qual envolvem camadas ou layers que aparece como uma tendência cada vez maior no design contemporâneo, é um tema interessante de ser estudado por sua inovação, e também pela contribuição que acrescenta à cultura tipográfica.

A produção dessa tipografia foi pensada de uma forma mais complexa e, talvez, mais completa comparada às tipografias não customizáveis. Isso não vem a diminuir a importância das demais fontes ou reduzir seu prestígio no campo da Tipografia. Apenas percebe-se que, na sua produção, conceitos diferentes são utilizados e considerados. Alguns exemplos podem ser a interação da tipografia customizável com seu criador e/ou usuário, a capacidade de se adequar às necessidades e/ou desejos, abrangência de um design aberto preocupado não com a produção da indústria mas com os valores passados com o produto final.

O processo de criação e utilização de uma tipografia como esta, a qual é objeto de estudo dessa pesquisa, não é bem conhecida e/ou elaborada para a maior parte do público interessado em design gráfico customizável e/ou tipografia. O motivo para tal alienação é apenas pelo fato de ser um estilo muito novo e pouco estudado. Por isso esta pesquisa é tão interessante. Ao investigar sobre esses novos aspectos e conceitos tipográficos abrir-se-á portas para maior visibilidade e entendimento sobre o assunto.

REFERÊNCIAS

- Butchko, Mark (2011, 10 de Maio). Idler Typeface Design: A New All Caps, Modular Typeface Family. Recuperado em 2 de maio, 2013, em <http://www.behance.net/gallery/Idler-Font-Design/1385687>
- Clair, Kate & Busic-Snyder, Cynthia, 2009. Manual de tipografia: a história, as técnicas e a arte. Porto Alegre: Bookman.
- Da Silveira, T.C.L. & Dos Santos, F.A.N.V. (2011). Relações entre a Customização em massa e o design de produtos industriais. Revista Eletrônica Sistemas & Gestão. Volume: 6, Número: 4, Ano: 2, pp 414-430. Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC), Departamento de Design, Florianópolis, SC, Brasil.
- Garfield, Simon. 2012. Esse é meu tipo: um livro sobre fontes (Cid Knipel, trad. Luiz Fernando Gerhardt, revisão técnica.). Rio de Janeiro: Zahar.
- Guilgen, C.A., Ferro, G.S. & Pelegrini, A.V. Modularização e customização de produtos de consumo: possibilidade de aplicação na indústria de jóias.
- Norman, Donald A., 2008. Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia. (Ana Deiró, trad.). Rio de Janeiro: Rocco.
- Samara, Timothy, 2011. Guia de tipografia: manual prático para o uso de tipos no design gráfico. (Priscila Lena Farias, trad.). Porto Alegre: Bookman.
- Zaech, Juri (2012, 05 Março). Frontage Typeface +freefont. Recuperado em 2 de maio, 2013, em <http://www.behance.net/gallery/Frontage-Typeface-freefont/3292158>

LAS LECCIONES DEL PLOMO

Oriol Moret Viñals {UB}

oriolmoret@ub.edu

RESUMEN

Esta comunicación pretende recorrer los quince años (1998-2013) de una asignatura de tipografía en plomo en un centro de enseñanza universitaria. Se remarca la condición de asignatura universitaria porque esto la distingue de otras opciones del entorno educativo: varias facultades de arte y diseño disponen de taller de tipografía, pero no ofrecen una asignatura específica, por propio derecho, que se articule a su alrededor; varias escuelas de artes y oficios pueden ofrecer una asignatura de taller de tipografía, pero su posición oficial no es la universidad. La distinción se menciona, sin ínfulas, para encuadrar el espacio de acción en que se concibió y desarrolló su propuesta docente.

La propuesta docente se trazó con criterios doblemente disciplinares, de tipografía y de diseño. En la disciplina tipográfica, la tipografía en plomo constituye un referente indiscutible —conceptual, metodológico e instrumental— cuya aplicación revierte en el progreso de aquélla. Para la disciplina del diseño —aquí, itinerario curricular— todo progreso en la tipografía supone un beneficio propio. Al reconocer la tipografía en plomo bajo estos términos, se adivina que su implantación establece una vía alternativa que difiere de los modelos de enseñanza habituales: por un lado, ignora y supera la circunstancia de «técnica artística» a la que con frecuencia se reduce en la educación superior; por otro, asimila y reevalúa las prácticas de oficio como pósito de referencia. En otras palabras, se reclama el valor del oficio tipográfico en la educación disciplinar, para elevarlo a la categoría de conocimiento, en contraste con la intervención ocasional de los diseñadores-artistas, sin la pretensión absurda de formar cajistas. Al fin, la apuesta desatiende la veleidat y la nostalgia por igual.

Con este telón de fondo, se presentará el encaje de la asignatura en los distintos planes de estudio que se han sucedido a lo largo de los años. El examen permitirá revisar los conceptos enunciados y los ejercicios asociados que se han llevado a cabo para argumentar el sentido que la tipografía en plomo aporta a la disciplina tipográfica en la actualidad —o bien, cuáles son sus lecciones, a las que la disciplina del diseño aún debe continuar escuchando.

Temas / Ensino, história e crítica de tipografia

Palabras clave / Enseñanza de la tipografía, Tipografía en plomo, Composición tipográfica, Blancos tipográficos, Tipometría

CONTEXTO

ORÍGENES

Hacia 1988, el Departamento de Estructura de la Imagen y del Entorno de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Barcelona adquirió un supercomodín y un chibalete, surtidos de tipos movibles, utensilios y accesorios de composición e impresión —componedores, pinzas, lineómetros, galeras, tintas y rodillos— y una prensa planocilíndrica de sacar pruebas. El equipo se emplazó en un aula amplia, polivalente, para uso ocasional de las asignaturas de Tecnología. Al cabo de dos o tres años, coincidiendo con cambios y problemas internos, el material se trasladó a un almacén.

Años después, en 1997, el refundado Departamento de Diseño e Imagen recuperó aquel material, más otro del Servicio de Publicaciones de la universidad que había en el mismo almacén, y recibió la cesión de más material procedente de la Fundación Tipográfica Neufville (-Bauer). En resumen, parecía posible imaginar un pequeño taller de tipografía en plomo: se ocupó una modesta aula y se empezó a ordenar el material. El taller se compuso lo suficiente como para que, a fines de curso, los alumnos ayudaran en la limpieza y pudieran trabajar en él —con un par de ejercicios de las asignaturas de Tecnología.

TALLER, ASIGNATURAS, PLANES DE ESTUDIOS

Al curso siguiente, 1998-99, se ofreció por primera vez la asignatura Taller de Tipografía. Su inclusión en el plan de estudios respondía a una apuesta firme por impulsar la disciplina tipográfica en sus diversas facetas, que complementaban varias asignaturas del itinerario curricular de Diseño. En tal espacio docente, se reclamaba el valor del oficio tipográfico en la educación disciplinar, para elevarlo a la categoría de conocimiento, en contraste con la intervención ocasional de los diseñadores-artistas, sin la pretensión absurda de formar cajistas.

Con semejante carácter se desarrolló la asignatura dentro de los planes de estudios (1996, 2001) hasta que dejó de impartirse, bajo este nombre, en el curso 2012-13. En estos quince años, el taller se amplió y reubicó en dos ocasiones (2002, 2012), colaborando —y asistiendo— con seminarios y asignaturas de todos los ciclos. A pesar de los cambios y adaptaciones al nuevo grado de Diseño (2010), su orientación mantiene aquellos principios.

TALLER DE TIPOGRAFÍA: EL PROGRAMA RECOMPUESTO

A nadie sorprenderá que la asignatura Taller de Tipografía, de todos los espacios docentes que han contado con el taller, sea la que mejor retenga su espíritu y responda al carácter disciplinar referido con anterioridad. Por este motivo se la distingue ahora y se propone recorrerla a través de sus sesiones y lecciones. Cabe decir que lo que sigue es una síntesis o compromiso de los distintos programas que se han desarrollado a lo largo de los años. En líneas parecidas de compromiso, las sesiones se introducen por medio de tablas esquemáticas.

Dígase en fin que Taller de Tipografía fue una asignatura optativa del itinerario curricular de Diseño, cursable por todo y cualquier alumno de la facultad, de 60 horas presenciales distribuidas en quince sesiones de cuatro horas. Por motivos de espacio y material, se fijó la cifra de alumnos (numerus clausus) en dieciocho.

SESIÓN 1

Introducción a la tipografía /1: técnica y producción

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Presentación de la asignatura. Definiciones de «Tipografía». La técnica tipográfica. Producción tipográfica.	Composición de un molde simple. Impresión y distribución del molde.	1 Composición de un molde simple. 9 Pre-enunciado del trabajo monográfico.	Advertir la especificidad del material tipográfico. Conocer los principios de la impresión tipográfica.	Corrección en la composición tipográfica: justificación del molde (solidez). Cuidado en el trato del material.

En la presentación se exponían los detalles de funcionamiento y dinámica del curso, junto con los requisitos de acceso y normas de uso del taller. Y se subrayaba que la asignatura respondía verdaderamente a su nombre, que la tipografía se abordaba aquí desde parámetros parecidos a los tradicionales de taller: que, de modo algo grosero, aquí nos ensuciábamos las manos para repensar la tipografía.

Se recuperaba la dimensión técnica originaria: antes que «tipografía», «imprenta», arte mecánica. Después, el apunte etimológico: tipografía es escritura con moldes. La noción fundamental de la tipografía es el molde, que invierte la concepción de la letra: el punzonista proyecta letras a partir del contrapuzón, ya no del grafismo; el cajista deja de escribir para componer y, en esta acción, dispone letras invertidas de pies a cabeza y se limita a jugar con el espacio vacío, los blancos, que, ahora, existen, son materia sólida. El molde remite a los límites de lo físico: mide, ocupa, pesa y se maneja —en cantidad finita.

Luego se presenta el material, utillaje y nomenclatura con que los alumnos deberán familiarizarse durante el curso. El repaso es rápido y denso, sin pretender que el alumno retenga toda la información en que se lo sumerge. Lo que sí debe asimilar es que en un taller las cosas tienen sus nombres, sirven a unos usos y deben estar en su sitio.

El ejercicio asociado es simple (absorber lo especular y justificar un molde), avance de sesiones posteriores: los alumnos, distribuidos en grupos, componen su propio nombre con tipos grandes de resina en un molde que se imprime en una forma conjunta (Figura 1).



Figura 1. Ejercicio 1 (fragmento, 2010-11).

SESIÓN 2

Introducción a la tipografía /2: grafismo tipográfico

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
La aproximación formal a la tipografía. Nociones generales de las formas tipográficas: Grafismo, Contragrafismo; Estilo, Alfabeto, Familia. Evolución de las formas tipográficas.	Distribución y limpieza de una caja de tipos. Recuento de tipos. Recopilación de notas sobre los tipos (características,...).	2 Distribución y limpieza de una caja de tipos. 3.1; 3.2 Notas preparatorias para la Hoja de muestra.	Concienciar del trato correcto del material. Examinar el material con rigor.	Corrección en la identificación y distribución de los tipos. Cuidado en el trato del material.

La segunda sesión remueve el esquema de la primera: la intervención teórica debería parecer más familiar y sabia por parte de los alumnos. La intención niveladora se amplía con aspectos menos conocidos (la identificación de las formas en la tipografía en plomo), que se practican en el ejercicio asociado. Éste reformula la lección inicial de buena parte de manuales de imprenta —aprender de memoria la distribución de la caja tipográfica— bajo criterios de orden: cada alumno vacía una caja para limpiarla en todos sentidos, para sanearla y librarla del pastel tipográfico en que la han dejado sus compañeros del curso anterior. Una simple muestra de respeto y consideración hacia el material de trabajo (Figura 2).



Figura 2. Ejercicio 2 (2004-05).

SESIÓN 3

Orden tipográfico /1: Material y soporte

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Ordenación, clasificación y regulación del material tipográfico: Póliza, Muestra, Caja. Esquemas reguladores del soporte: Formato, Modulación.	Notas para el diseño y composición de un molde de muestra de tipos. Ejercicios de modulación simple del formato.	3 Enunciado del ejercicio Hoja de muestra. 4 Modulación simple del formato.	Comprender el valor del módulo en la organización del soporte.	Comprensión y experimentación de las posibilidades modulares.

La raíz física de la tipografía obliga a desarrollar recursos de organización propios. Como ejemplo, se expone la evolución de la póliza (regulación de la producción), la muestra (reclamo comercial) y la caja tipográfica (distribución operativa). El repaso sirve para centrar el ejercicio asociado, que ampliará el catálogo del taller: una hoja de muestra que especifique las existencias del alfabeto tipográfico que empezaron a ordenar en la sesión anterior. Considerando el sentido de regulación en el soporte, se refieren los formatos y trazados armónicos básicos; se practican aplicando dobleces a papeles; se expone el valor del módulo en la conformación del soporte, previa su composición gráfica —que se debate en la siguiente sesión.

La composición tipográfica /3: Composición especial

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Introducción general a la composición especial: Tabla, Índice, Ornamentación.	Entrega Ejercicio 6.2. Recopilación y análisis de ejemplos de composición especial. Composición de un molde complejo. Variaciones.	6.3 Composición especial.	Ejercitar el conocimiento tipométrico.	Conocimiento tipométrico. Experimentación. Corrección del molde (destreza).

Las tres sesiones pretenden ofrecer una panorámica general de las clases de composición tipográfica. Éstas se pueden reducir a dos —la seguida u ordinaria y la especial—, pero aquí se dedica una sesión específica a la composición de títulos, como tránsito ejemplar entre ambas.

La exposición y análisis de ejemplos reales permite determinar los elementos y criterios para la composición correcta en cada caso. El alumno reconoce la premisa enunciada desde la primera sesión: que la composición tipográfica es básicamente una cuestión de comprender los blancos y jugar con ellos; o bien, que los grafismos le vienen dados, encapsulados en tipos movibles, y no puede modificarlos —sólo puede intervenir llenando el espacio con blancos tipográficos.

Para la composición seguida, basta un texto corto de unas cinco líneas en cuerpo no superior al 12. La escueta indicación conlleva elegir y concertar las variables: el cuerpo, la forma gráfica, la interlínea, la medida. Sin duda esta última es la más significativa, ya que subordina los otros elementos al particular sentido de justeza y justicia tipográfica: la solidez física del molde debe garantizarse por encima y antes que cualquier consideración perceptiva o estética. Sin embargo, el ejercicio también atiende, lógicamente, a estos criterios y, así, debe cumplir los principios ortotipográficos habituales.

La composición de títulos se realiza con caracteres de caja alta de cuerpos grandes, del 24 o mayores. Con mayor refinamiento que en el ejercicio anterior, aquí se aprecia la prosa de los caracteres particulares según sus arquetipos formales —ortogonal, oblicuo, circular, o cualquier combinación de ellos— y se proponen las acciones de corrección. Hacer la prosa es ahora tomar como guía el par de letras con más blanco entre sí para equilibrar el resto —con lo que surge otro sentido de justicia: el espaciado no debe ser irregular, ni excesivo, sino justo.

De entre las subclases de composición especial, se elige la más extrema: un ornamento compuesto por caracteres alfabéticos. Los arquetipos formales reaparecen en clave distinta al ejercicio anterior: las letras son simples formas insignificantes que deben integrarse en un conjunto gráfico particular. Se propone el modelo superficial (baldosa) ante el lineal (friso) por motivos de riqueza combinatoria: la composición debe reflejar el hábil manejo modular, como progreso y superación del ejercicio realizado en la cuarta sesión, según un esquema métrico previo que articule las piezas en estructuras controladas para su cómodo encaje (Figura 4).

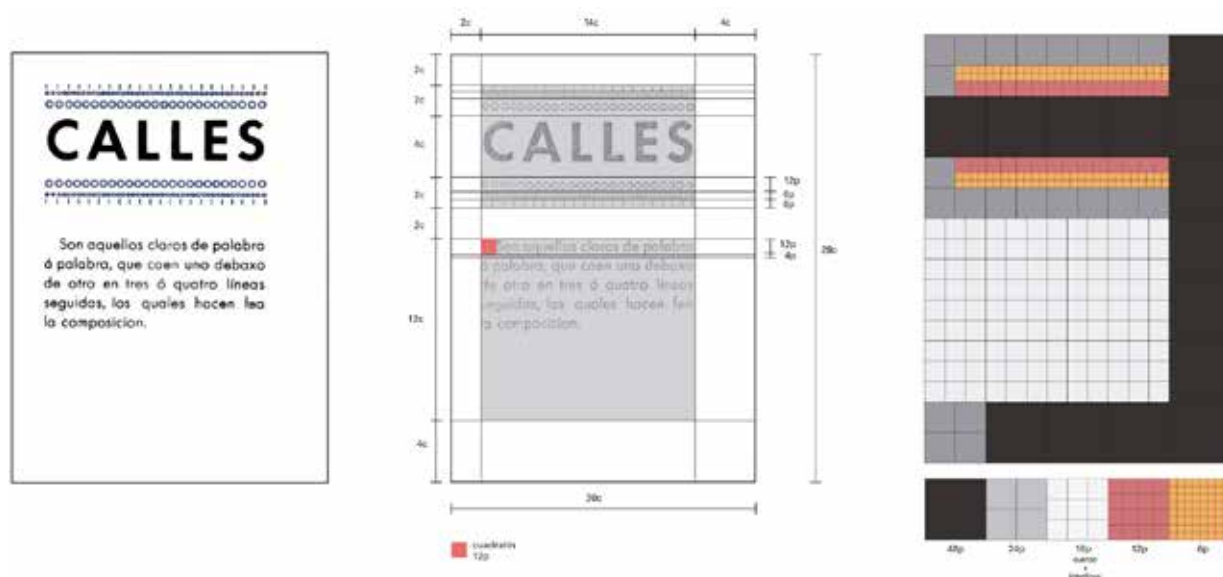


Figura 4 . Ejercicio 6 (Arnau Estela - Eduardo Torres, 2012-13).



Figura 5. Ejercicio 6 (grupo clase, 2012-13).

SESIÓN 8

Composición e Impresión /1: Molde-Contramolde, Registro

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Molde y Contramolde. Registro.	Confección del molde completo (molde y contramolde) de la Hoja de muestra. Impresión de pruebas. Corrección.	3 Hoja de muestra (3.4; 3.5).	Valorar las medidas precisas.	Adecuación al planteamiento inicial. Corrección de las especificaciones técnicas y de composición del molde.

Asimilado ya que todo molde tipográfico debe estar bajo control métrico estricto, y que esto resulta, por lo general, en usar el mínimo número de piezas para obtener el máximo rendimiento, se plantea la impresión de un molde a dos tintas. Con excepción de casos poco ortodoxos, cada tinta requiere un molde. Así, el molde compuesto debe recomponerse en dos: molde (el que acostumbra a tener más texto, tradicionalmente en negro y se tira primero) y contramolde (generalmente limitado a unas pocas letras en color, que se imprime en segunda instancia) —a cuyos efectos la métrica y los blancos vuelven a ser primordiales, para extraer piezas y rellenar vacíos según se requiera.

Los ejercicios de combinación modular de piezas (sesiones 4 y 7) resuenan aquí de otro modo, puesto que la combinatoria se traslada al conjunto del molde: molde y contramolde se imprimen a dos tiempos y deben complementarse, deben casar entre sí en el impreso final —para lo cual se precisa del registro: la referencia espacial en la prensa que resitúa el punto de origen de la composición, en el componedor o el ángulo de la galera.



Figura 6. Ejercicio 3 (Zoel Forniés – Raquel García, 2003-04).

SESIÓN 9

Composición e Impresión /2: Imposición y Modelos de producción

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Imposición: Pliegos; Casados; Blanco y Retiración. Modelos de producción.	Impresión del molde de la Hoja de muestra. Distribución del molde de la Hoja de muestra.	3 Hoja de muestra (3.6; 3.7).	Considerar la planificación en los proyectos tipográficos.	Adecuación al planteamiento inicial. Corrección de las especificaciones técnicas y de composición del molde.

La artificialidad de la escritura tipográfica se recupera ahora para advertir al alumnado la necesidad de planificar su trabajo durante las últimas sesiones del curso. Así, se ilustran ejemplos prácticos de fragmentación del curso lineal: la imposición de formas en máquina para imprimir un pliego a doble cara (blanco y retiración); o la distribución de tareas de composición entre distintos integrantes de un grupo (el alcance, por ejemplo) pretenden concienciar de la dimensión proyectual del ejercicio y alentar la previsión de acciones.

SESIÓN 10

Composición e Impresión /3: Papel y Tinta

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Papel: Clases y propiedades. Tinta: Previsión de resultados cromáticos. Cálculo de papel.	Impresión del contramolde de la Hoja de muestra. Distribución del contramolde de la Hoja de muestra.	3 Hoja de muestra (3.8; 3.9).	Seleccionar el material según criterios óptimos. Considerar la planificación en los proyectos tipográficos.	Adecuación al planteamiento inicial. Corrección de las especificaciones técnicas y de composición del molde.

Se proporcionan informaciones prácticas sobre soportes y tintas para la ejecución del trabajo monográfico. Para éste, se remarca que lo más laborioso es la composición de los moldes, y su preparación y arreglo en prensa; la impresión en sí, aunque no esté libre de accidentes, es una operación casi mecánica —y que, entonces, conviene hacer un tiraje razonable que «compense» el tiempo invertido. Igualmente, se anima a la experimentación o variación en los resultados: los simples cambios de soporte, las alternancias cromáticas de molde y contramolde, o las sobreimpresiones de tintas en un mismo tiraje pueden ser recursos de interés que maten y aviven la noción industrial de serie.

SESIONES 11-15

Monográfico /1-5

Contenidos	Actividades	Ejercicio	Objetivos	Evaluación
Debate y Corrección de los proyectos propuestos. Manipulados: Encuadernación, Desplegables, Estuches...	[Entrega Ejercicio 3.] * Elaboración de un impreso que reúna los contenidos impartidos durante el curso. Recopilación de información. Lecturas y Análisis. Composición, impresión, y distribución de moldes.	7 Tema monográfico.	Articular distintos contenidos en un ejercicio proyectual.	Fundamentación conceptual. Capacidad de análisis y síntesis. Coherencia proyectual. Conocimiento técnico. Experimentación.

Tras una breve sesión sobre manipulados, se aborda el trabajo monográfico, concebido como síntesis de los conocimientos impartidos y adquiridos durante el curso. Los alumnos han dispuesto de diez semanas para elegir el tema, recopilar suficiente información asociada y debatirlo en tutorías con el profesor para acotar la propuesta.

Se daba opción a cuatro temas genéricos: tipografía, juego, mapa, narrativa. Las propuestas podían centrarse en un tema o más, o en todos ellos —en el fondo, se partía de la idea que los cuatro estaban enlazados y se podían contar en distinto grado según el punto de vista priorizado: la tipografía podía ser un juego en que los textos quedaban cartografiados; o los mapas podían contar historias mediante juegos de letras según ejes tipográficos... Por ejemplo (Figuras 7-11). Ésta era la intención: trazar relaciones entre temas y disciplinas con la tipografía en plomo como nexo —como si, al valorar «lo otro» desde el filtro cuadrado de la tipografía de taller, apareciera lo más característico y esencial de ésta o, al fin, lo más valioso para integrarse en la disciplina actualizada de la tipografía y del diseño.

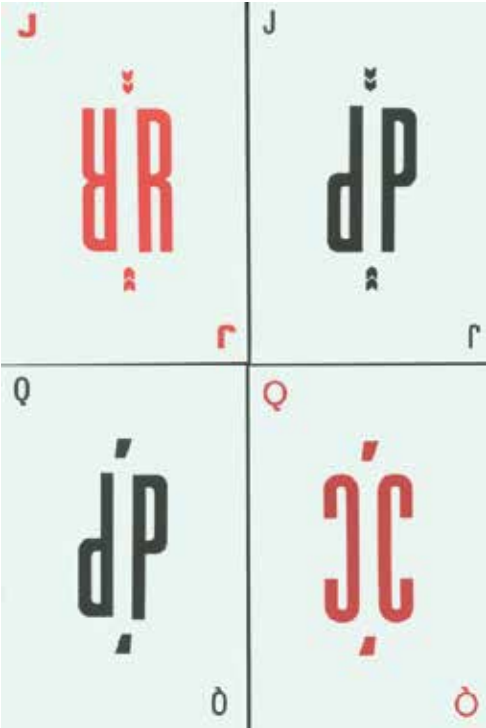


Figura 7 . Ejercicio 7: Juego de naipes (Cecilia Bonnefon – Toni López, 1999-2000).

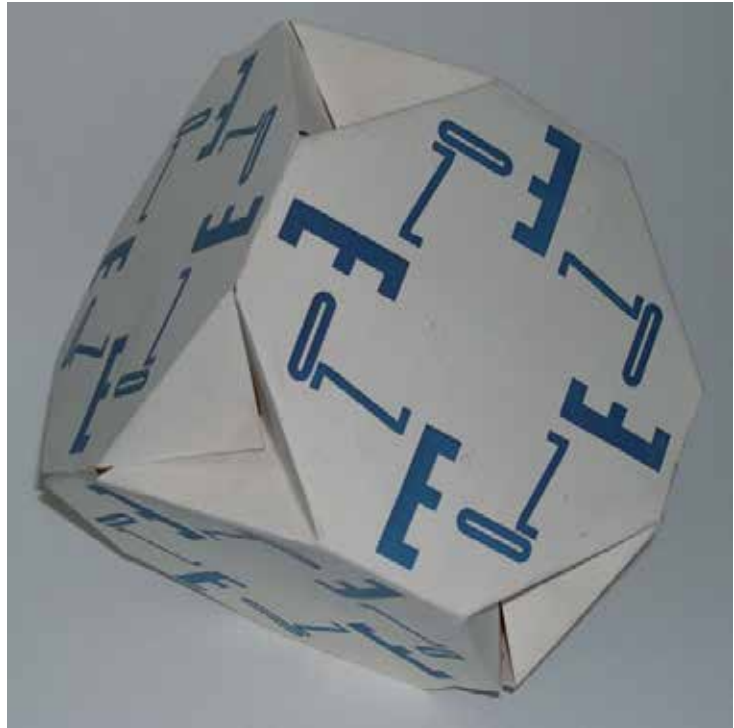


Figura 8 . Ejercicio 7: Estructuras modulares (Georgina Alcàcer – Patricia Blanco – Ana M^a Díaz, 2001-02).



Figura 9 . Ejercicio 7: «Yo» (Joana Mendes, 2004-05).



Figura 10 . Ejercicio 7: Cuento de Folio (Mar Borrajo – Nonna Targa – Carolina Varela, 2005-06).



Figura 11 . Ejercicio 7: Papel moneda de república imaginaria (Àngel Garau – Joan Miquel Porquer, 2012-13).

ARGUMENTOS FINALES

Lo más aparente de la tipografía en plomo es su condición material, que le acusa el carácter de patrimonio. Su conservación e impulso en este entorno docente pasa por incorporar aquel instrumental y utillaje, con sus propios métodos, en la secuencia de proyecto. Es entonces cuando se activan los saberes de la disciplina más básica del taller —manejar las piezas con tacto, articular y proporcionar los moldes con corrección, nombrar las cosas por su nombre— y es entonces cuando se pueden desactivar las rutinas productivas, ya irrelevantes, para trasvasar aquellos saberes como pósito de conocimiento. Eso se quiere creer.



Figura 12 . Taller de tipografía.

Referencias

Sesión 1

- Capetti, F. (1975). *Técnicas de impresión*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 Martín, E. (1980). *La composición en artes gráficas*. Vol. 1 (8ª ed. rev. y aum.). Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 Martín, E. (1987). *La composición en artes gráficas*. Vol. 2 (7ª ed. rev. y aum.). Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 Martín, E.; Tapiz, L. (Ed.) (1981). *Diccionario Enciclopédico de las Artes e Industrias Gráficas*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 McLean, R. (1980). *The Thames and Hudson Manual of Typography*. London: Thames and Hudson.
 Swann, C. (1980). *Techniques of Typography*. London: Lund Humphries.

Sesión 2

- Bringhurst, R. (1992). *The Elements of Typographic Style*. Point Roberts; Vancouver: Hartley & Marks.
 Fabris, S.; Germani, R. (1967). *Disegno di lettere*. Torino: Società Editrice Internazionale.
 Germani, R.; Fabris, S. (1975). *Los blancos o contragrafismos en el impreso*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 Germani, R.; Fabris, S. (1975). *Origen y conocimiento de los caracteres*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 Gerstner, K. (2003). *Compendio para alfabetos*. Barcelona, Gustavo Gili.
 Lawson, A. (1992). *Anatomy of a Typeface*. London: Hamish Hamilton.
 Ruder, E. (1983). *Manual de diseño tipográfico*. Barcelona: Gustavo Gili.
 Rüegg, R.; Fröhlich, G. (1972). *Typografische Grundlagen: Handbuch für Technik und Gestaltung / Bases Typographiques: Manuel pour technique et conception / Basic Typography: Handbook of technique and design*. Zürich: ABC.
 Rüegg, R. (1989). *Basic Typography: Design with Letters / Typografische Grundlagen: Gestaltung mit Schrift*. Zürich: ABC.
 Spiekermann, E.; Ginger, E. M. (1993). *Stop Stealing Sheep & find out how type works*. Mountain View, California: Adobe Press.
 Tracy, W. (1986). *Letters of credit. A view of type design*. London: Gordon Fraser.
 Tracy, W. (1988). *The typographic scene*. London: Gordon Fraser.
 Tubaro, A.; Tubaro, I. (1994). *Tipografía. Estudios e investigaciones*. Milano: Universidad de Palermo – Librería Técnica CP67.

Sesión 3

- Germani, R.; Fabris, S. (1973). *Fundamentos del proyecto gráfico*. Barcelona: Ediciones Don Bosco.
 Ghyka, M. C. (1978). *El número de oro*. Barcelona: Poseidon.
 Ghyka, M. C. (1983). *Estética de las proporciones en la naturaleza y en las artes*. Barcelona: Poseidon.
 Le Corbusier. (1980). *El Modulor y Modulor 2*. Barcelona: Poseidon.
 Müller-Brockmann, J. (1982). *Sistemas de retículas*. Barcelona: Gustavo Gili.
 Tschichold, J. (1991). *The Form of the Book. Essays on the Morality of Good Design*. Point Roberts – Vancouver: Hartley & Marks.
 West, S. (1991). *Cuestión de estilo. Los enfoques tradicional y moderno en maquetación y tipografía*. Madrid: ACK Publish.

Sesión 4

- Boag, A. (1996). *Type measurement: a chronology*. *Typography Papers* 1.
 Crosby, A. W. (1988). *La medida de la realidad. La cuantificación y la sociedad occidental, 1250-1600*. Barcelona: Crítica.
 Kula, W. (1980). *Las medidas y los hombres*. Madrid: Siglo XXI.
 Tormo Freixas, E. (1973). *Un tema candente. La ilegalidad del cícero*. Barcelona: Gremi d'Indústries Gràfiques.

Sesiones 5-7

- Binns, B. (1989). *Better type*. New York: Watson-Guptill.
 Dowding, G. (1995). *Finer Points in the Spacing & Arrangement of Type*. Point Roberts – Vancouver: Hartley & Marks. (revised edition)

Sesiones 8-10

- Gaskell, P. (1999). *Nueva introducción a la bibliografía material*. Gijón: Trea.

Sesiones 11-15

- Cavallo, G.; Chartier, R. (Ed.). (1998). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Santillana, Taurus.
 Drucker, J. (1995). *The Alphabetic Labyrinth. The Letters in History and Imagination*. London: Thames and Hudson.
 Elam, K. (1990). *Expressive Typography. The Word as Image*. New York: Van Nostrand Reinhold.
 Frutiger, A. (1989). *Signs and symbols. Their design and meaning*. London: Studio Editions.
 Gombrich, E. (1980). *El sentido de orden*. Barcelona: Gustavo Gili.
 Haley, A. (1995). *Alphabet. The History, Evolution and Design of the Letters We Use Today*. London: Thames and Hudson.
 Hobart, M. E.; Schiffman, Z. S. (1998). *Information Ages. Literacy, Numeracy, and the Computer Revolution*. Baltimore & London: The John Hopkins University Press.
 Ifrah, G. (2001). *Historia universal de las cifras*. Madrid: Espasa.
 Marcolli, A. (1978). *Teoría del campo*. Madrid: Xarait – Alberto Corazón.
 Mumford, L. (1982). *Técnica y civilización*. Madrid: Alianza.
 Rasula, J.; McCaffery, S. (eds.). (1998). *Imagining Language. An Anthology*. Cambridge, Massachusetts & London, England: The MIT Press.
 Salvador, G.; Lodaes, J. R. (1996). *Historia de las Letras*. Madrid: Espasa Calpe.
 Serra, M. (2000). *Verbàlia. Jocs de paraules i esforços de l'enginy literari*. Barcelona: Empúries.
 Spencer, H. (ed.). (1987). *The Liberated Page*. London: Lund Humphries.
 Spencer, H. (1990). *Pioneers of Modern Typography*. London: Lund Humphries.
 Swann, C. (1991). *Language & Typography*. London: Lund Humphries.

CONTRIBUIÇÕES PARA DIFUSÃO DO CONHECIMENTO EM TIPOGRAFIA: O EXEMPLO DO PROJETO DESEMBARALHO

Edileno Capistrano Filho {FUNCEB}
edileno.capistrano@gmail.com

Paulo F. de A. Souza {UFBA}
paulosouza@ufba.br

RESUMO

Este artigo apresenta resultados de um projeto de design para um jogo de cartas ilustradas e um livro, com composições de 40 fontes digitais brasileiras, tendo como objetivo a catalogação e a valorização da produção de tipos digitais nacionais, organizados de forma lúdica e diferenciada. O desenvolvimento projetual adota o método de pesquisa qualitativa, envolvendo fases analítica, criativa e executiva. A perspectiva de difusão do conhecimento em tipografia parte de processos comunicacionais derivados do lançamento do projeto no mercado brasileiro, gerando interações entre investigadores, especialistas e público em geral, servindo de referência sobre a produção tipográfica digital brasileira, além de inspirar estudantes e designers a desenvolver suas próprias famílias tipográficas.

Palavras Chave / Jogo de cartas; Design de Tipos digitais; Desembaralho da Tipografia Brasileira; Trabalho de Conclusão de Curso em Design.

ABSTRACT

This article presents some results of a design project involving the development of a book and an illustrated card game covering 40 Brazilian digital typography fonts, working as a catalog and valuing the national production of type fonts. The project adopts the qualitative research method as mainstream for the development of concepts, involving the phases of analysis, creativity and execution itself. The perspective of diffusion of knowledge takes into account communicational processes derived from interactions among researchers, specialists and general audience, working as reference and dashboard for the production of digital type fonts, together with the inspiration for design students and professionals interested in developing their own type fonts.

Keywords / Card game; Digital type design; Descramble of Brazilian Typography.

CONTEXTO DO PROJETO

Visando a conclusão do curso de graduação em design, na Escola de Belas Artes da Universidade Federal da Bahia, em Salvador, Brasil, os futuros designers realizam um exercício projetual baseado no enfrentamento de problemas de alta complexidade, orientados por um ou mais professores da área, na forma de um projeto final de graduação. O objetivo desta atividade é proporcionar ao estudante a experiência de desenvolvimento de um projeto de design considerando todas as demandas e soluções dos problemas identificados, apresentando os resultados finais perante uma banca examinadora, composta por professores e profissionais especialistas na temática escolhida. No âmbito deste artigo, apresenta-se o desenvolvimento projetual realizado por Edileno Capistrano Filho, sob orientação do professor doutor Paulo Fernando de Almeida Souza, envolvendo o projeto de um jogo de cartas ilustradas, intitulado “Desembaralho da Tipografia Brasileira”, contendo 40 fontes digitais brasileiras, tendo como objetivo organizá-las, reverenciando os designers de tipos nacionais, oportunizando a disseminação do tipos digitais nacionais para públicos diversos com uma estética contemporânea e diferenciada, constituindo assim uma criação intelectual. O desenvolvimento projetual adota o método de pesquisa qualitativa, envolvendo fases analítica, criativa e executiva (ARCHER, 1965). Além do jogo de cartas propriamente dito, o projeto culmina com a edição de um livro, com informações adicionais sobre as fontes digitais e seus designers de tipos, diagramados de forma artística. A proposta do termo “Desembaralho”, surge do seu significado estrito, relativo ao ato de desembaraçar, ordenar, classificar, organizar.

A escolha do tema acerca da tipografia brasileira foi feita devido à limitada produção de literatura técnica sobre este assunto, sobretudo no idioma português e, também, pelo destaque e aumento do interesse sobre a produção de tipos digitais nos últimos anos. Percebe-se, por exemplo, um aumento de vendas de fontes digitais brasileiras em sites especializados como o MyFonts, que “nos últimos 2 anos tem alguns tipos nacionais na lista de Starlets, área que registra as maiores vendas dentre os últimos lançamentos” (MARCO, 2008, não paginado). Além disso, há premiações importantes em eventos internacionais de tipografia, a exemplo do International Type Design Contest, que tem premiado diversas tipografias brasileiras, entre elas a Samba, na categoria fontes display, de Tony de Marco e Caio de Marco, e a Beret, na categoria fontes de texto, de Eduardo Omine, demarcando espaço no mercado internacional de comercialização de tipos. Por último, é possível observar o aumento de eventos e publicações sobre o assunto, como por exemplo, o Dingbats Brasil, que esteve em exposição na China, e o Almanaque Tipográfico Brasileiro, de autoria do designer Carlos Horcades.

Assim, o Desembaralho da Tipografia Brasileira tem em sua proposta levar ao conhecimento de pessoas interessadas em tipografia, um conjunto de fontes digitais brasileiras, sobretudo as que tiveram destaque no cenário tipográfico, seja por meio de premiações ou pelo incremento de suas vendas, bem como valorizar o trabalho de seus respectivos designers de tipos em um formato diferenciado. Levando em consideração que há uma lacuna em encontrar no mercado nacional produtos semelhantes, o Desembaralho tem como desafio atender ao interesse do público consumidor de livros e produtos técnicos da área gráfica. O jogo de cartas e o livro são pensados para serem comercializados com acabamento profissional, disponibilizados de forma independente, ou integrados em embalagem única.

De forma ampla, este trabalho visa contribuir para os estudos de tipografia no contexto nacional e internacional, funcionando como um catálogo de orientação prática inicial para estudantes e profissionais que desejem conhecer a produção brasileira de fontes digitais e seus designers representativos, bem como desenvolver suas próprias famílias tipográficas. A perspectiva de difusão do conhecimento prevista para o projeto do Desembaralho segue o princípio comentado por autores como Gouvêa (2000), Moreira e Massarani (2002) e Silva e Carneiro (2006), entendendo este processo como uma prática social centrada em fenômenos comunicacionais que geram interações entre investigadores, especialistas e público em geral, envolvendo espaços formais e não-formais de aprendizagem.

PROCESSO CRIATIVO

Visando embasar o estudo de tipos brasileiros e também os modelos de jogos de carta, por meio de uma iconografia adequada, o projeto partiu de análises de jogos similares que pudessem oferecer uma dinâmica de leitura interessante para construção de um painel semântico que servisse de base para a composição de imagens a partir das famílias tipográficas escolhidas. Assim, para selecionar as fontes digitais brasileiras, desenvolver o layout das cartas, a embalagem e o jogo foi necessário fazer uma coleta diversificada em livros, revistas, artigos, sítios da internet, lojas de jogos, além da busca de projetos de embalagens realizados em madeira, opção principal definida para o Desembaralho. Alguns itens do painel semântico utilizado na coleta e análise sistemática de dados para referência projetual são apresentados na Figura 1.



Figura 1. Seleção de itens do painel semântico utilizado como referência projetual.

O desenvolvimento das cartas foi realizado a partir de mockups em papel-cartão, principalmente para viabilizar o entendimento do jogo e, fundamentalmente, sua jogabilidade. Após analisar alguns jogos e modelos de carta, foram identificadas as informações determinantes para tornar o jogo possível. Cada carta possui o nome da fonte digital e do designer de tipos na extremidade superior esquerda, tendo sido criado um sistema de cores para indicar a categoria correspondente. A Figura 2 apresenta o processo de testes de jogabilidade das cartas, com uso de mockups em papel-cartão.



Figura 2 . Estudo de jogabilidade das cartas.

Para alcançar o modelo desejado foi necessário testar o jogo observando detalhes de uso, tais como o modo de segurar as cartas e o nível de interesse dos jogadores com relação às informações diagramadas. Após análise de jogabilidade, foram definidos três elementos de construção do jogo: cor, nome da fonte digital e do designer/criador. A cor foi aplicada em toda a borda da carta, deixando somente os nomes diagramados em uma posição estratégica, para melhor visualização dessas informações, por exemplo na situação comum de jogo quando é formado um leque das cartas em punho, pelos jogadores.

Visando maior dinâmica de leitura e interesse visual, a composição tipográfica toma quase toda a carta. Foi utilizada na indicação da fonte digital e do designer uma fonte com serifa, de fácil identificação, evitando ser confundida com a fonte diagramada: a família tipográfica Ataxia, do designer paulista Daniel Justi (Figura 3).



Figura 3 . Estudo de composição dos elementos gráficos e textuais das cartas

É importante salientar que existem vários modelos de classificações de famílias tipográficas, desde os mais conhecidos como o de Maximilien Vox, que serve de base para vários outros, tais como o Vox/ATyp1, feita pela ATyp1 (Association Typographique Internationale). No âmbito do Desembaralho, a classificação foi uma proposta original dos autores, baseada em definições de alguns pesquisadores brasileiros em tipografia, mediante as similaridades das características encontradas nas fontes selecionadas.

Assim, o sistema de identificação classificatório dos tipos de fontes seguiu o seguinte padrão cromático:

- Fontes vernaculares: representados pela cor vermelha;
- Fontes para texto: cor azul;
- Dingbats: cor amarela;
- Typofreaks: cor verde.

Conforme comenta o designer de tipos Vinicius Guimarães, as fontes vernaculares são desenvolvidas tendo como referência letreiramentos manuais, independente de técnica e materiais utilizados, produzidos por pessoas não pertencentes ao campo do design oficial. Ou seja, por indivíduos sem formação em escolas de design (o que inclui a produção anterior ao surgimento dessas, caso não faça parte da tradição tipográfica) ou legitimação através de reconhecimento do mercado. Caracterizam-se pelo distanciamento de convenções tipográficas, através principalmente de aspectos históricos e ligados à produção popular, muitas vezes buscando expressar linguagens locais (CAPISTRANO FILHO e SOUZA, 2013).

As fontes para texto, de forma geral, são desenhadas para serem lidas rapidamente e em tamanhos reduzidos, devendo permitir o reconhecimento preciso das palavras através de formas razoavelmente comuns ao leitor, apresentando uma aparência simples e consistente (LOPEZ, 2004, não paginado).

Já os dingbats são fontes e famílias nas quais ilustrações, vinhetas, palavras inteiras ou sinais tomam o lugar das letras (FARIAS e SILVA PIQUEIRA, 2003). Por fim, as fontes typofreaks são fontes do tipo display. O desenho dessas tipografias, normalmente, é mais livre com relação aos padrões clássicos de legibilidade e visa atrair a atenção do leitor. O termo utilizado para essa categoria foi baseado na proposta do curso “typofreaks: tipografia diferente”, de Fabio Lopez, e foi adotado no projeto para diferenciar-se das fontes vernaculares que também são displays. O curso criado em 2008, visava associar a tipografia a outras áreas de criação como o design gráfico, ilustração, fotografia, marketing, artes plásticas, literatura, cinema, música etc.

A seleção das 40 fontes digitais para o Desembaralho foi feita com um recorte da produção tipográfica digital brasileira, levando em consideração a diversidade e, principalmente, o destaque no cenário tipográfico nacional (se premiada em eventos de design ou citada em publicações da área), de modo que fosse possível classificar as fontes em quatro categorias distintas, além de reunir diferentes designers de tipos brasileiros. Além disso, e não menos importante, a utilização da fonte digital no projeto dependeria de uma autorização prévia de seus desenvolvedores. A Tabela 1 apresenta a relação de fontes escolhidas para o desenvolvimento do jogo.

Fontes vernaculares	Fontes para texto	Fontes dingbats	Fontes typofreaks
1 Rial, de Fátima Finizola	Adriane Text, de Marconi Lima	Áglyfeices, de Marcelo Martinez	Capitão Gancho, de Guilherme Mansur
Bonocó, de Fernando PJ	Benedicta, de Elias Bitencourt	Armoribats, de Buggy, Gustavo Gusmão e Matheus Barbosa	Great Circus, de Eduardo Recife
Brasilêro, de Crystian Cruz	Beret, de Eduardo Omine	Capetalismo, de Rafo Castro	Ingrata, de Elvis Henrique Martuchelli
Cabeça, de Vinicius Guimarães	Cruz Sans, de Crystian Cruz	Família Dings, de Rafo Castro	Jana-Thørk, de Ricardo Esteves
Caprichoza, de Pedro Moura	Foco, de Fabio Haag	Flozo, de Gustavo Lassala	Mon-Bijoux, de Billy Argel
Cordel, de Buggy	Houaiss, de Rodolfo Capeto	Guto Lacaz, de Paulo W.	Nova Sans, de Francisco Martins
Faceira, de Pedro Moura	Mello Sans, de Fernando de Mello Vargas	Manguebats, de Buggy, João Bosco Silva, Gustavo Gusmão, Kbokó e Plínio Uchôa Moreira	Pimba, de Gustavo Lassala
Marvada, de Pedro Moura	Nova, de Priscila Farias	Ruraldings, de Priscila Farias	Plastic Pill, de Billy Argel
Seu Juca, de Priscila Farias	Paulisthania, de Luciano Cardinali	Vidas Secas, de Ana Paula Putka	Samba, de Caio de Marco e Tony de Marco
Suburbana, de Fernando PJ	Thanis Text, de Luciano Cardinali	Zabumba, de Fátima Finizola	Verga, de Guilherme Mansur

Tabela 1. Fontes digitais brasileiras selecionadas para o Desembaralho

Para criar a identidade visual do Desembaralho, utilizaram-se as siglas do nome do projeto, dTb - Desembaralho da Tipografia Brasileira, aproveitando a similaridade da forma das letras “d” e “b”, em minúsculas, espelhadas, sugerindo a bandeira do Brasil na base, para fechar a composição. A Fonte para legenda, em português, foi criada tendo como base as fontes Beyond Sky, de Billy Argel, a Nova Sans, de Francisco Martins e a Bauhaus. Para legenda em inglês, a fonte Futurist Fixed-width.

A redução máxima prevista para a marca é de 3 cm (Figura 4).



Figura 4. Identidade visual do Desembaralho.

A medida definitiva da carta adotada para o Desembaralho é 5,7 x 8,9cm, baseado no tamanho tradicional do baralho comum, com cantos arredondados. O tamanho de 12 pts foi usado para diagramar o nome da fonte digital e 7 pts para o nome do designer de tipos, ajustando o cabeçalho sempre que necessário. Para as composições de cada fonte foi necessário investigar a concepção de cada uma delas. Em algumas composições foram produzidas fotografias a partir de aplicações reais, como, por exemplo, a fonte Brasilêro, de Crystian Cruz, cuja imagem foi feita na Feira de São Joaquim, em Salvador. Por fim, foram utilizados recursos de manipulação de imagens capturadas na internet ou digitalizadas, empregadas para ilustrar as famílias tipográficas. A Figura 5 apresenta alguns resultados compositivos das cartas do Desembaralho.



Figura 5. Seleção de composições aplicadas às cartas do Desembaralho.

Após buscar referências de embalagens de baralho, foi desenvolvido o primeiro modelo, realizado em oficina de marcenaria, explorando possibilidades a partir do desenho de caixas com diversos acabamentos, adotando o MDF (Medium Density Fiberboard) como estrutura da embalagem, oferecendo boa resistência a pragas (cupins, fungos e ácaros), estabilidade dimensional a intempéries e estética de acabamento com qualidade satisfatória. A identidade visual do projeto foi aplicada na embalagem por processo serigráfico, com uma luva realizada por meio de impressão digital colorida a laser (Figura 6).



Figura 6 . Embalagem final do Desembaralho.

A jogabilidade sugerida para o Desembaralho segue o modelo intitulado “Sem par”, baseado em um jogo bastante popular do baralho, porém há diversas possibilidades de jogo em função da criatividade de cada um. São utilizados 40 pares de cartas e podem jogar de 4 a 6 participantes. O objetivo do jogo consiste em fazer pares de cartas iguais até acabarem as cartas. O primeiro passo consiste em embaralhar as cartas. Assim, todas as 80 cartas devem ser embaralhadas antes de o jogo começar. O jogo começa retirando uma carta, que não deverá ser revelada até o final. A partir daí, deve-se distribuir as cartas restantes igualmente a todos os jogadores, sendo que um ficará com uma carta a menos.

Na primeira fase do jogo, após receber suas cartas, os participantes devem fazer pares iguais da mesma tipografia com as cartas que receberam, colocando-os na mesa. Assim que todos terminarem, dá-se início à segunda fase do jogo. Nesta etapa cada jogador, um por vez, por rodada e em turnos cíclicos, deverá pegar uma carta do adversário (em sentido horário ou anti-horário), na tentativa de formar pares, até ficar sem cartas na mão e sair do jogo. Aquele jogador que ficar por último, com apenas uma carta em mãos, perde o jogo e a carta retirada no início será igual à que está na mão do perdedor, que ficou “sem par”.

O jogo proposto não elimina outras possibilidades de se jogar com as cartas.

A produção do livro foi realizada em 2013, envolvendo a composição de páginas ilustradas artisticamente a partir da temática proposta por cada tipografia selecionada para o jogo de cartas, trazendo ainda informações sobre a tipografia e seu autor. Visando uma maior abrangência do projeto, o livro foi editado em português e inglês, em encadernação do tipo brochura, costurado, impresso em policromia, em um total de 108 páginas. A comercialização do livro é realizada por meio de divulgação associada a eventos técnico-científicos, em livrarias especializadas no Brasil, e também por meio da divulgação na internet . A figura 7 apresenta uma composição com os livros editados, destacando sua capa.



Figura 7 . Composição com os livros do Desembaralho editados.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar de ser pensado na condição de um jogo de cartas, com jogabilidade própria, os testes de usabilidade do Desembaralho demonstraram várias possibilidades de jogadas, a depender do nível de interesse do público participante. Tendo em vista que cada carta possui uma referência de histórico e concepção de forma da família tipográfica, o projeto do livro se torna uma referência dinâmica de consultas sobre a produção de tipografia e permite grande familiarização com os tipos compostos, o que efetivamente contribui para uma divulgação do trabalho dos designers de tipos brasileiros e, também, permite que estudantes e profissionais de design tenham acesso facilitado ao conhecimento em tipografia. Ademais, diante da premiação recebida pelo projeto na Bienal Brasileira de Design, na Mostra “Novíssimos”, além da grande aceitação do livro em seus primeiros momentos de inserção no mercado, os desdobramentos do Desembaralho sinalizam caminhos concretos de comercialização do jogo e do livro em espaços variados, tais como livrarias, editoras e lojas especializadas em artigos de desenho, além da venda direta por meio da internet.

REFERÊNCIAS

- ARCHER, Bruce. *Systematic Methods for Design*. London: [s.n.], 1965.
- CAPISTRANO FILHO, E. ; SOUZA, P. F. de A. *Desembaralho da tipografia brasileira*. Salvador: ESCF, 2013. ISBN 978-85-914386-0-0
- BUGGY. *O Mecotipo: método de ensino de desenho coletivo de caracteres tipográficos*. Recife: Edição do autor, 2007.
- FARIAS, P.; SILVA PIQUEIRA, G. (Org.). *Fontes digitais brasileiras: de 1989 a 2001*. São Paulo: Edições Rosari, 2003.
- GOUVÊA, G. *A divulgação científica para crianças: o caso da Ciência Hoje das crianças*. Tese (doutorado). CCS - UFRJ, 2000. 305f.
- LOPEZ, Fábio. *Tipografia, ordem e progresso*. In *Tupigrafia*. São Paulo, n. 5, não paginado, jul. 2004.
- MARCO, T. *Bossa Nova. Tupigrafia*. São Paulo, n.8, não paginado, ago. 2008.
- MOREIRA, I.; MASSARANI, L. *Aspectos históricos da divulgação científica no Brasil*. In: MASSARANI, L. et al. (Org). *Ciência e público: caminhos da divulgação científica no Brasil*. Rio de Janeiro: Casa da Ciência/Centro Cultural de Ciência e Tecnologia da UFRJ, 2002, p. 44-64.
- SILVA, M.; CARNEIRO, M. *Popularização da ciência: análise de uma situação não-formal de ensino*. In *Anais da 29ª Reunião Anual da ANPED*. Caxambu: ANPED, 2006. GT16-2664, n/p. Disponível em: <<http://www.anped.org.br/reunioes/29ra/trabalhos/trabalho/GT16-2664--Int.pdf>>. Acesso em: 10/06/2013.

Agradecimentos

Trabalho desenvolvido com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES), Edital Pró-Equipamentos Institucional, desenvolvido no Laboratório de Protótipos e Modelagem Digital (LabDesign), da Escola de Belas Artes da UFBA.

LOS SIGNIFICADOS DE LA RETÍCULA

Roberto Arroyo {UCM}
robertogamonal@yahoo.es

RESUMEN

La retícula no sólo es la estructura que contiene los elementos de un producto gráfico, forma parte también del contenido que expresa el discurso visual incrementando su significado. La manera en que un diseñador ordena su mensaje es un mensaje en sí mismo.

Pero además, posee una enorme carga significativa y simbólica que ha ido evolucionando a lo largo de la historia y en función de las corrientes de pensamiento predominantes en épocas tan representativas como la Edad Media, el Renacimiento, el Modernismo y el Postmodernismo.

Palabras clave / Retícu

la, estructura, sistema

INTRODUCCIÓN

El orden, el equilibrio y la armonía han sido siempre una de las necesidades innatas del ser humano desde tiempo inmemoriales. Su búsqueda responde a cuestiones perceptivas y sensoriales. Esto es algo intrínseco a nuestra naturaleza bípeda que busca siempre como referencia primaria la estabilidad entre el eje vertical y el horizontal, es decir, su posición equilibrada entre el cielo y el suelo. Algo que también ha servido para estructurar el pensamiento en eternas dicotomías entre lo divino y lo humano, lo espiritual y lo físico, lo ficticio y lo real.

Ha sido en la Naturaleza donde el ser humano ha buscado el orden y la perfección, tomándose a sí mismo como referencia. Como decía Protágoras, el Hombre es la medida de todas las cosas. Las antiguas unidades métricas tenían nombres relacionados con partes del cuerpo humano (el pie o la palma de la mano). Pueblos como los ptolomeos, griegos y romanos; artistas como Polícleto, Vitruvio, Leonardo da Vinci, Miguel Ángel y Durero nos legaron su propia interpretación del orden y la belleza. Incluso Le Corbusier desarrolló un canon de proporciones llamado Modulor, un sistema modular en cuya base están las secciones de la proporción áurea presentes en la Naturaleza.

LA RETÍCULA SEGÚN MÜLLER-BROCKMANN

La retícula es el sistema de guías que configura la composición y la estructura de un mensaje tipográfico. La hicieron muy popular los diseñadores suizos de mediados del siglo XX como una característica de modernidad y racionalidad en el Diseño Gráfico. Se convierte en la herramienta compositiva que ayuda al diseñador gráfico a ordenar lo visible mediante una estructura invisible, a colocar las ideas en una composición tangible.

Uno de sus principales defensores, Joseph Müller-Brockman (1982:10) nos dice que la retícula responde a una filosofía del diseño y que su uso “constituye la expresión de una cierta actitud mental en que el diseñador concibe su trabajo de manera constructiva”. Para este autor la aplicación de un sistema reticular refleja una ética profesional porque “el trabajo del diseñador debe basarse en un pensamiento de carácter matemático, a la vez que debe ser claro, transparente, práctico, funcional y estético”.

Según el autor, la retícula es algo más que una herramienta, es un sistema de ordenación que impulsa el modo de pensar analítico y la fundamentación lógica y objetiva de la solución a los problemas. Para Müller-Brockman (1982:10), la aplicación del sistema reticular responde a:

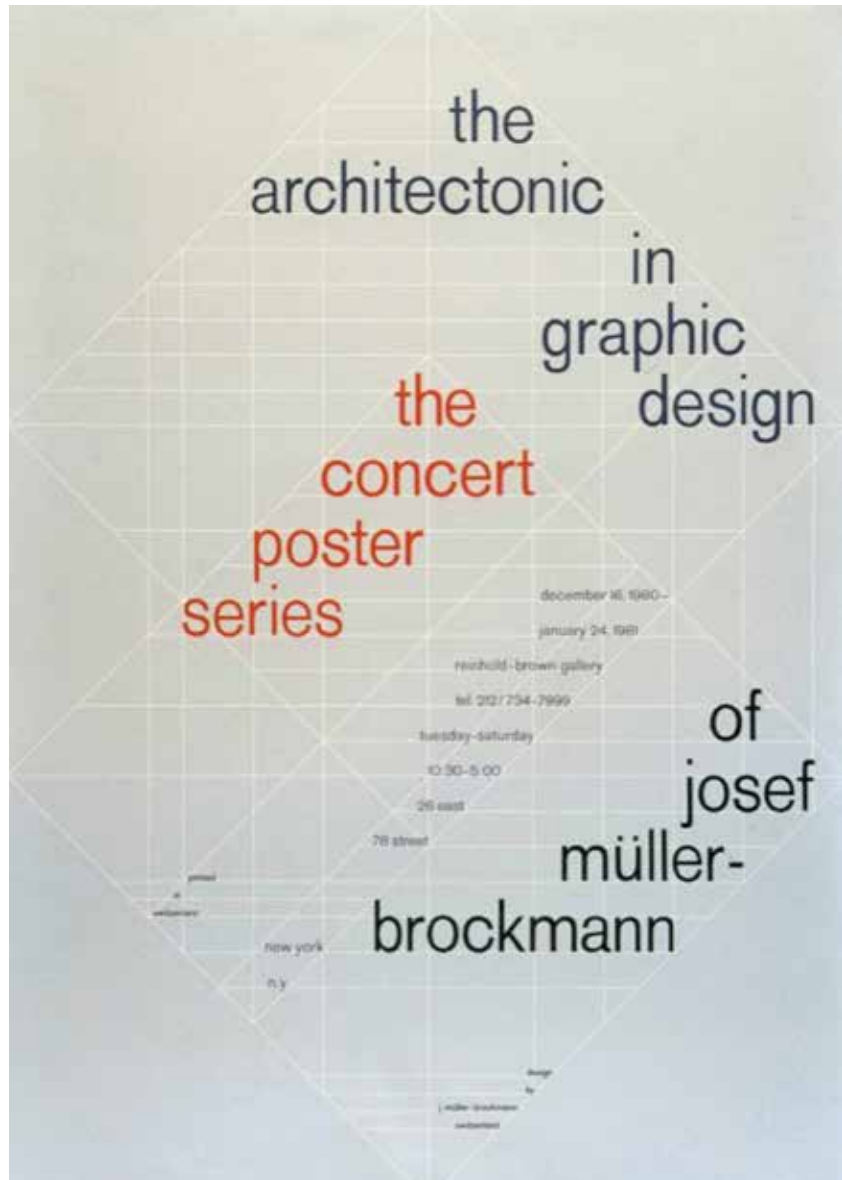


Figura 1. Cartel de Müller Brockman en el que se muestra la retícula como elemento arquitectónico.

- la voluntad de orden y claridad
- la voluntad de la concreción, de lo esencial
- la voluntad de cooperación constructiva con la sociedad
- la voluntad de objetividad en vez de subjetividad
- la voluntad de racionalización de los procesos creativos y técnico-productivos
- la voluntad de rentabilidad
- la voluntad de integración de los elementos formales, cromáticos y materiales
- la voluntad de dominio de la superficie y el espacio
- la voluntad de una actitud positiva orientada hacia el futuro
- la voluntad de una actitud autocrítica ligada a los intereses generales
- la disciplina en los procesos mentales
- el reconocimiento de la significación pedagógica y de las consecuencias de los trabajos.

A pesar de ser un elemento identificador del diseño modernista y racional del siglo XX, la retícula ha estado presente desde los primeros productos gráficos, pero es precisamente en el Renacimiento cuando evoluciona y su uso se sistematiza en diversos campos del conocimiento y del saber.

A continuación, veremos como la retícula responde a un modelo de pensamiento, a una manera de entender el orden y el espacio en diferentes épocas históricas, a la forma en que el ser humano entiende el mundo que le rodea.



Figura 2 . Grabado de Alberto Durer en el que el pintor dibuja a su modelo a través de una cuadrícula.

EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS DE PENSAMIENTO Y DE LA RETÍCULA

La esencia de la retícula parte de un principio básico del conocimiento del ser humano: para entender un problema complejo, lo mejor es dividirlo en partes más pequeñas para su análisis. Este mismo principio es el que siguió el filósofo y matemático René Descartes en los denominados “ejes cartesianos”, cuya aplicación fue esencial no sólo para el desarrollo científico, sino también para el conocimiento del mundo.

Tanto es así que los ejes fueron una de las principales aplicaciones a la creación de los mapas en una época como la renacentista en la que se tenía una gran avidez por conocer al ser humano y lo que le rodea. Hasta entonces, los mapas eran representaciones casi mitológicas que no se correspondían con la realidad. Para conocer el mundo lo mejor era dividirlo en cuadrantes creados mediante ejes horizontales y verticales.

Esta misma fórmula se aplicó también a pequeña escala en el Arte que intentaba copiar la realidad. Muchos pintores utilizaban un artilugio con divisiones de cuerdas e hilos enmarcadas en madera a través del cual miraban a su modelo o bodegón y lo reproducían fielmente cuadrante a cuadrante en un papel que también tenía la misma pauta.

Pero vamos a ver previamente cómo se produce este cambio de pensamiento que está directamente asociado a la evolución tecnológica en cada una de las épocas tal y como se refiere Manuel Martín Serrano en su obra *La mediación social* (2008).

MODELO DE PENSAMIENTO MEDIEVAL

En la Edad Media no existía una diferenciación entre el mundo artificial creado por el ser humano y el mundo natural. Es decir, no había una distinción entre los objetos (creados por el ser humano) y las cosas (producidas por la Naturaleza o por un ser divino).

En una época con una enorme influencia religiosa, no se pretendía la creación, sino más bien la recreación de un mundo natural creado por un ser divino. Pensar que el ser humano pudiera crear de la nada, era considerado poco menos que una herejía y tan sólo podía aspirar a copiar las obras de un creador supremo que podía contemplar en la Naturaleza. Ésta era la perfección a imitar. Por lo tanto, en la Edad Media se entendía la creatividad como una cualidad divina y no humana.

La tecnología para la creación de objetos en esta época era bastante rústica en el sentido de que no se diferenciaba mucho de los procesos naturales. Los útiles y las herramientas que se fabricaban estaban basados en la observación del mundo natural y muchas veces eran réplicas más evolucionadas. Por ejemplo, se piensa en un arado para labrar la tierra como una mano que con sus dedos va dejando surcos en la arena.

Como afirma Martín Serrano (2008:33), se usaban técnicas para reproducir la naturaleza a escala humana, nunca para suplantarla por un medio artificial creado por las personas. De esta manera, el ser humano es parte de la naturaleza y ésta lo es también de él. Las creaciones naturales y las humanas son todas expresiones de la grandeza de la divinidad. Todo forma parte de un “plan divino” en el que el ser humano es el ejecutor. Desde esta perspectiva, el progreso es visto como un pecado de soberbia, porque se percibe como la construcción de un mundo artificial en oposición al mundo de la naturaleza.

Para la visión medieval del mundo, era natural todo aquello que se podía captar por los sentidos, tanto si formaba parte de las cosas dadas por la naturaleza como los objetos fabricados por las personas. Pero todo aquello que escapaba a la percepción del ojo humano lo consideraban artificial e incluso algo mágico y oscuro.

Esta era la manera de ver y entender el mundo en la Edad Media. Y para que quedara constancia tenían la escritura manual como única tecnología de registro y de conocimiento con una escasa difusión.

También las circunstancias políticas, económicas y sociales de la época condicionaban la lectura. Para comenzar, los escasos libros que existían eran libros manuscritos y, por lo tanto, la escritura manual los hacía ser piezas únicas, a pesar de que los copistas hicieran por encargo algún ejemplar más.

Los libros eran realizados por monjes escribanos que podrían tardar varios meses e incluso años (dependiendo de la obra que tuvieran que copiar) y por los iluminadores que eran los encargados de realizar las imágenes y esas capitulares espectaculares que iniciaban los textos. Estamos hablando de un proceso lento y laborioso para realizar un único ejemplar.

Pero la población que podía tener acceso a los libros era muy reducida: la nobleza y el clero eran los únicos estamentos sociales que podían poseerlos. Los primeros porque podían permitirse comprarlos y los segundos porque eran los encargados de hacerlos y de custodiarlos.

Los libros medievales eran sagrados y únicamente de temática religiosa. La Iglesia era la que encargada de salvaguardar la cultura tras los gruesos muros de los monasterios donde se alojaban las bibliotecas. Y la lectura se hacía de manera pública y en común en los actos religiosos. Los estamentos sociales más bajos no sabían leer y, por lo tanto, sólo podían escuchar de boca de un sacerdote lo que decían los textos sagrados sin dar lugar a una interpretación o discusión. En esta época la difusión del conocimiento se realizaba por transmisión oral con las variaciones y tergiversaciones que ello supone.

MODELO DE PENSAMIENTO RENACENTISTA

Frente a la etapa del Medioevo, los avances tecnológicos y científicos que se producen en el Renacimiento suponen un cambio en la manera de pensar y de entender el mundo. Es la época del Humanismo en la que se pasa a dar una enorme importancia a lo que realiza el ser humano y a los descubrimientos que logra para explicar su mundo: del teocentrismo al antropocentrismo.

Comienza a haber una explicación para aquellos fenómenos naturales que no se ven y que antes parecían mágicos, pero que pueden entenderse a través de principios universales formulados de manera abstracta. Es decir, las personas buscan entender su mundo a través de ciencias como las Matemáticas o la Geometría. Ya no son los sentidos los que priman, sino la razón.

Esto explica avances científicos como los ejes cartesianos y la evolución en la manera de representar el mundo natural utilizando la perspectiva. Esto es algo importante porque supone que el ser humano contempla la realidad cotidiana desde fuera del mundo natural para poder entenderlo y observa que las cosas naturales siguen unas formas y proporciones geométricas. En el Renacimiento, la belleza es entendida como orden y construcción geométricos.

Y de todos los adelantos, quizá el que mayor repercusión ha tenido en el ser humano, ha sido la imprenta que supuso una enorme difusión del saber. Resulta curioso comprobar cómo los tipos móviles utilizados para realizar la Biblia de las 42 líneas que imprimió Gutenberg eran como la escritura manual gótica empleada en esa época e incluso había variaciones de la misma letra con distintas formas... Podría parecer que el impresor alemán no quería que supiera que su biblia había sido reproducida mecánicamente, sino que imitaba la hermosa escritura gótica de los monjes escribanos.

Una de las consecuencias más relevantes de la difusión de la imprenta por Europa fue precisamente retirar el monopolio de la cultura a la Iglesia. Las ciudades más importantes eran las que tenían universidad y, en torno a esta nueva casa del conocimiento, se abrió un poco más el acceso a los libros y a la cultura. Ya los libros no son sólo de temática religiosa, sino que recogen todos los saberes y conocimientos de la época.

Esto también fue el caldo de cultivo que generó la Reforma Protestante, derivada de un cambio en la manera de proceder en la lectura de las Sagradas Escrituras. Si en la Edad Media, era un cura el que, subido a un púlpito, leía en voz alta a unos feligreses iletrados, ahora en el Renacimiento se pide una lectura individual y, por lo tanto, una interpretación también individual y no impuesta de lo que dice la Biblia.

La imprenta tuvo mucho que ver en este cisma religioso dentro de la Iglesia Católica y la difusión del pensamiento de Lutero. De hecho, los poderes políticos empezaron a tomar cartas en el asunto creándose las leyes de imprenta en las que sólo se concedían licencias a quienes los monarcas estimaban oportuno, además de ejercer la censura.

A continuación veremos cómo estos modelos de pensamiento también se reproducen en las retículas y en los productos gráficos de la época.

EL MENSAJE INTERNO DE LA RETÍCULA

La retícula no sólo es la estructura que contiene los elementos de un producto gráfico, forma parte también del contenido que expresa el discurso visual incrementando su significado. La manera en que un diseñador ordena su mensaje es un mensaje en sí mismo.

Pero además, la retícula posee una gran carga simbólica (y a la vez retórica) según expone Williamson (1989:171-186) en un excelente ensayo sobre las clases de retículas analizándolas conforme a su historia, uso y significado. El autor identifica el punto o la coordenada, la línea axial o de eje y la interacción entre ambas como los elementos individuales de la retícula. Esto le lleva a establecer una clasificación de dos tipos de retículas principales que incluyen cada una otras dos secundarias:

- Retícula basada en el punto: que engloba la basada en la coordenada y la basada en la intersección.
- Retícula basada en el campo: que contiene la basada en el módulo y la basada en la línea.



Figura 3 . Página en la que se muestra la retícula y que representa el nacimiento de San Juan Bautista del libro manuscrito Tres Belles Heures de Notre Dame.

Estas retículas secundarias se encuentran a lo largo de la Historia funcionando por parejas con un significado concreto influido por la cultura de la época en la que han sido utilizadas. Siguiendo un criterio histórico, Williamson realiza la siguiente clasificación.

RETÍCULA TARDO-MEDIEVAL

Se da muy a menudo en los manuscritos iluminados de finales de la Edad Media y los primeros libros impresos. Su significado se basa en las relaciones verticales entre la realidad espiritual situada en la zona superior y la realidad material situada en la zona inferior, como una cruz que simboliza la unión entre el cielo y la tierra. En esta época también se da una sencilla retícula basada en la línea, derivada de las guías que utilizaban los monjes escribanos para posicionar correctamente su escritura caligráfica.

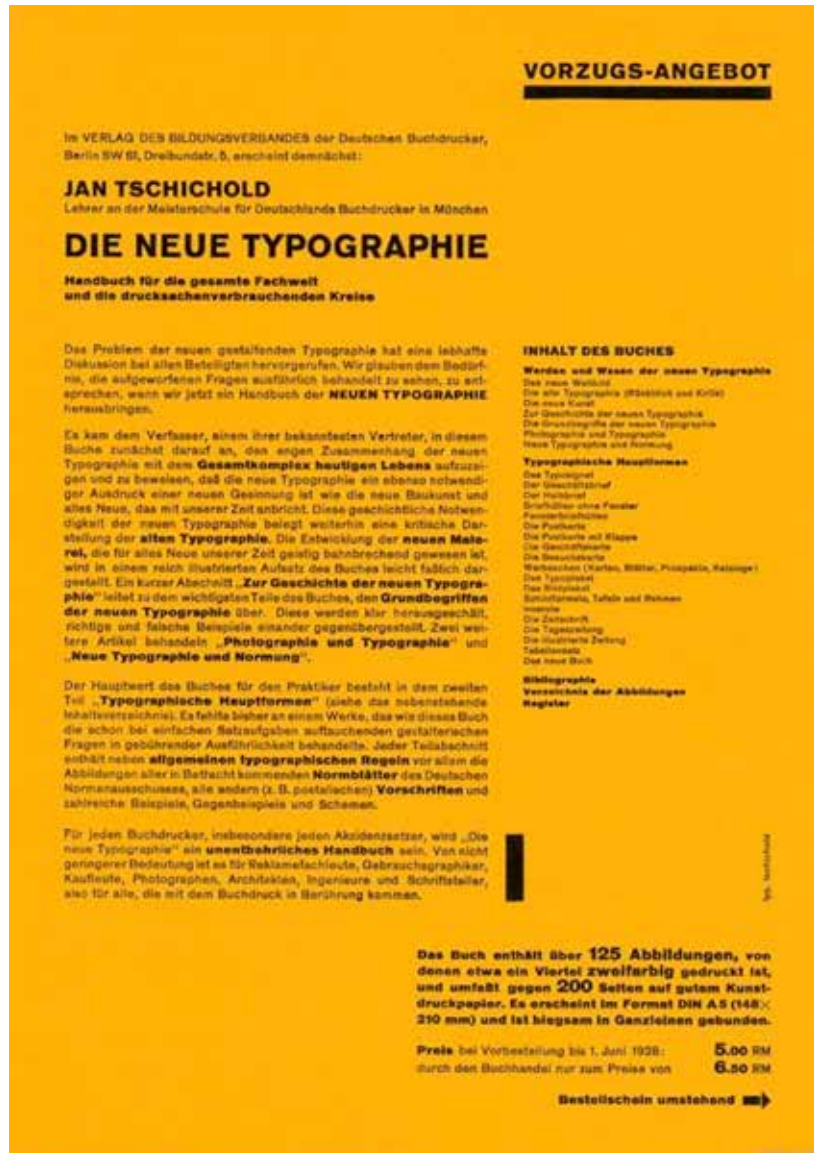


Figura 4 . Estudio preliminar con cuadrícula para la obra neoclásica La muerte de Sócrates del pintor francés Jacques Louis David.

RETÍCULAS RENACENTISTA Y CARTESIANA

La más característica de esta época es la retícula basada en el campo, concebido como una zona que consta de puntos y ejes que poseen un valor neutral o numérico. Los elementos ahora mantienen una relación horizontal que sucede sólo en el plano físico o material, rechazando lo divino, fruto de una secularización del mundo. Estos cambios se producen por los avances y los descubrimientos científicos realizados en esta época, sobre todo en Cartografía, que contribuye a explicar la realidad identificando lugares mediante los módulos creados por los ejes de latitud y longitud. Como veíamos, el pensamiento de Descartes influye también de manera decisiva logrando que el conocimiento se alcance mediante la razón humana y no la revelación divina. De esta forma, la retícula se convierte no sólo en la representación de las leyes y principios estructurales que hay detrás de la apariencia física, sino también en el proceso del propio pensamiento racional.

RETÍCULA MODERNISTA

A comienzos del siglo XX, la retícula pasa a basarse en la línea, pero siguiendo la lógica y las leyes matemáticas que subyacen en el mundo de la apariencia externa. La retícula modernista supone un conjunto de ejes y series de módulos que no tienen fin, que continúan más allá del plano del espacio. Esto se deja ver en los trabajos relacionados en el Diseño Gráfico, en los que la retícula es una matriz invisible en el que se colocan los elementos visuales de manera limpia y geométrica huyendo del individualismo estilístico y creando diseños impersonales. Las composiciones asimétricas de los diseñadores de la Bauhaus proporcionan tensión y dotan a los espacios en blanco de un valor activo. Finalmente, con los diseñadores del Estilo Internacional la retícula logra su máximo nivel de perfección y elegancia con una lógica, objetiva y racional disposición de los módulos, sin alterar su función básica de herramienta destinada a la estructuración racional y la transmisión de información.

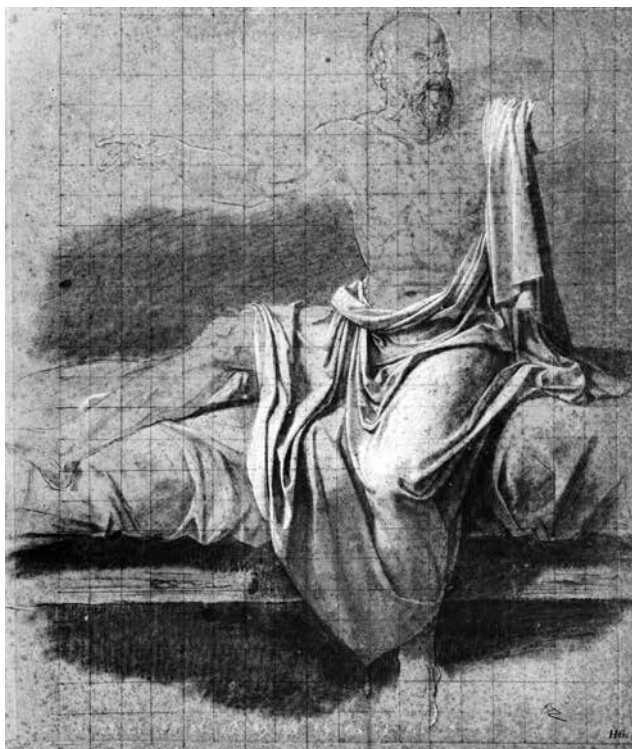


Figura 5. Folleto promocional de La Nueva Tipografía de Jan Tschichold con una retícula que permite una distribución asimétrica de los elementos tipográficos.



Figura 6. Página del libro de tipografía de Wolfgang Weingart en el que la estructura reticular se hace visible.

RETÍCULA POSTMODERNISTA

A finales del siglo XX la retícula deja de ser la lógica invisible que está detrás de la composición para ser mostrada explícitamente e, incluso, ser utilizada como un elemento gráfico más. La retícula modernista se modifica, se altera, se destruye para expresar la irracionalidad y la casualidad. Se aparta el funcionalismo ético de los diseñadores modernistas hasta tal punto que se sacrifica la claridad y la legibilidad de los diseños. Las teorías de Freud sacan a la superficie el subconsciente, aflorando los sentimientos más primarios que están constreñidos. Cambia el concepto de campo como una red racional de las leyes mecánicas predecibles que regulan la realidad física para convertirse un conjunto de líneas de fuerza que luchan por salir al exterior. Todas las normas y convenciones son cuestionadas y ridiculizadas.

CONCLUSIÓN

Las retículas modernista y postmodernista han centralizado el debate en las últimas décadas y han representado dos modos contrapuestos de entender el diseño: funcionalismo frente a formalismo, razón frente a emoción. Ambas han recogido la manera de pensar del ser humano desde el siglo XX.

Como hemos podido ver, la retícula es mucho más que la estructura ordenadora de un mensaje. Ellen Lupton (1994:28) afirma que “el lenguaje es una retícula y la retícula es un lenguaje”. Es por eso que la composición y ordenación de los elementos a través de la retícula comunica y contiene significados, no es un elemento neutral.

Aunque a veces es considerada por algunos diseñadores como una “camisa de fuerza” para su libertad creativa, lo cierto es que no hay diseño sin estructura. Todas las piezas de diseño gráfico contienen una retícula. Todas tienen unas guías invisibles que sustentan la disposición de los elementos gráficos, aunque su creador no haya pensado en hacer explícitamente una retícula.

REFERENCIAS

- Elam, K. (2006). *Sistemas reticulares. Principios para organizar la tipografía*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Lupton, E. y Miller, J.A. (1994). *El ABC de la Bauhaus*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Martín Serrano, M. (2008). *La mediación social*. Madrid: Akal.
- Meggs, P. (1991). *Historia del Diseño Gráfico*. México D.F.: Editorial Trillas.
- Müller-Brockmann, J. (1982). *Sistemas de retículas. Un manual para diseñadores gráficos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Samara, T. (2004). *Diseñar con y sin retícula*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Solomon, M. (1988). *El Arte de la Tipografía*. Madrid: Tellus.
- Tubaro, A. y Tubaro, I. (1994). *Tipografía: estudios e investigaciones*. Buenos Aires: Universidad de Palermo.
- Williamson, J. H. (1989). *The Grid: History, Use and Meaning*. En Margolin, V. (ed). *Design Discourse. History, Theory, Criticism*, 171-186. Chicago: University Press Chicago.

POSTERS

PERDIDA NO TEMPO



Roda dos Expostos ano 1843

Em Almeida, na Rua das Murallas
«o carácter duradouro, de "mensagem para sempre..»
in «As Pedras que falam de José d' Encarnação»

O tipo de letra "Aldeias Históricas" foi criado e desenvolvido especialmente para uma campanha promocional para as Aldeias Históricas de Portugal.

As inscrições na pedra servem de mote para a criação e desenvolvimento deste conceito, mas é da inscrição "Roda dos Expostos ano 1843" (em Almeida) que vem toda a inspiração. Rico em

património histórico, o interior centro de Portugal concentra em si variadíssimas referências culturais e arquitectónicas que nos orgulham e nos inspiram. Por essa razão, as inscrições na pedra desta região foram cruciais para o desenvolvimento deste trabalho, que poderá ser complementado e enriquecido com outros elementos gráficos. Afinal, este é um tipo de letra em constante desenvolvimento.

IVENC
ONTO-
DE TIPO
GRAFIA

Organização



Autores

Susana Vieira
Departamento de Design_Opal
susanamvieira@gmail.com

anatomia da letra

Título

Anatomia da letra

Tema

Desenho tipográfico

Palavras-chave

anatomia da letra; microtipografia; compensação óptico-perceptiva.

Referências

Trajan Carol Twombly (EUA, 1959)
Bodoni Giambattista Bodoni (Itália, 1740-1813)
Futura Paul Renner (Alemanha, 1878-1956)

Metodologia

Partindo de três famílias estilísticas históricas [Trajan; Bodoni; Futura], pretende-se descodificar a construção morfológica e o cânón tipográfico [construtor; grelha; matriz — modelo métrico e harmónico do alfabeto] (re)desenhando rigorosamente 3 letras diferentes e com as seguintes características: maiúscula e minúscula; formas circular, triangular e quadrada, usando apenas círculos e segmentos de recta.

Objectivos

Descodificar a construção morfológica e o cânón tipográfico [construtor; grelha; matriz — modelo métrico e harmónico do alfabeto] de 3 famílias tipográficas de épocas distintas.

Letras (re)desenhadas

T (Trajan - maiúscula; 'forma quadrada');
O (Bodoni - maiúscula; 'forma circular');
k (Futura - minúscula; 'forma triangular').

Conclusão

Apesar de à primeira vista os caracteres parecerem compostos por formas geométricas simples e rectilíneas, o redesenho, recorrendo a círculos, arcos e segmentos de rectas, permitiu uma análise geométrica rigorosa, concluindo-se que por trás de cada letra existem importantes factores na sua construção, nomeadamente de âmbito arquitectónico, morfológico, óptico-perceptivo.

Referências principais

BRINGHURST, Robert.
Elementos de estilo tipográfico (1992).
São Paulo: Cosac Naify, 2005.
MCLEAN, Ruari.
Manual de tipografia. Madrid: Hermann Blume, 1993.
MÜLLER-BROCKMANN, Josef.
Sistemas de retículas. Sistemas de grelhas.
Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1992.
RUBERT, Roxanne; LEMOINE, Serge; LUPTON, Ellen.
Typography and graphic design — From antiquity to the present.
Paris: Editions Flammarion, 2006.

Sinopse

'anatomia da letra' é um projecto tipográfico académico, que tenta compreender a anatomia da letra através da utilização rigorosa das 3 formas geométricas mais básicas (círculo, quadrado e triângulo). Partindo de três famílias estilísticas históricas [Trajan; Bodoni; Futura], pretendeu-se descodificar a construção morfológica e o cânón tipográfico [construtor; grelha; matriz — modelo métrico e harmónico do alfabeto] (re)desenhando rigorosamente 3 letras diferentes e com as seguintes características: maiúscula e minúscula; formas circular, triangular e quadrada, usando apenas arcos, círculos e segmentos de recta.

Apesar de à primeira vista os caracteres parecerem compostos por formas geométricas simples e rectilíneas, após o redesenho recorrendo a círculos, arcos e segmentos de rectas, que permitiram uma análise rigorosa, compreendeu-se que existe um trabalho extremamente complexo na sua construção, nomeadamente as compensações óptico-perceptivas.

'anatomia da letra' é um projecto que tinha uma finalidade muito objectiva e que exigiu um elevado rigor técnico, mas conseguiu simultaneamente adquirir uma componente gráfica e visual muito interessante.

Projecto realizado na unidade curricular 'Design I (2.º ano)', Licenciatura em Design de Comunicação, FBAUP (2009-10).

IV-ENC
ONTO-
DE TIPO
GRAFIA



Faculdade de Belas-Artes
Escola Superior de Artes Aplicadas

Autores

Rita Bastos
FBAUP - Faculdade de Belas-Artes
da Universidade do Porto
rita@ritabastos.com

AVANT GARDE

HERB LUBALIN (1918-1981 NUEVA YORK, USA) FUÉ DISEÑADOR, PRODUCTOR DE TIPOS, DIRECTOR DE ARTE Y PROFESOR. ENTRE 1936 Y 1939 ESTUDIÓ EN LA ESCUELA COOPER UNION EN NUEVA YORK Y TRABAJÓ COMO DIRECTOR DE ARTE. MÁS TARDE CREÓ SU PROPIA EMPRESA—HERB LUBALIN INC. EN NUEVA YORK Y FUNDÓ LA ITC—INTERNATIONAL TYPEFACE CORPORATION EN CONJUNTO CON AARON BURNS EN NUEVA YORK. A PARTIR DE 1970 HASTA SU MUERTE FUÉ PROFESOR EN LA CORNELL UNIVERSITY Y DE 1976 HASTA 1981 EN COOPER UNION EN NUEVA YORK. EN 1973, LUBALIN PUBLICÓ EL INHOUSE MAGAZINE DEL ITC, UPPER AND LOWER CASE (U&LC) Y MÁS TARDE LA REVISTA AVANT GARDE. HERB LUBALIN GANÓ MUCHOS PREMIOS Y PARTICIPÓ EN INÚMERAS EXPOSICIONES. LAS MÁS IMPORTANTES FUERON SOCIETY OF TYPOGRAPHIC ARTS (CHICAGO—1957), CENTER GEORGES POMPIDOU (PARIS—1979) Y ITC CENTER (N.Y.—1980). LUBALIN FUÉ UNO DE LOS MÁS INFLUYENTES DISEÑADORES DE SU ÉPOCA. DISEÑÓ MUCHAS TIPOGRAFÍAS, PERO LA MÁS IMPORTANTE FUÉ ITC AVANT GARDE GOTHIC EN CONJUNTO CON CARNASE, GSCHWIND, GURTLER Y MENGELT ENTRE 1970 Y 1977. ESTA TIPOGRAFÍA FUÉ BASEADA EN UN LOGOTIPO QUE LUBALIN CREÓ EN 1967 PARA LA AVANT GARDE MAGAZINE.

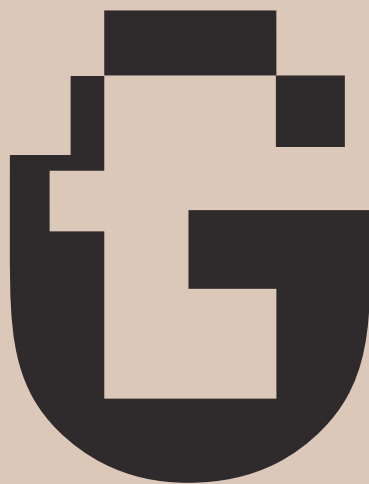
CONSTRUIDA CON BASE EN CÍRCULOS Y RECTAS · LINEAL GEOMÉTRICA · SIN SERIFAS · GRAN NÚMERO DE LIGADURAS · INTERLINEADO NEGATIVO · MINIMALISTA

HERB LUBALIN

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Herb Lubalin (1918 – 1981 Nueva York) fue diseñador, productor de tipos, director de arte y profesor. Entre 1936 y 1939, Lubalin estudió en la escuela Cooper Union en Nueva York y trabajó como director de arte. ¹ Más tarde creó su propia empresa – Herb Lubalin Inc. en Nueva York y fundó la ITC – International Typeface Corporation en conjunto con Aaron Burns en Nueva York. ² A partir de 1970 hasta su muerte fue profesor en la Cornell University y de 1976 hasta 1981 en Cooper Union en Nueva York. En 1973, Lubalin publicó el Inhouse Magazine del ITC, Upper and Lower Case (U&LC) y más tarde la revista Avant Garde. ³ Herb Lubalin ganó muchos premios y participó en inúmeras exposiciones. Las más importantes fueron Society of Typographic Arts (Chicago – 1957), Center Georges Pompidou (Paris – 1979) y ITC Center (Nueva York – 1980). Lubalin fue uno de los más influyentes diseñadores de su época. Diseñó muchas tipografías, pero la más importante fue ITC Avant Garde Gothic. ⁴ **U&LC** La revista U&LC fue uno de los más importantes y reconocidos medios de divulgación de la tipografía, del diseño gráfico y de la ilustración en el mundo. Después de 1886, la dirección del arte de la revista se quedó a cargo de diferentes diseñadores como B. Martin Pedersen,

despacho de Pentagram, Roger Black, Seymour Chwast, entre otros. ⁵ En 1999, fue publicado el último número impreso de la U&LC que pasó a ser editada solamente en forma digital. ⁶ **Avant Garde** La tipografía Avant Garde fue diseñada entre 1970 y 1977 por Herb Lubalin en conjunto con Carnase, Gschwind, Gurtler y Mengelt. ⁷ Esta fuente fue basada en un logotipo que Lubalin creó en 1967 para la Avant Garde Magazine. ⁸ **Características** Construida con base en círculos y rectas / Gran número de ligaduras / Interlineado negativo/ Lineal geométrica / Minimalista / Sin serifa ⁹ Influencias La revista Avant Garde, aunque con una tirada reducida, provocó un impacto tremendo en la cultura americana, puesto que encerraba tanto contenido destinado particularmente a los adultos como textos con un lenguaje directo y desnudo: explícito. ¹⁰ **Bibliografía** BIRNKHURST, Robert. Elementos do estilo tipográfico (1992). Verso 3.0. Casac Nasty. São Paulo, 2006. MCLEAN, Ruzi. Manual de Tipografía (1980). Tursen; Hermann Blume Ediciones; Madrid, 1993. RUDER, Emil. Typographie/Typography (1967). Verlag Niggli; Sulgen, 1996. RUBERT, Roxanne; LEMOINE, Serge; LUPTON, Ellen. Typography and graphic design – From antiquity to the present. Paris. Editions Flammarion, 2006.



UMA PROPOSTA DE LETRA CONTEMPORÂNEA

OBJETIVOS

O trabalho apresentado foi desenvolvido em contexto académico, no 1º semestre da licenciatura em *Design Gráfico*.

O objetivo foi introduzir os alunos na temática da tipografia, através de uma breve pesquisa histórica que permitiu a recolha de alguns exemplos ilustrativos da evolução do desenho de uma letra. No seguimento desta pesquisa, foi apresentada uma proposta conceptual do que poderia ser uma forma representativa da letra contemporânea.

Os resultados deste trabalho, devem ser interpretados como um apontamento experimental e introdutório à tipografia.

METODOLOGIA

O projeto foi desenvolvido em três fases: Inicialmente, consulta e análise de bibliografia de apoio e levantamento de alguns exemplos mais relevantes ao longo da história do *design* e da tipografia; seguidamente, observação e análise de várias aplicações de tipos em objetos de *design*, e por fim, desenvolvimento da proposta conceptual solicitada.

CONCLUSÕES

Com o aparecimento do *software* e da informática como ferramentas do *design gráfico* e *typedesign*, o trabalho manual do processo de *design* (e o desenho de tipografia) é, em grande parte, substituído por um trabalho pixelizado, digital.

Se as novas tecnologias permitem uma criação versátil da tipografia, todo o processo de "desenho" da mesma deverá ser fundamentado por uma boa pesquisa e um conceito adequado às novas necessidades do *designer* e da sociedade atual.

1. O início: alfabeto latino e inscrições romanas

- *Escrita Quadrada ou Elegante (100 a.C.)*

"... the Fragmentary inscription dedicated to Esaphradatus"

in: <http://typofoundry.blogspot.pt/2008/05/roman-tragedy.html>

2. Manuscritos medievais e as capitulares ornamentadas:

Textos religiosos e escrita Humanista (séc. V a XV)

Italian Book of Hours: Dormition of the Virgin, folio 96v, 1375 (pormenoi)

© State Library of South Australia

in: <http://www.camememory.sa.gov.au/site/page.cfm?m=1330&c=7632>

3. O aparecimento do tipo móvel:

Gutenberg e a Imprensa (1455)

in: <http://readitde.wordpress.com/2011/04/08/fin-font-friday-printing-with-gutenberg/>

4. O regresso ao passado, o luxo e o ornamento:

William Morris & Kelmscott Press (Golden type, 1897)

"... title page to Kelmscott Press's The History of Geoffrey of Bolesine and of the Conquest of Britain"

in: <http://chrm.gmu.edu/digitalhistory/designing/1.php>

5. Bauhaus, o início da simplificação geométrica:

Sturm Brand (1925) de Herbert Bayer

in: <http://www.adtrak.co.uk/blog/the-bauhaus-influence/>

6. Racionalismo e nacionalismo:

Helvetica (1957) de Max Miedinger e Eduard Hoffmann

in: <http://www.helveticaflm.com/shop.html>

7. A aproximação ao digital:

New Alphabet (1967) de Wim Crouwel

in: <http://www.adtrak.co.uk/blog/the-bauhaus-influence/>

8. "Desconstruções", mutações e PostScript:

Dead History - Bold (1990) de P. Scott Makela

in: <http://www.amigre.com/EP.php?d=88>

9. Caligrafia Digital, um retorno ao passado?

Ventura (2007) de Dino dos Santos

in: <http://www.tdc.org/news/2008/results/Ventura.html>

Bibliografia:

BIERUT, MICHAEL [et al.] - *Looking Closer 3*. New York: Allworth Press, 1999. ISBN 1-58115-022-9.

HALLAS, RICHARD - *Graphic Design - A concise History*. London: Thames and Hudson Ltd, 1994. ISBN 0-500-20270-2.

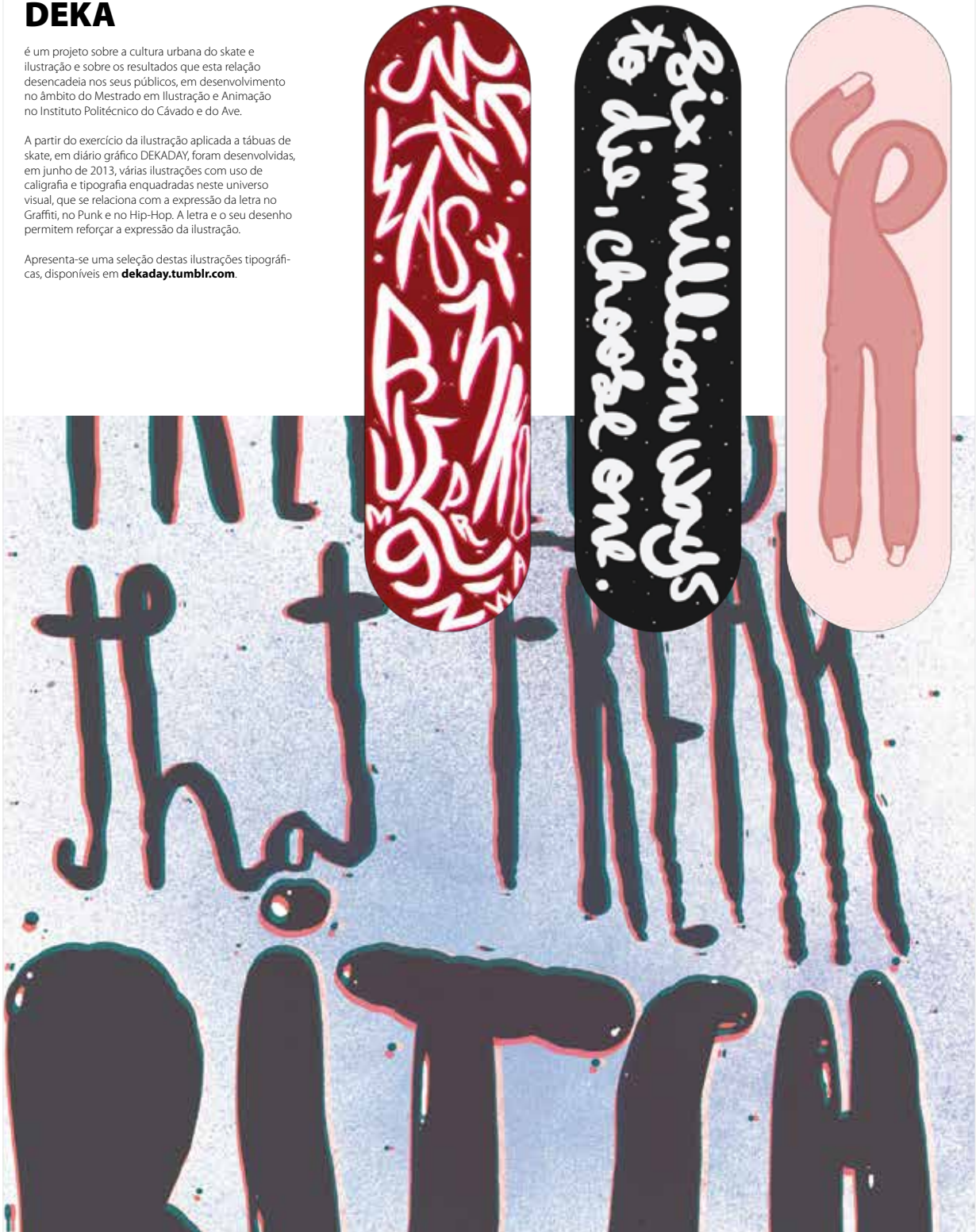
KANE, JOHN - *A type primer*. London: Laurence King Publishing Ltd, 2002. ISBN 1856692914.

DEKA

é um projeto sobre a cultura urbana do skate e ilustração e sobre os resultados que esta relação desencadeia nos seus públicos, em desenvolvimento no âmbito do Mestrado em Ilustração e Animação no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.

A partir do exercício da ilustração aplicada a tábuas de skate, em diário gráfico DEKADAY, foram desenvolvidas, em junho de 2013, várias ilustrações com uso de caligrafia e tipografia enquadradas neste universo visual, que se relaciona com a expressão da letra no Graffiti, no Punk e no Hip-Hop. A letra e o seu desenho permitem reforçar a expressão da ilustração.

Apresenta-se uma seleção destas ilustrações tipográficas, disponíveis em dekaday.tumblr.com.





FCT

Fundação para a Ciência e a Tecnologia
MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO E CIÊNCIA

ORGANIZATION



CIMAD
Centro de Investigação
em Música, Artes e Design



PROMOTER

PROGRAM

PROVERE
Programa de Inovação Económica
de Recursos Endógenos

**mais
CENTRO**
Programa Operacional Regional do Centro

QR
QUADRO
DE REFERÊNCIA
ESTRATÉGICO
NACIONAL
2007-2013



SPONSORS

FontLAB



ESG
Instituto Politécnico de Castelo Branco
Escola Superior de Gestão

rvi editores

MEDIA PARTNERS

**ENSINO
MAGAZINE**

apigraf

mostiposduros



atypi
www.atypi.org