



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Audiovisual e Publicidade - DAP

O NEGÓCIO DAS LETRAS:

Uma análise da criação à venda de
fontes tipográficas no Brasil.

Autor: Pedro Henrique Gonçalves Teixeira

Matrícula: 09/47601

Orientador: Wagner Antonio Rizzo

Brasília, Distrito Federal

Outubro de 2012



Universidade de Brasília – UnB

Faculdade de Comunicação – FAC

Departamento de Audiovisual e Publicidade - DAP

O NEGÓCIO DAS LETRAS:

Uma análise da criação à venda de
fontes tipográficas no Brasil.

Autor: Pedro Henrique Gonçalves Teixeira

Projeto de Pesquisa de Monografia
apresentada como exigência parcial
para obtenção do título de **Bacharel
em Comunicação Social** à Banca
Examinadora da Faculdade de
Comunicação.

Orientador: Wagner Rizzo

Brasília, Distrito Federal

Outubro de 2012

O NEGÓCIO DAS LETRAS:

Uma análise da criação à venda de fontes tipográficas no Brasil.

Pedro Henrique Gonçalves Teixeira

BANCA EXAMINADORA

.....

Professor Doutor Wagner Rizzo
(orientador)

.....

Professora Doutora Célia Matsunaga

.....

Professora Doutora Suzana Guedes

GONÇALVES TEIXEIRA, Pedro H.

O NEGÓCIO DAS LETRAS: Uma análise da criação a venda de fontes tipográficas no Brasil

104 páginas.

Projeto Final em Publicidade e Propaganda - Departamento de Audiovisual e Publicidade - Faculdade de Comunicação - Universidade de Brasília.

Brasília, 2012.

1. Tipografia 2. Fontes digitais 3. Mercado 4. Brasil

Agradeço aos meus companheiros de trabalho pela ajuda na elaboração deste. Em especial à Laísa Tossin, que contribuiu com sua experiência acadêmica e com o seu domínio da língua portuguesa.

Minha família por sempre acreditar no meu potencial e me possibilitar estudar em uma das melhores universidades brasileira.

Meus amigos por respeitaram o meu “exílio”, necessário para produzir essa monografia.

Meus “irmãos” da universidade, os *juanitos*, por tornarem minha vida acadêmica mais divertida.

Meu amigo e orientador Wagner Rizzo que além de me ajudar na elaboração desta monografia, me provou, mais uma vez, que o melhor caminho para ser um bom profissional é através do estudo. Sua exigência ao longo do curso me tornou um ser humano mais preparado.

A professora doutora e amiga Célia Matsunaga, que esteve ao meu lado em toda minha vida universitária, ensinando, ajudando, emprestando livros, passando contatos e etc.

Por fim dedico este trabalho aos designers brasileiros de tipos, que apesar da falta de reconhecimento, das dificuldades, criam fontes tipográficas de excelente qualidade

RESUMO

O **NEGÓCIO DAS LETRAS** compreende uma pesquisa voltada para a análise do interesse de profissionais brasileiros pela compra de fontes tipográficas digitais, especificamente aquelas produzidas por designers de tipos do Brasil; da produção nacional; e do seu mercado de venda. Essa monografia considerou os dois lados: o do designer de tipos, com o processo de criação até o mercado de venda de suas fontes digitais, e o da demanda da sociedade brasileira por esse tipo de produto. O trabalho apontou que o desinteresse por ele é consequência da falta de conhecimento da tipografia pela sociedade brasileira. Para promover e criar esta necessidade é preciso divulgar essa área no Brasil por meio de cursos, palestras e outros (o que vem acontecendo). Destarte, podemos esperar no país, nos próximos anos, um crescimento substancial no interesse pela compra de fontes digitais.

Palavras-chave: Tipografia; Designer de tipos; Fontes digitais brasileiras.

ABSTRACT

THE LETTERS BUSINESS comprises a research focused at the interest analysis of Brazilian professionals for digital typefaces purchases, specifically those was produced by type designers from Brazil; the national produces; and their sale market. This completion of course work considered the both sides: of type designers, with the process of creation until the digital fonts sales market, and of Brazilian society demand for this kind of product. This work indicates that aloofness for this product is a consequence of the Brazilian society lack of typography knowledge. To promote and create this necessity its required to disclose this area in Brazil by courses, lectures and others (this already is happening). Therefore, we can expect in our country, for next years, a increase in interest for digital fonts acquisitions.

Keywords: Typography; Type designer; Brazilian digital fonts.

SUMÁRIO

Agradecimentos	05
Resumo	06
Abstract.....	06
1. INTRODUÇÃO.....	09
1.1 Tema e Delimitação do Tema.....	14
1.2 Problema de pesquisa	14
1.3 Justificativa.....	14
1.4 Objetivos.....	15
1.4.1 Objetivo geral.....	15
1.4.2 Objetivos específicos	16
1.5 Limitações de pesquisa.....	16
2. METODOLOGIA	
2.1 Métodos de pesquisa.....	17
3. REFERÊNCIAL TEÓRICO	
3.1 A origem da tipografia: da escrita ao impresso	19
3.2 A chegada do processo da tipografia no Brasil	31
3.3 A composição	34
3.3.1 Composição manual	34
3.3.2 Composição mecânica.....	38
3.3.2.1 Linotipo e Intertype.....	38
3.3.2.2 Monotipo	39
3.3.2.3 Ludlow	40
3.3.3 Máquina de escrever	42
3.3.4 Fotocomposição	43
3.3.5 Letraset.....	45
3.4 Marconi: a primeira fonte digital.....	47
3.5 Desktop Publishing.....	49
4. DESENVOLVIMENTO	
4.1 A criação de uma fonte digital.....	
51	
4.1.1 Pesquisa	51
4.1.2 O desenho da letra	55

4.1.2.1 Croqui ou esboço	55
4.1.2.2 Transformando o esboço em um desenho vetorial.....	56
4.1.3 Transformando o desenho vetorial em uma fonte digital.....	58
4.2 O mercado de vendas de fontes digitais	58
4.2.1 Distribuidores de Fontes (<i>Font Distribution Company</i>).....	58
4.3 Direitos autorais sobre uma fonte	59
4.4 Proteção e registro de fontes digitais no Brasil.	61
4.5 Caso Font Bureau x NBC	62
4.6 Modificação de uma fonte digital.....	63
4.7 Pirataria de fontes tipográficas	64
4.8 DaFont	67
4.9 Consumidores/usuários de fontes	69
4.10 Projetos brasileiros que buscam divulgar o trabalho dos designers de tipos digitais.....	72
5. CONCLUSÃO	76
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79
GLOSSÁRIO.....	82
APÊNDICE	
APÊNDICE A - Entrevista com Gustavo Lassala.	85
APÊNDICE B - Entrevista com Eduardo Recife.....	87
APÊNDICE C - Entrevista com Henrique Nardi	89
APÊNDICE D - Entrevista com Fabio Haag.	90
APÊNDICE E - Entrevista com Paulo Bertoni	92
ANEXO	
ANEXO A - Uso indevido de fontes será discutido na Bienal de Tipografia Latino-Americana	93
ANEXO B - Entrevista com o designer Ricardo Esteves Gomes.....	96

1.INTRODUÇÃO

Quem já comprou uma fonte digital? Essa pergunta talvez seja a grande motivadora deste trabalho. Ela levou a associações que acabaram se tornando temas correlacionados que compõem a pesquisa. A atitude de não comprar fontes digitais, pode nos dizer muitas coisas, e são essas coisas que serão descobertas na pesquisa.

Não adianta nada falar sobre tipografia sem conhecer a sua história, seu vocabulário complexo, com muitos termos e estrangeirismos. Professores de Biologia costumam dizer que é muito mais fácil entender a terminologia, do que memorizar todas aquelas nomenclaturas. No estudo dos tipos, não é diferente, para acostarmos com a nomenclatura, precisamos estudar a origem deles. Encontramos essa origem com o auxílio da história, que nos leva de volta ao século XV em pleno surgimento da impressão. É a partir desse momento que surge o termo tipografia, e todos outros correlacionados. Mesmo a tecnologia de impressão tem uma origem, e para estudá-la, voltamos mais um pouco até chegarmos à escrita suméria, considerada por muitos o ponto de partida da história da escrita mundial. Nesse processo, nada acontece repentinamente, tudo segue uma ordem cronológica. O referencial teórico como o nome já diz, deve buscar a origem teórica das coisas, e a melhor forma de buscarmos esse referencial na tipografia é estudando a história da escrita e a evolução da impressão, composição manual, mecânica, fotocomposição até as impressoras offset.

Bom, agora sim, podemos falar sobre tipografia, aqui tratada como o estudo das letras. Letras essas que compõem as chamadas fontes tipográficas, que hoje são disponibilizadas em versão digital, o que chamamos de fontes digitais.

Fontes digitais são criadas pelos profissionais chamados de designer de tipos, como já foi dito, a palavra tipo tem sua origem nos tipos móveis de Gutenberg. Essa criação é demorada e requer uma divisão do processo em pesquisa, esboço, vetorização, e finalização. Nem sempre essa divisão é respeitada, porém é a mais utilizada por esses trabalhadores.

Falando sobre esses trabalhadores, existem designers de tipos brasileiros? Sim existem muitos e cada dia mais ganham notoriedade. A vida desses brasileiros é criar tipos digitais, o que fazer com eles, vai depender. Eles podem ter criado sob demanda de uma empresa, criando as chamadas fontes corporativas, ou podem ter criado para

vendê-las na internet. Alguns criam sem almejar um retorno financeiro, e por isso disponibilizam sua criação em sites com fontes digitais, para o internauta fazer o *download* gratuitamente. O problema é que esses sites além de ter essas fontes têm também fontes piratas.

A pirataria de fonte é tão comum que os “piratas”, às vezes, nem percebem que estão praticando uma atividade ilegal. Mas se é ilegal, deveria existir uma justiça que regule esse crime, entretanto, não existe nenhuma justiça em especial, esses casos são julgados na justiça comum. Para o designer de tipo entrar com algum processo contra algum desses “piratas” ele deve ter os direitos autorais sob a fonte tipográfica registrados.

Deixando os problemas da pirataria de lado, os designers brasileiros de tipos buscam promover a cultura tipográfica no Brasil, seja por meio de projetos, *workshops*, revistas. Reconhecido mundialmente por sua criatividade, o brasileiro costuma transparecer sua cultura em seu trabalho, isso acontece também na produção de fontes tipográficas?

Terminologia

A tipografia possui um vocabulário próprio, cujo conhecimento é de fundamental importância para a compreensão deste trabalho. Vale observar que existe uma divergência quanto ao uso de alguns termos em língua portuguesa, sendo possível encontrar até três ou mais termos/grafias com o mesmo significado. Só serão citados os termos mais recorrentes na pesquisa, os outros, estão disponíveis no glossário desta monografia.

Tipografia: Termo originário do século xv, decorrência do surgimento da impressão com tipos móveis, inventada pelo mestre ourives Johannes Gutenberg, o termo passou por profundas mudanças em seu significado. Na contemporaneidade podemos entender tipografia de duas formas. Uma é como meio de reprodução de textos através do processo de impressão com tipos móveis, e a outra, que constitui o entendimento atual, é a tipográfica como o estudo, produção e uso de fontes, ou seja, um termo muito mais amplo. Essa mudança aconteceu com o desuso do processo de impressão tipográfica. Para organizar os termos usados ao longo da tese, a tipografia como processo/tecnologia será sempre precedida por um desses termos, tecnologia ou

processo, exemplo: o **processo da tipografia** ou a **tecnologia da tipografia**. Para determinar o estudo dos tipos, sejam eles digitais ou não o termo usado será **tipografia**, sem estar acompanhado de tecnologia ou processo.

Tipógrafo: O termo tipógrafo surgiu com as impressões com tipos móveis de Gutenberg, esse termo passou para algumas mudanças e hoje o autor português Paulo Heitlinger define tipógrafo como “aquele que exerce o ofício, a profissão de reproduzir textos por meios de tipos (de metal ou de tipos digitais)”(HEITLINGER, 2006, p.375) Diferentemente da concepção inicial a nova terminologia engloba também tipos digitais, que não existiam na época do surgimento desse termo. Essa pesquisa considera que o tipógrafo não está relacionado somente à reprodução de fontes e nem, tão somente, à criação, que é a função do **designer de tipos**. Essa diferença entre tipógrafo e designer de tipos deve estar bem clara para preservar a didática da pesquisa.

Designer de tipos (type designer): Fabio Haag define sua profissão da seguinte forma: profissional encarregado de criar/desenhar os tipos para o tipógrafo usar. O trabalho de um designer de tipos é um trabalho intelectual que requer grande conhecimento teórico, e muita criatividade. O designer de tipos, James Grieshaber descreve o seu método de trabalho:

1. INSPIRAÇÃO. Eu me inspiro em tipos históricos, em alguma coisa que eu tenha visto ou apenas em algo que pensei que gostaria de ver. Isso geralmente ganha forma através de rascunhos feitos a lápis.
2. DIGITALIZAÇÃO. Algumas vezes eu desenho os caracteres diretamente em um programa de ilustração vetorial, porém na maior parte das vezes digitalizo meus rascunhos para usar como base. Faço impressões de teste.
3. FONTELIZAÇÃO. Importo o desenho vetorial dos caracteres da caixa-alta e baixa para um programa de geração de fontes e verifico se as letras funcionam bem juntas. Faço teste de impressões com palavras.
4. REFINAMENTO. Crio toda a pontuação e os sinais diacríticos. Nesse momento, defino o espaçamento e o *kerning* dos caracteres, juntamente com alguns ajustes para que eles funcionem bem juntos. Faço mais testes impressos.
5. FINALIZANDO. Certifico-me de que todas as informações do arquivo estão corretas. Crio e testo versões para Mac e PC. Faço mais testes de impressão de todas as versões de cada aplicativo, em ambas as plataformas. (GRIESHABER. In: CABARGA, 2004, p. 9, tradução nossa)

Toda concepção da fonte é feita por esse profissional, após finalizada, a fonte está disponível para tipógrafos, designers gráficos, publicitários, editores, usarem. Alguns teóricos consideram o designer de tipos e o tipógrafos o mesmo profissional, mas para

essa pesquisa, embasada em autores como Claudio Rocha, Priscila Farias, e outros, essa consideração de sinônimos não é válida.

Fonte: Inicialmente se referia ao conjunto de caracteres metálicos com o mesmo tamanho e estilo, por exemplo, Helvética corpo 12 pontos. No mundo digital, se refere ao conjunto de caracteres em si mesmo e a informação digital que a codifica. Para evitar a ambiguidade considera-se nessa pesquisa **fontes digitais**, como o produto dos designers de fontes, e **fontes tipográficas** como caracteres metálicos com o mesmo tamanho e estilo. Com isso estabelecemos um padrão na terminologia que facilita o entendimento do leitor.

Letra Manuscrita: Letra desenhada manualmente que, em conjunto com outras, compõem a escrita. Para a pesquisa, até a impressão por tipos móveis o que tinha eram **letras escritas**. Os termos **fonte, tipo, tipografia**, surgem após a invenção de Gutenberg.

Tipo: Apesar de conceituarem o termo como o desenho específico de uma letra, vamos utilizar esse termo somente para tipos móveis e tipos digitais, desconsiderando qualquer letra desenhada manualmente. Para Heitlinger, tipo é sinônimo de fontes, portanto podemos aplicar a mesma norma para esse termo, desconsiderando qualquer produção manual. Importante ressaltar que esse termo deriva do inglês *typeface* e não *type*. *Type I* é um formato de fontes digitais, como TrueType, OpenType, desenvolvido pela adobe. Por ser um termo muito vago, ao longo do trabalho, evitamos o uso desse termo.

Tipologia: Se refere ao estudo sistemático dos tipos, é usado em muitas disciplinas, entre elas medicina, arquitetura, redação, e design gráfico. Ou seja quando falamos em tipologia é necessário indicar em qual disciplina que o termo foi usado. Nesta monografia podemos considerar todo o uso de tipologia aplicando o termo à tipografia. Para esta monografia, tipologia significa o estudo científico dos tipos que não são necessariamente desenhos tipográficos.

Anatomia dos tipos: Como já foi dito, a tipografia possui um amplo vocabulário específico, muitos dos termos usados nessa área foram definidos no estudo da anatomia dos tipos. Assegurando o entendimento sobre esses termos, ilustramo-los logo ao início da pesquisa.

No esquema abaixo, ilustramos também o termo **contraste**, termo usado para determinar a variação na espessura do traço do desenho. Quanto maior a diferença de espessura maior é o contraste.

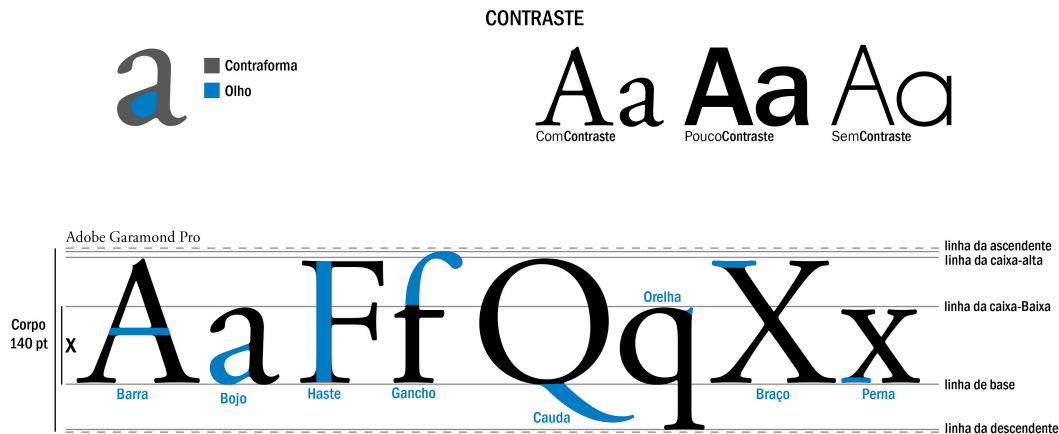


Figura 1: imagem criada pelo autor dessa monografia.

Corpo: Chamamos de corpo de uma fonte, seu tamanho medido em pontos (pt).

Ilustramos abaixo a variação do tamanho do corpo do caractere “A” da Times New Roman.



Tracking: Definição do espaço padrão entre as letras.

Kerning: Ajustamento entre pares de letras específicos, usado para a correção do *tracking* em certos pares de letras. Um ajuste refinado no *tracking*.

Programação Visual : é um conjunto de técnicas que nos permite ordenar a forma pela qual se faz a comunicação visual. O profissional responsável por essa tarefa é chamado de programador visual. Diretores de Arte, Designers gráficos, são exemplos de programadores visuais.

TrueType: Formato de fontes digitais desenvolvidas pela Apple e Microsoft. Contem tanto a informação para apresentação no monitor como para impressoras, num único ficheiro. Os arquivos têm o sufixo **.ttf** .

Postscript: *Standard* definido pela Adobe, ligado à forma de saída de um arquivo, imagem, vetor. Podemos dizer que os PostScript são os arquivos em vetor, que diferentemente das imagens não são formados por pixels.

Type 1: Formato de fontes digitais desenvolvidas pela Adobe como formato *standard* de tipos a usar para output, impressão de arquivos, materialização do produto, em impressoras, PostScript. É o formato de fontes PostScript mais utilizado.

Opentype: Formato de fontes digitais desenvolvidas pela Adobe e pela Microsoft. A maioria das fundições digitais aderem ao formato, oferecendo fontes digitais OpenType, visto que funcionam corretamente em qualquer plataforma, seja Macintosh ou Intel. Essa fontes, como o nome já diz é o formato que permite uma maior facilidade de modificações em seu estado de origem.

1.1 Tema e delimitação do tema

Definimos como objeto de pesquisa o cenário nacional de produção de fontes digitais e limitamos a pesquisa somente aos trabalhos de designers de tipos brasileiros.

A história da escrita e o cenário mundial aparecem ao início da pesquisa como uma forma de complementação, mas a pesquisa não tem como intuito analisar a produção feita manualmente, e nem o trabalho de profissionais estrangeiros.

1.2 Problema de pesquisa

Ao início do projeto, surgiu o seguinte dilema: se buscamos representar uma identidade brasileira em nossos produtos gráficos, por que não usarmos fontes digitais brasileiras?

Desse dilema, nasceu o problema de pesquisa. Existe uma identidade nas fontes brasileiras? Por que comprar uma fonte digital feita no Brasil, em vez de usar alguma estrangeira?

1.3 Justificativa

Você trabalha com comunicação gráfica/design editorial? Já comprou alguma fonte? Baixou alguma de graça? Conhece algum designer de fontes brasileiro? Essas perguntas incomodam qualquer profissional que trabalha com fontes digitais, seja ele diretor de arte, designer, editor de vídeo, e outros. É desconcertante valorizarmos uma fonte como a Helvética ou Frutiger e não conhecer a Samba (Fonte criada pelo experiente Tony de Marco) ou, ao menos, saber quem é Claudio Rocha.

Existe no Brasil um percentual da sociedade que desvaloriza tudo que é nacional. Isso acontece também no design gráfico? Como estudante de Publicidade, atuando como diretor de arte, confesso não ter presenciado ainda o uso/compra de uma fonte brasileira. Erik Spiekermann, quando veio ao Brasil, poucos anos atrás, afirmou que nossa tipografia “parecia estar na adolescência” (SPIEKERMANN, 2001). Com base nessa afirmação e levando em consideração a história da escrita, como refletora de uma cultura vigente, podemos afirmar, então, que o Brasil não possui uma cultura tipográfica? Seria interessante se todos nós compartilhássemos o pensamento de que não existe maneira melhor para representar o Brasil, através de letras, do que usar

fontes nacionais em seu projeto? O Governo Federal, por exemplo, utiliza a fonte chamada Gotham no logotipo que vai ao lado do símbolo informando qual o Ministério que assina o material gráfico¹. Essa fonte foi criada em 2000 pelo designer de tipos americano Tobias Frere-Jones e foi usada em larga escala na campanha de Barack Obama, atual presidente dos Estados Unidos da América do Norte.

O correto não seria usar uma fonte brasileira? Isso promoveria a produção nacional de fontes digitais, divulgaria para o resto do mundo, além de contribuir para o estabelecimento de uma personalidade da marca².

A UnB, ao financiar o projeto de criação da UnB pro, trabalho do tipógrafo Gustavo Ferreira, contribuiu para o fortalecimento da produção nacional. Essa fonte provou a qualidade dos profissionais brasileiros e estabeleceu um diferencial da UnB perante outras universidades brasileiras e até mesmo mundiais. Nada mais justo que uma instituição que apoia o estudo e o conhecimento, contribuir financeiramente com um setor do design gráfico muito pouco conhecido no país.

Ao ler uma reportagem sobre Yomar Augusto e sua fonte criada para produtos da marca Adidas utilizados na copa do mundo da África do Sul, ocorrida em 2010, percebi como o negócio das letras pode ser lucrativo e como o trabalho desse profissional vem sendo valorizado fora do país.

¹ Informação tirada do MIV do Governo Federal.

² Para Kotler e Keller (2006), personalidade de marca é uma combinação de características humanas que podem ser associadas a uma marca em particular. Segundo estes autores, a partir da ideia de que as marcas possuem personalidade própria, os consumidores tendem a escolher aquelas que combinem com a sua personalidade.

1.4 Objetivo

1.4.1 Objetivo geral

O NEGÓCIO DAS LETRAS tem como objetivo principal o estudo mercadológico da produção de fontes tipográficas digitais brasileiras. Por meio da análise das atuais fontes criadas no país, será avaliado seu processo de criação, produção e distribuição.

1.4.1 Objetivos específicos

Compreender a relação entre o manual e o digital na criação de fontes tipográficas;

1. Identificar as etapas do processo de criação de uma fonte digital;
2. Conhecer as formas de distribuição de fontes digitais;
3. Diagnosticar o que diferenciam designers de tipos brasileiros de estrangeiros;
5. Valorizar e divulgar a produção de fontes nacionais.

Por meio do resultado de um questionário feito com os vendedores e compradores de fontes, perceber o grau de interesse dos consumidores brasileiros à produção nacional de fontes digitais.

1.5 Limitações de pesquisa

As principais limitações foram o tempo para a elaboração dessa, o pequeno acervo bibliográfico sobre o tema, levando em conta a delimitação dele.

2. METODOLOGIA

2.1 Métodos de pesquisa

O tema dessa pesquisa é bem específico, o que requer um bom embasamento teórico do pesquisador. A primeira etapa foi a pesquisa quantitativa³ por meio de um questionário que teve como amostra quatro renomados designers de tipos brasileiros, como Fabio Haag, Henrique Nardi, Gustavo Lassal e Eduardo Recife. O questionário⁴ foi de suma importância para a pesquisa, pois diagnosticou os principais problemas enfrentados pelos designers brasileiros de fontes digitais, comentou o interesse da sociedade brasileira com o mercado de compra e vendas de fontes digitais, discutiu a existência de uma cultura tipográfica brasileira, ou seja, foi norteador de todo o trabalho. Com as informações retiradas dos questionários definiram-se os temas que seriam tratados na análise do mercado de vendas de fontes tipográficas no Brasil.

Para abordar o tema, uma base histórica foi elaborada através da pesquisa bibliográfica, histórica e documental, com exemplares de livros e periódicos que tratam da história da escrita, das impressões e das composições⁵, e da *Desktop Publishing*.

Como já foi dito, a tipografia está cheia de termos técnicos e grande parte deles tem sua origem nas composições manuais, por isso a pesquisa priorizou essa às outras composições.

Os livros Sinais & Símbolos e Tipografia: Origens e formas e uso das letras foram as principais referências bibliográficas do A ORIGEM DA TIPOGRAFIA: DA ESCRITA AO IMPRESSO. O livro História da Tipografia no Brasil, do CHEGADA DO PROCESSO DA TIPOGRAFIA NO BRASIL. Produção Gráfica, de James Craig e História da Tipografia no Brasil, do COMPOSIÇÕES, importante destacar também o auxílio do professor da Universidade de Brasília e orientador da pesquisa Wagner Rizzo e o Designer Pedro Henrique Garcia, também de Brasília, para elaboração desse tópico. Já para O DESKTOP PUBLISHING⁶, as informações foram retiradas de

³ A pesquisa é quantitativa por utilizar instrumentos estruturados, questionários.

⁴ Todos esses questionários estão disponíveis como apêndices no final da pesquisa.

⁵ Manuais, mecânicas, pela máquina de escrever e Letraset.

⁶ Referindo ao tópico da pesquisa, que compõe o referencial teórico.

diversas fontes, internet, livros, artigos e outras. Nos livros usados podemos destacar o livro da autora Priscila Farias.

Após a conclusão de referencial teórico bem fundamentado, e cronologicamente correto, o desenvolvimento foi escrito. No desenvolvimento, o questionário se torna novamente a grande matéria-prima. Para confecção do desenvolvimento, foram feitas pesquisas bibliográficas, destacando o livro O Design Brasileiro de Tipos Digitais e a legislação brasileira. Pesquisa quantitativa, com estudiosos da tipografia e programadores visuais, outro questionário é feito com Paulo Bertoni diretor e proprietário da empresa Bertoni Design. Pesquisa descritiva, descrevendo o cenário brasileiro de produção de fontes digitais, e suas influências, e o mercado mundial de compra. Todas essas pesquisas ajudaram a compor uma conclusão mais concisa.

3. REFERÊNCIAL TEÓRICO

É necessário um embasamento teórico para discorrer sobre esse tema. Para isso, a pesquisa recorreu à história da escrita, dos primeiros impressos, até os dias atuais.

A intenção desse referencial teórico é preparar o leitor para os conceitos e as terminologias usadas no desenvolvimento dessa monografia. Conhecendo a história, entendemos o processo com maior facilidade. Apesar de a escrita não ser o objeto de pesquisa, conhecer sua história, é primordial para entendermos a origem do que convivemos na tipografia contemporânea.

3.1 A origem da tipografia: da escrita ao impresso

Há uma grande discussão histórica sobre o surgimento da escrita, alguns acreditam que o surgimento data da época paleolítica. No período paleolítico, existiam as chamadas pinturas rupestres que, por meio de símbolos, transmitiam uma mensagem.

Relacionando aos elementos da comunicação, estudados nas teorias da comunicação, podemos estabelecer um paralelo entre os desenhos rupestres e o código⁷, e caverna e o canal⁸. Provando que as pinturas rupestres se enquadram no conceito de comunicação.



Figura 2: Teorias da Comunicação: Internet.

⁷ **Código:** a maneira pela qual a mensagem se organiza. O código é formado por um conjunto de sinais, organizados de acordo com determinadas regras, em que cada um dos elementos tem significado em relação com os demais. Pode ser a língua, oral ou escrita, gestos, código Morse, sons etc. O código deve ser de conhecimento de ambos os envolvidos: emissor e destinatário.

⁸ **Canal:** meio físico ou virtual, que assegura a circulação da mensagem, por exemplo, ondas sonoras, no caso da voz. O canal deve garantir o contato entre emissor e receptor.

A discussão do surgimento da escrita é consequência da diversidade de conceituações do termo escrita. A paleografia, estudo das escritas antigas, defende que a pintura rupestre não pode ser considerada escrita por não existir uma padronização da representação gráfica, por outro lado, Frutiger e outros teóricos defendem que escrita nada mais é que símbolos que quando organizados compõem uma mensagem⁹.

Para Adrian Frutiger “inicialmente a escrita representava formas do mundo (pictogramas). Estas primeiras escritas foram pictográficas e mais tarde se tornaram cuneiformes.” (FRUTIGER, 2001).

Segundo o acadêmico francês Michel de Certeau, autor do livro *L'Écriture de l'Histoire*, traduzido para o português como *A História da Escrita*, a escrita cuneiforme foi criada, por volta de 4000 a.C, pelos Sumérios¹⁰.

A escrita cuneiforme deve seu nome aos traços retos que, devido à inclinação do estilete, adquiriram uma forma alongada e triangular. Progressivamente essa técnica de perfuração substituiu a escoriação, pois, quando se escrevia com rapidez, ela não deixava lascas nem rebarbas do traço nas bordas. (FRUTIGER, 1999, p: 95.)



Figura 3: FRUTIGER, Sinais e Símbolos, p.96.

Segundo o autor do trecho acima, a escrita cuneiforme “ilustra um dos exemplos típicos de como a forma de escrever se desenvolveu não apenas a partir da reflexão intelectual, mas também a partir do material disponível.

⁹ **Escrita:** Utilização de sinais (símbolos) para exprimir as ideias humanas. Definição retirada do Dicionário Priberam da Língua Portuguesa.

¹⁰ Os sumérios desenvolveram sua civilização na região sul da Mesopotâmia, entre os rios Eufrates e Tigre (área integrante do Crescente Fértil). Habitaram esta região, conhecida como Suméria, entre os anos 4000 e 1950 a.C.

Adrian afirma que a não sobrevivência, nos dias de hoje, dessa escrita pode ser atribuída a sua complexidade, são quase mil sinais compostos para palavras e sílabas. Para usarmos como parâmetro o alfabeto aramaico tem 22 sinais.

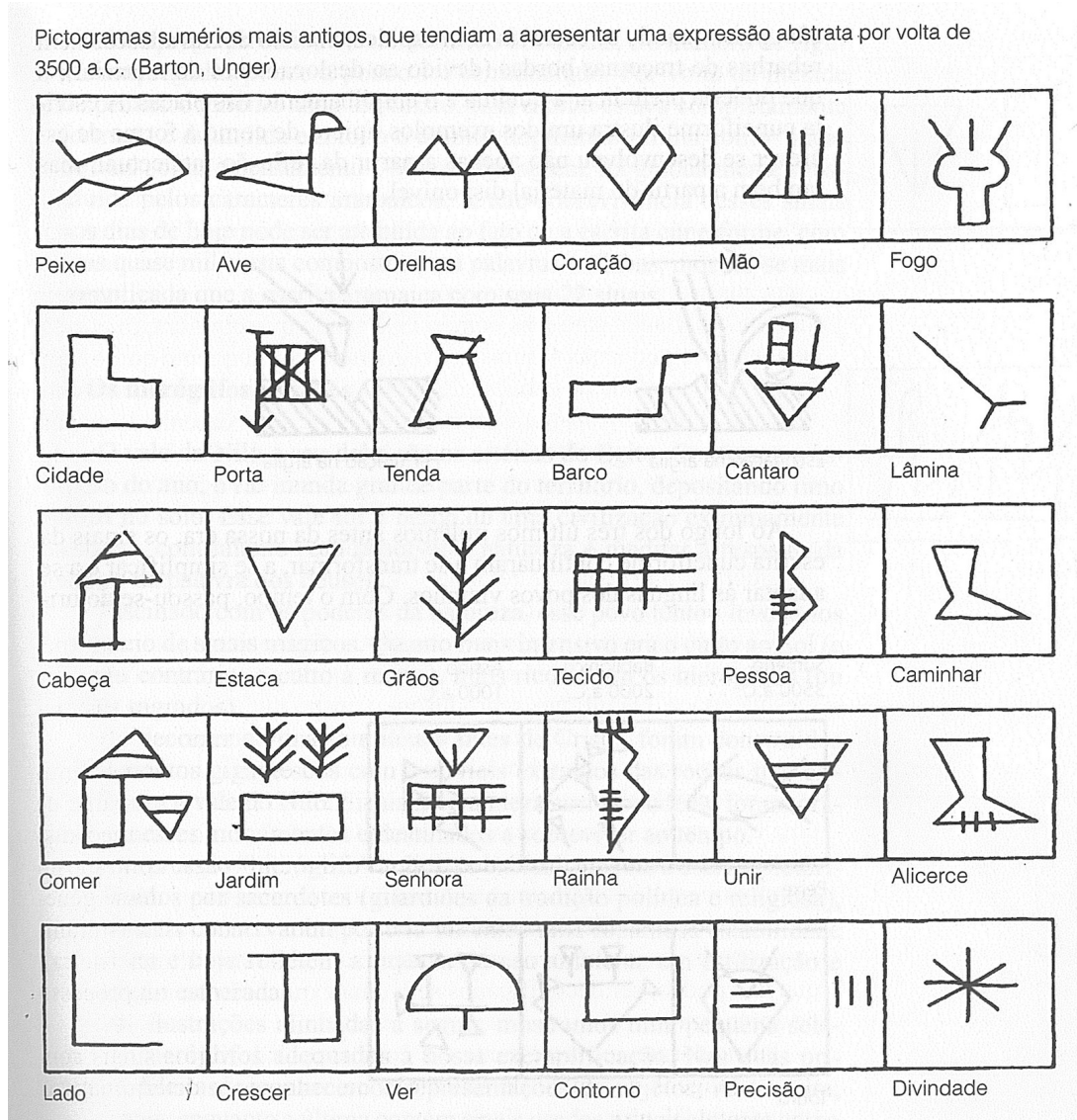


Figura 4: FRUTIGER, Sinais e Símbolos, p.95.

Os hieróglifos egípcios apareceram após a escrita cuneiforme dos Sumérios. Fascinados com os poderes da natureza, esse povo tentou invocá-los através de sinais mágicos, os chamados hieróglifos.

Alguns pictogramas egípcios, de aproximadamente 3000 a.C., ainda claramente reconhecíveis.

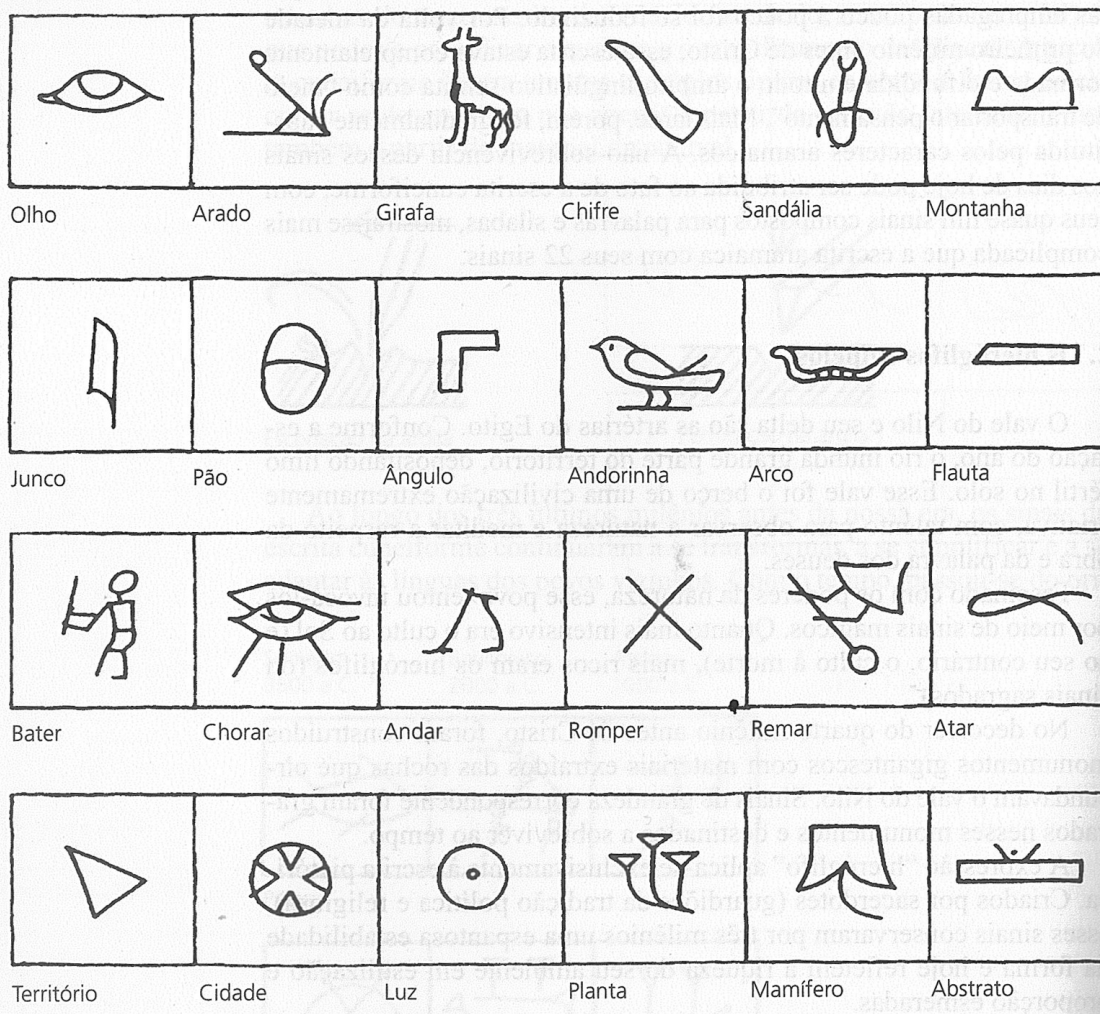


Figura 5: FRUTIGER, Sinais e Símbolos, p.98.

A evolução dos pictogramas continuou, passando pelas escritas em Creta, pela escrita pictórica hitita da Síria, escrita pictórica do vale do Indo da Índia, escrita pictórica da Ilha de Páscoa, escrita rúnica, escrita circular chinesa, escritas americanas anteriores a Colombo, até a **invenção das letras**, no final do segundo milênio a.C, pelos fenícios.

Localizado na costa oriental do Mediterrâneo, esse extinto povoado, composto por comerciantes, mantinha contato com a maioria dos países mediterrâneos. Com intuito de facilitar a atividade comercial, elaboraram uma síntese das escritas pictóricas existentes até aquele momento, dessa síntese nasceu a letra. A grande inovação promovida pelo alfabeto fenício foi registrar as consoantes como menores unidades sonoras (b, d, g etc.) em vez de juntá-las em sílabas (ba, di, gu etc). Segundo

Frutiger, os sinais consonantais fenícios são universalmente considerados e reconhecidos como a base de partida de todas as escritas alfabéticas.

Em espaço de tempo relativamente curto, o alfabeto fenício atingiu determinada perfeição da forma e reduziu-se a 22 sinais fonéticos selecionados. Por isso, não nos surpreende o fato de esse sistema de escrita, com certa rapidez, dominar quase todos os demais. Sendo assim no decorrer do primeiro milênio antes de Cristo, os aramaicos difundiram o alfabeto como meio internacional de comunicação por todo o Oriente Próximo, chegando ao norte da África, à Ásia Menor e até mesmo à Índia. (FRUTIGER, 1999: p. 118)

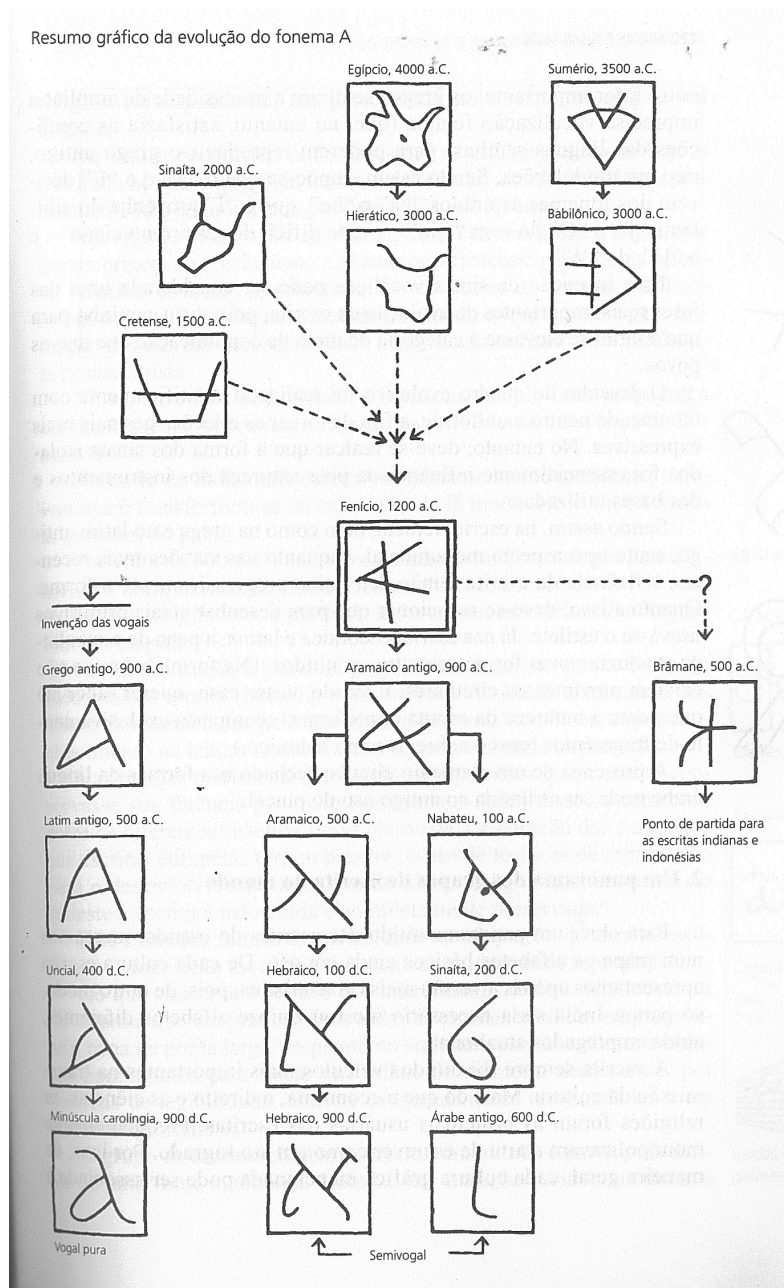


Figura 6: FRUTIGER, Sinais e Símbolos, p.119.

Em meados do primeiro milênio, e seguindo a evolução, os gregos importaram o alfabeto fenício e adicionaram vogais, criando assim o chamado alfabeto Jônico¹¹. O alfabeto greco-latino é considerado “a evolução mais significativa na história da escrita” (FRUTIGER, 1999, p: 125).

Os gregos acrescentaram quatro sinais às 22 consoantes do estilo fenício, essa prática de acrescentar/complementar foi mantida por todos os povos europeus.

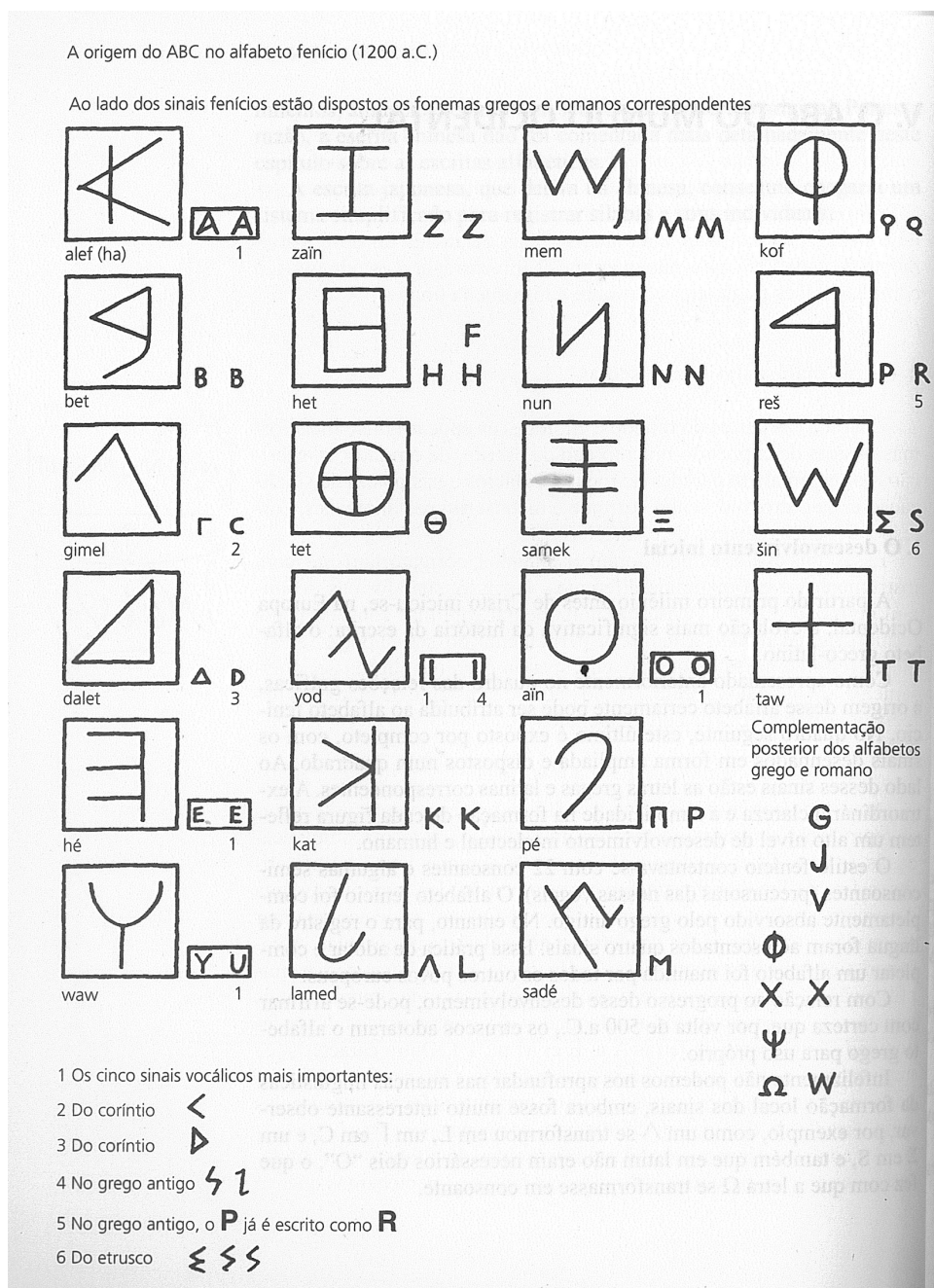


Figura 7: FRUTIGER, Sinais e Símbolos, p.126.

¹¹ Heitlinger, p.18.

Pela dificuldade do processo de talhar as letras em pedras, essas eram finas e retas. Conseguir curvaturas e mudanças de traços em letras talhadas na pedra seria um difícil desafio para os artistas gregos.

Em 500 a.C., os etruscos, cuja cultura foi o berço da cultura latina, adotaram o alfabeto grego para uso próprio. Em plena expansão territorial, o Império Romano, em 275 a.C., dominou a Grécia por inteiro. Os romanos eram conhecidos por valorizar a cultura vigente dos locais conquistados, e com os gregos não foram diferentes, adaptaram o alfabeto grego/etrusco à sua língua e à sua fonética.

O desenho das letras, acompanhando o progresso da tecnologia de talhar em pedras, foi ficando mais refinado. Em meio a esse progresso a letra romana ganhou serifa e contraste¹².

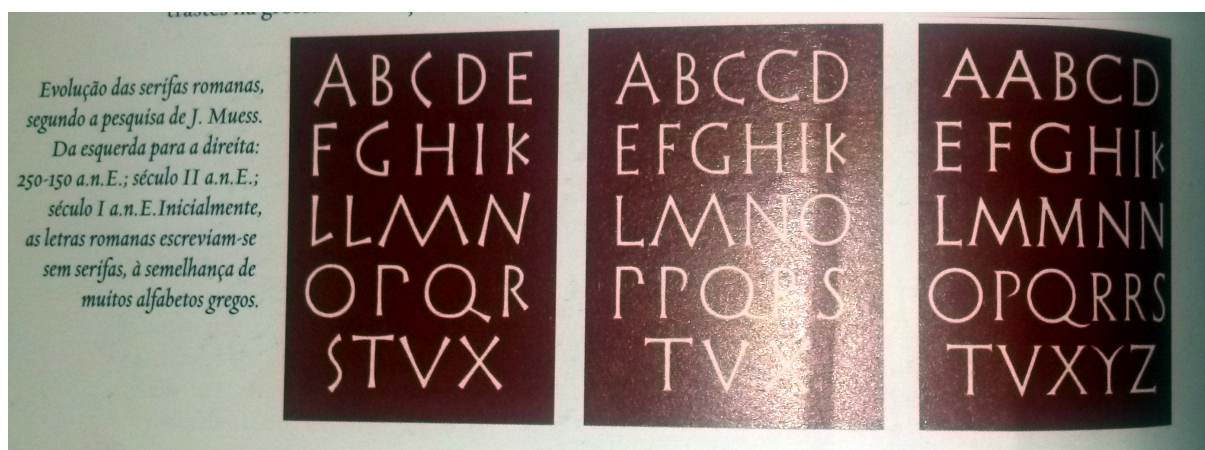


Figura 8: HEITLINGER, formas e uso das letras p.96.

As primeiras letras minúsculas são encontradas nas cursivas romanas, grafia do dia a dia romano, por sua rapidez e por permitir a escrita em todo tipo de suporte.

Segundo a pesquisadora inglesa Nocolete Gray “a história da tipografia ocidental pode ser vista como a alternância de sucessivas voltas ao modelo romano de letras seguidas por períodos de experimentalismo” (GRAY, 1986)

Ao longo desses milênios/séculos mantivemos o alfabeto e seus valores fonéticos, a forma das letras, e as relações de spacejamento que hoje chamamos de *Kerning e tracking*.

¹² Contraste é o termo usado para determinar a variação na espessura do traço do desenho. Quanto maior a diferença de espessura maior é o contraste.

Dedicando-se às letras versais romanas o artista humanista Albrecht Dürer (1471-1528) desenvolveu a base racional utilizada na atual técnica de vetorização das fontes digitais¹³.

Dürer aprofundou-se nos estudos sobre a construção e a anatomia da letra, e estabeleceu relações geométricas/matemáticas e proporções ideais, todas elas posteriormente sujeitas a análises sistemáticas e descritas em relações numéricas. Estavam sujeitas à mesma análise, às grelhas geométricas onde Da Vinci expôs o que presumia ser a forma ideal da anatomia, e as de Albrecht que expôs o que defendia ser a forma ideal da anatomia das letras versais romanas. Através desses números e proporções, hoje a vetorização possibilita uma variação do corpo¹⁴ de uma fonte mantendo um mesmo desenho. Segundo Heitlinger, “[a] análise geométrica de Durer é a base da representação numérica das fontes digitais para uso em computadores” (HEITLINGER, 2006).

Dürer:

Da Vinci:

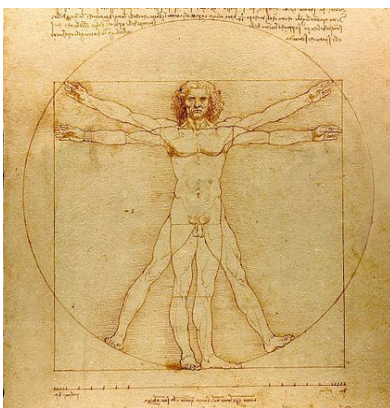
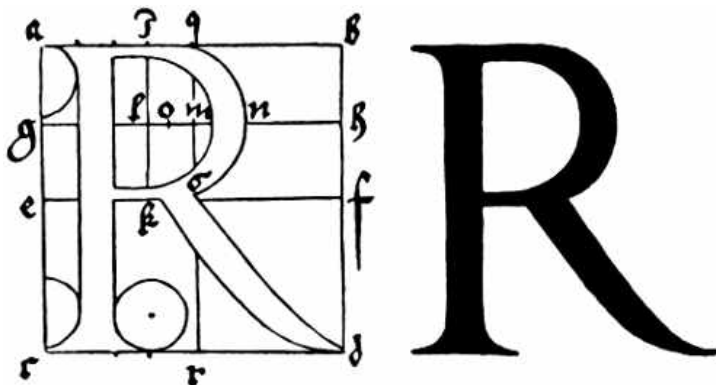


Figura 9: Imagem da internet.

¹³ Ibidem, p. 38.

¹⁴ Tamanho da fonte medido em pontos (pt).

Devemos a nossa produção de fontes tipográficas à contribuição dos humanistas e seus estudos analíticos, foram eles os responsáveis pela elaboração e, principalmente, pela documentação do processo de construção, geometricamente apurada, de uma letra romana. Essa construção garantia uma padronização do desenho dessas letras que seria respeitado por um bom tempo.

A transformação das letras maiúscula em minúsculas teve como principal característica a mudança das retas monumentais por traços arredondados, consequência da simplificação dos movimentos e da escrita rápida. Exemplos típicos desse fenômeno são os pares A a, E e, M m, T t.

Entre 768 e 814 depois de Cristo, Carlos Magno, empolgado pelo momento de ascensão do iluminismo, promoveu a Renascença carolíngia¹⁵. Nesse momento, o Rei Carlos Magno promoveu um renascimento, também, da literatura e da arte.

Convidado pelo rei, o estudioso/poeta inglês Ealhwine se tornou um dos integrantes da corte real carolíngia. Tendo acesso à manuscritos antigos, e aos melhores instrumentos de escrita da idade média¹⁶, o inglês desenvolveu a chamada “**minúscula Carolíngia**” . Algo semelhante ao que chamamos hoje em dia de minúscula cursiva.

¹⁵ Carolíngios é o nome da dinastia franca que sucedeu aos merovíngios (751), com Pepino, o Breve, e pretendia restabelecer o Império Romano do Ocidente.

¹⁶ É o período da história da Europa entre os séculos V e XV.

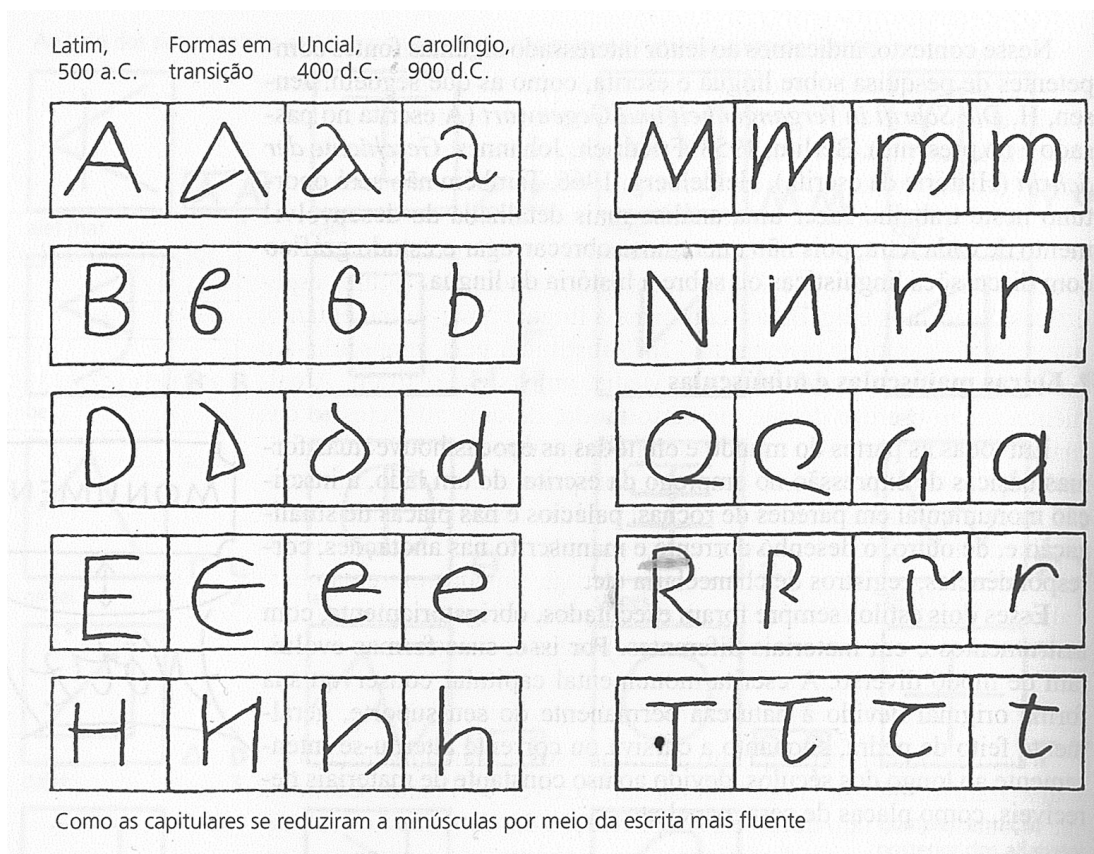


Figura 10: FRUTIGER, Sinais e Símbolos.

A escrita acompanhou a evolução das técnicas de escrita à mão, surgindo a caligrafia, a pena caligráfica, e outras novidades para época, até perder o lugar para a impressão no século XV.

Diferentemente da afirmativa Europeia, temos provas que anteriormente a Gutenberg um engenheiro chamado Bi Sheng produziu composições tipográficas que datam do século XIII. A China já detinha a tecnologia de impressão com tipos móveis desde 1040, mais de um século antes do que dizem os europeus, que afirmam que a primeira impressão foi feita no ano de 1450 com Gutenberg. Essa tecnologia alcançou a Coreia na metade do século XIII e chegou à Europa, somente, por volta do ano de 1450, cenário no qual viveu o seu progresso¹⁷.

A tipografia surgiu como uma forma mecanizada do trabalho do copista, profissional responsável por reescrever publicações manualmente.

¹⁷ Elementos do Estilo Tipográfico, p. 133.

Deixando a discussão de lado, o alemão Gutenberg promoveu uma grande revolução tecnológica. Após essa revolução, a escrita ficou duradouramente fixada em tipos móveis metálicos.



Tipos móveis - de metal e de madeira. Foto: H. Wren

Figura 11: imagem do site www.tipografos.net

Com essa fixação, as letras já não estavam sujeitas a irregularidades do movimento da mão ao desenhar ou escrever e a mudança do material usado na atividade, o uso da tinta e da pena caligráfica determinavam o resultado final. Essa materialização das letras em metal limitou drasticamente os caprichos da estética, por outro lado, extinguiu as variações dos copistas. A partir dessa época no lugar de *manuscrito* e *Caligrafia*, passamos a ter a tecnologia da tipografia. Nesse momento, surgem os termos específicos da tipografia que perduram no processo digital. O termo fonte nessa época se referia aos tipos fundidos, hoje, esse termo é usado como um grupo de caracteres sujeitos a um mesmo padrão de construção, sejam eles digitais ou não.

A fabricação dos caracteres metálicos inventados pelo mestre ourives¹⁸ era um processo moroso e delicado¹⁹. Esse processo era dividido em três etapas distintas: gravar punções, fazer matrizes e fundição.

O livro de Heitlinger explica muito bem essas três etapas:

Primeira fase: gravar punções. O corpo em relevo da letra era gravado na extremidade de uma punção de aço, usando as ferramentas de precisão dos ourives; assim se obtinha o chamado **patriz**.

Segunda fase: fazer as matrizes. Pelo cunho com os **patrizes** – uma forte pancada do punção sobre uma barra rectangular de cobre – obtinham-se formas negativas, as chamadas **matrizes**. Depois de cunhadas pelo punção, as **matrizes** ficavam deformadas nos bordos, pelo que era necessário rectificá-las.

Terceira fase: a fundição. As matrizes de cobre, inseridas num aparelho também da invenção de Gutenberg, tornam-se moldes. Moldes que permitem a fundição de milhares de caracteres de imprensa metálicos. Vertendo cuidadosamente o metal líquido num destes moldes, o fundidor de tipos obtinha um carácter em relevo, réplica exacta da forma original na ponta do punção.²⁰ (HEITLINGER, 2006: p. 58, grifos do autor)

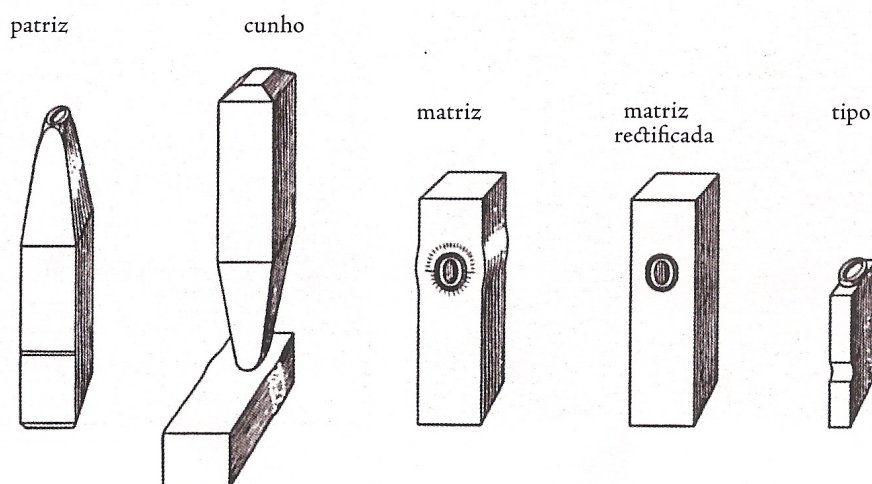


Figura 12: HEITLINGER, formas e uso das letras.

Depois de concluídos, os tipos móveis eram guardados em caixas de madeiras com divisões para cada letra e sua variação, desse procedimento surgiu os termos caixa alta e caixa baixa. As letras minúsculas eram colocadas no compartimento da parte de baixo da caixa e as letras maiúsculas na parte de cima.

¹⁸ Antes de se tornar tipógrafo Gutenberg era mestre ourives na cidade alemã de Mainz situada na margem esquerda do rio Reno.

¹⁹ O termo delicado se refere ao cuidado necessário nesse procedimento, e não à maneira que usavam os materiais. Por ser um trabalho com metais de alta densidade necessitava também de força.

²⁰ O texto foi tirado na íntegra do livro e devido ao fato de o autor Paulo Heitlinger ser português, usa um vocabulário um pouco diferente do usual no Brasil. As palavras rectangular, rectificá-las, carácter e exacta estão corretas de acordo com o período e com os padrões de Portugal.

Á	É	Í	Ó	Ú	Ç	Ã	Õ	Ê	K	ª	Æ	æ	Œ	œ	ä	ë	ï	™	°	§	ü	ñ	Ñ		
A	B	C	D	E	F	G	H			à	è	ì	ò	ù	k	W	w								
I	J	L	M	N	O	P	Q			â	ê	î	ô	û	*	§	&								
R	S	T	U	V	X	Y	Z			á	é	í	ó	ú	(!	?								
ff	fl	ffl	fi	ffi	-	ã	õ			1	2	3	4	5	6	7	8	9	0						
-	b	ç	c	d	e					i	s		f	g	h	'	»								
=																									
j	l	m	n	esp. 1 e 1,5		esp. 2 pt.				o		p		q	:										
z				esp. 2,5 pt.		esp. 3 pt.										:									
y	v	u	t	espaço normal						a		r		,	.										
x																									

Figura 13: imagem da internet.

A tecnologia de Gutenberg, primeira forma de composição, esteve em uso no período de 1950-1970.

A difusão da tecnologia de Gutenberg foi rápida, em 1465 chegou à Itália, à França e à Suíça (1470), à Holanda (1471), à Bélgica e à Hungria (1473), à Espanha e à Polônia (1474), à Boêmia (1475), à Inglaterra (1477), à Áustria (1482), à Dinamarca (1483) e por último a Portugal (87), o país responsável pela introdução da tipografia no Brasil²¹.

Obs.: É importante documentar outro advento muito importante para impressão de livros, a descoberta do papel feita pelos chineses no ano de 150, muito antes da invenção da tecnologia da tipografia. Por mais de 600 anos, os chineses mantiveram em sigilo o sistema de fabricação do papel. Essa tecnologia só chegou à Europa no século XI, introduzida pelos árabes, que descobriram a invenção quando invadiram em 751 a cidade Samarcanda, dominada pelo império chinês.

3.2 A chegada do processo da tipografia no Brasil

²¹ História da tipografia no Brasil, p. 6.

O sistema colonial português foi o grande responsável pelo atraso da introdução da invenção de Gutenberg no Brasil, que foi contar com essa tecnologia somente no ano de 1808, com precedência apenas sobre a África do Sul e a Grécia.

De acordo com historiadores brasileiros, a coroa portuguesa promoveu a colonização de exploração²² no Brasil. Nesse tipo de colonização, diferentemente do que defende a colonização de povoamento²³, os colonizadores não tinham interesse em promover uma cultura nacional, pelo contrário, acreditavam que o não progresso da colônia seria fundamental para a manutenção da relação de subsistência. O episódio do tipógrafo português, Antonio Isidoro da Fonseca exemplifica bem a postura portugalense. Em 1747, Antonio pretendia promover o processo da tipografia no Rio de Janeiro, chegando a conseguir produzir alguns impressos. Quando a Coroa tomou conhecimento mandou, por ordem régia, de 6 de julho de 1747, sequestrar e queimar todos os bens do tipógrafo brasileiro, além de deportá-lo de volta para Lisboa.

Com a chegada da família real, em 1808, que fugia da expansão francesa de Napoleão Bonaparte, o Brasil começou a desenvolver um novo espaço cultural. O Rio de Janeiro foi o estado mais privilegiado com essa mudança, graças à ela, autoridades de Portugal, membros da corte, diplomatas, estudiosos, agora faziam parte da esfera pública do Rio.

Em 1810, inaugurou-se a primeira fábrica de papel no Brasil, em 1841, Zeferino Ferrez, membro da missão francesa, foi encarregado de formar um corpo docente para ministrar o ensino das artes e ofícios no Brasil. No ano de 1809, foi construído, no Brasil, um prelo de madeira destinado à Impressão Régia, cujas impressões tinham caráter normativo de acordo com as leis estabelecidas pela família real. Essa oficina foi crescendo e, em 1845, recebeu o seu primeiro prelo mecânico, essa oficina se transformou no que chamamos de Departamento de Imprensa Nacional.

²² Nesse modelo de exploração, os colonizadores tinham como interesse acumular riquezas por meio da colônia. Seja pela exploração dos recursos naturais, pelo uso da mão de obra, e outras maneiras. Sendo assim, a colônia era um meio para seus colonizadores ganharem dinheiro. No Brasil, Portugal estabeleceu essa relação de colonização, o Coroa Portuguesa só promoveu o desenvolvimento no Brasil, após a fuga da família real. Com a chegada da família real, esse desenvolvimento ocorreu.

²³ Na colonização de povoamento, os colonizadores buscam desenvolver a região colonizada. Criam leis, organizam, investem em infraestrutura e lutam por melhorias. Como exemplo, podemos citar a colonização inglesa nos Estados Unidos.

Até a independência do Brasil, em 1822, a Imprensa Régia manteve o monopólio da impressão no Rio de Janeiro. Durante os 14 anos de vigência, foram produzidos mais de mil itens, constituídos em sua maior parte por cartazes, folhetos e documentos do governo. Até o final da década de 1970, o país utilizou o processo tipográfico de diversas maneiras, como na impressão dos primeiros periódicos como o *Gazeta do Rio de Janeiro*²⁴, e continuou usando essa tecnologia para uso do Império, e após 1899, para uso da República.

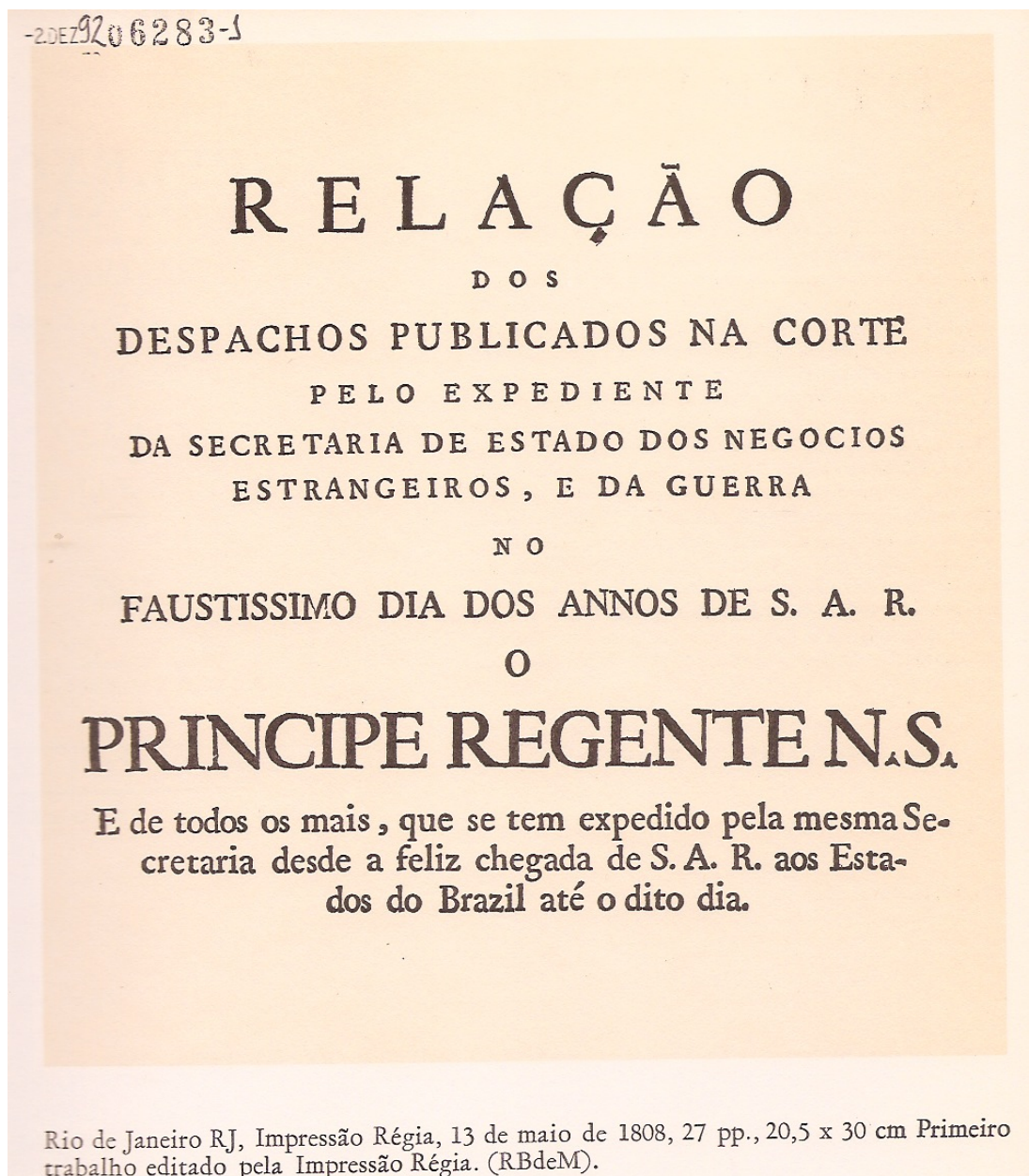


Figura 14: SÃO PAULO. Secretaria de Cultura, Ciência e Tecnologia, Historia da tipografia Brasileira.

²⁴ Não consideramos o *Correio Braziliense*, por ser impresso em Londres e não no Brasil.



SABBADO 1.º DE JULHO DE 1820.

*Doctrina . . . vim promovet insitam,
Recti que cultus pectora roborant. H O R A T I*

O seguinte artigo, que se lê na Gazeta Inglesa, *The Courier*, de 11 de Abril, he tão interessante ás Sciencias, que o offerecemos por extenso á curiosidade dos Leitores.

LITTERATURA AMERICANA.

Summario dos trabalhos do Lyceo de Historia Natural de New York, em algumas das sessões precedentes.

Leu-se a Carta de *Martin Paine, Esc.*, de *Montreal*, descrevendo circunstanciadamente a escuridão da athmosfera naquelle lugar, a 9 de Novembro de 1819. O ar estava tão denso, que ás 3 horas da tarde, as gallinhas procurarão os poleiros, accenderão-se candieiros nas lojas e nas cazas, e era impossivel ler no meio da rua livros da letra mais intelligivel. Mr. P. manda com esta descripção huma garrafa de chuva preta, que cahio durante a commoção, acompanhada de vivos relampagos, e grossos trovões. Remetteu-se a huma junta (*comité*) escolhida, para examinar-se experimentalmente. Hum relatório feito em consequencia participou aos Membros que nada importante se podia descobrir na agoa senão carbonio ou ferrugem. Informação subsequente nos affirmou, que durante a grande seca da estação, os matos arderão por huma extensão nunca vista em *Kentucky*, e outras regiões do *Sud Oest*. Portanto pôde julgar-se que grandes fogos, que grassarão nos matos do Sul do *Ohio*, terão produzido particulas fuliginosas bastantes para escurecer o dia no *Baixo Canada*. Não he provavel que atomos de ferrugem

possão ser lançados do volcão de *Hecle* na *Islandia*. Não conhecemos monte inflammado, nem erupção ignea na *America*, donde possão vir negros vapores.

Leu-se huma memoria engenhosa sobre os citados esqueletos de anões achados em hum cemiterio perto do *Rio Merrimac*, em *Missouri*. Noticia subsequente está em opposição com a pretendida existencia de huma nação de pigmeus alli. Parece mais provavel que as sepulturas, ou covas, em que jazem os ossos humanos, não erão receptaculos de só hum corpo morto em cada hum, mas lugares, em que se depositavão indifferentemente os ossos de todas as pessoas fallecidas, de todas as idades. Nesta mistura de reliquias, lançadas em camaras curtas e estreitas, pôde haver facil origem de engano.

M. Patrick Hay descreve huma fonte mineral perto de *Lowville*, *Lewis County*, *New York*, que lança bolhas de hum gaz, que parece ser hydrogeno sulfuretado. A agoa sahe muito clara e fria. As bolhas, que feriem sobre a superficie, despedem hum cheiro, que se assemelha ao que sahe ao lavar o cano sujo de huma espingarda. O gosto he semelhante. Já se empregou a agoa externamente para defluxos venereos, doenças de olhos, e erupções da pelle, como dizem, com beneficio notavel; assim como internamente para a hydropesia, reumatismo e pedra. Esta fonte parece quasi da mesma qualidade, que a famosa fonte de agoa sulfurea de *Clifton*, no paiz *Ontario*.

Communicou-se huma serie de cartas escritas pelo Capitão *Alden Partridge*. Elles contém hum extracto da sua expedição pelos de-

3.3 A composição

Até chegar a impressão *offset*, o mundo assistiu a algumas inovações no processo de composição gráfica, e as mais importantes delas serão citadas nesse tópico. Segundo o autor James Craig, “tradicionalmente a composição era feita na mesma gráfica que fazia a impressão, por isso as impressoras dispunham de uma oficina própria de composição, com todo equipamento adequado”. O mesmo autor apresenta quatro formas possíveis de composição: a manual, a mecânica, por máquinas de escrever, e a fotocomposição. A pesquisa manteve as quatro formas e acrescentou a leterset como a quinta forma. A leterset, embora não seja “composição” no sentido mecânico da palavra, seu tipo de transferência é um outro meio de fazer composição.

3.3.1 Composição manual.

niciada com a descoberta de Gutenberg, a composição manual é a atividade de compor com tipos móveis feita pelo tipógrafo. Do início ao fim dessa composição, os materiais utilizados são os mesmos, o componedor, a caixa de tipos, e o tipo metálico propriamente dito.

Descrevendo brevemente o processo de composição, com auxílio do livro de Craig. Ao início do processo, o tipógrafo ajusta o componedor para a medida de linha desejada, após o ajustamento, ele, com uma mão, segura o equipamento e com a outra pega os tipos e coloca no componedor.



Figura 16: CRAIG, Produção Gráfica, p.16.

Para adicionar espaçamentos e justificar as linhas, o tipógrafo usava placas de metal. As placas usadas para determinar os espaçamentos entre palavras eram chamadas de espaços e quadratins. Essas eram medidas de acordo com tamanho da letra, por exemplo se um tipo tem 10 pontos de corpo o quadratim é um quadrado com 10x10 pontos. Percebendo que um quadratim poderia ser um espaço muito grande entre palavras, fracionaram essa placa de metal. 1/3 do quadratim era um espaçamento usual da época.

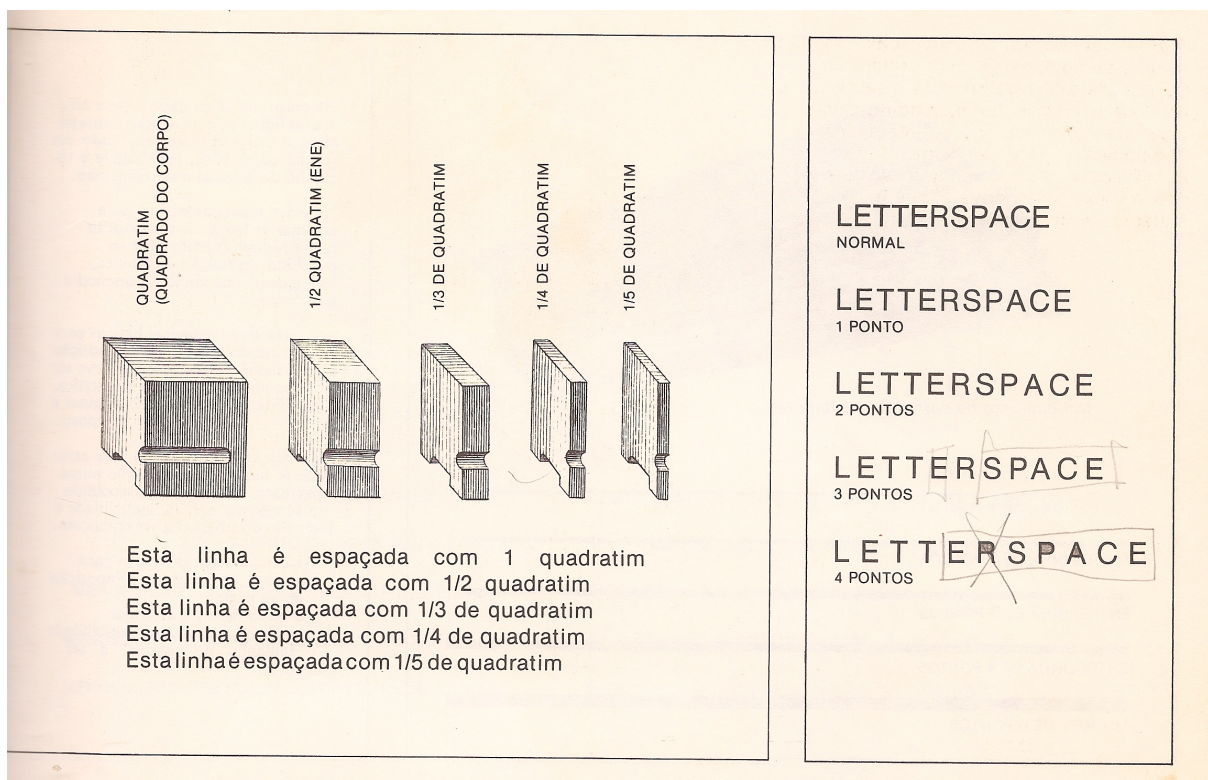


Figura 17: CRAIG, Produção Gráfica, p.13.

Para definir o entrelinhamento eram usadas outras placas de metal, chamadas de entrelinhas, essas eram medidas em pontos, as mais comuns têm 1,2,3 e 4 pontos. A partir de 6 pontos as entrelinhas são chamadas de lingotes. Chama-se de composição cerrada aquela que é feita sem entrelinhas.

As entrelinhas e os quadratins não eram impressos por ter uma altura menor que a do tipo, ou seja, ela não tinham nenhum contato com o papel no momento da impressão.

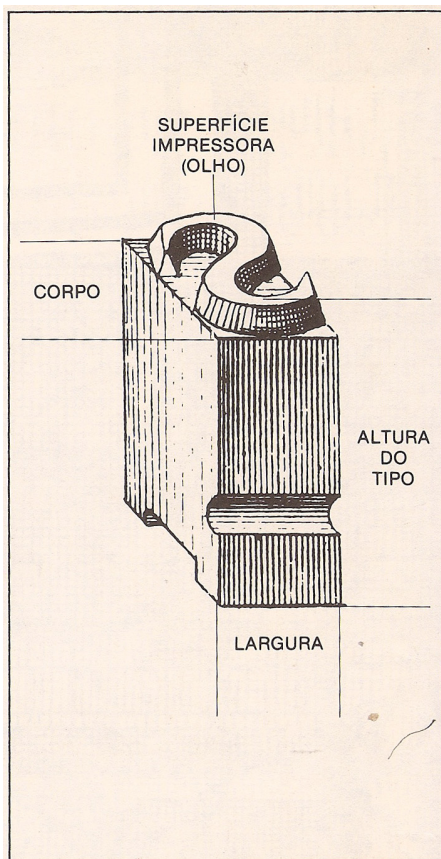


Figura 18: CRAIG, Produção Gráfica, p.14.
Gráfica, p.12.

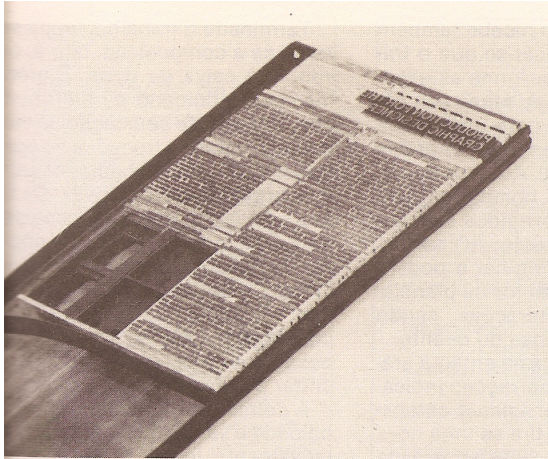
Figura 19: CRAIG, Produção

Deixando definições de lado e voltando ao procedimento, quando o componedor já estava completo, as linhas de letras e quadratins eram transferidos para uma bandeja rasa chamada de galé. E esse processo continuava até o tipógrafo completar a galé ou até que o trabalho terminasse.

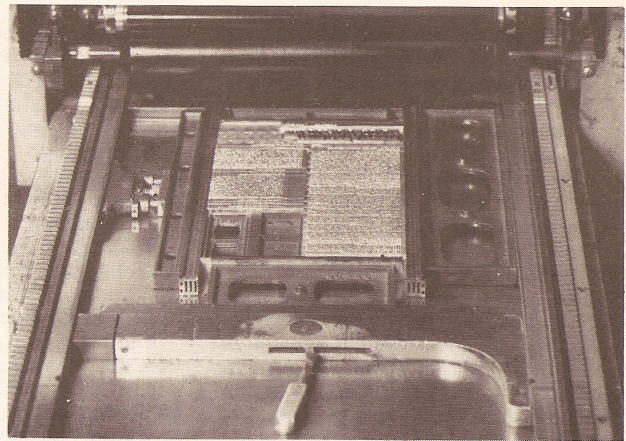
Após essa etapa, a próxima etapa era a paginação, etapa que o profissional dispunha os elementos de acordo com o que fora previamente estabelecido, local do título, do texto auxiliar. Em trabalhos pequenos, essa composição de elementos era feita na própria galé, em trabalhos maiores, era usada uma mesa chamada de mesa de paginação.

Para prender todas as letras e garantir a manutenção da disposição dos elementos, a composição era amarrada com barbante ou circundando com uma guarnição: pedaços de madeira, metal ou plástico. Após esse procedimento, ela poderia ser amarrada sobre a galé, numa forma metálica chamada rama, ou diretamente sobre o cofre do prelo. Ao final do processo, com o material pronto para impressão, a composição recebia o nome de *forma*.

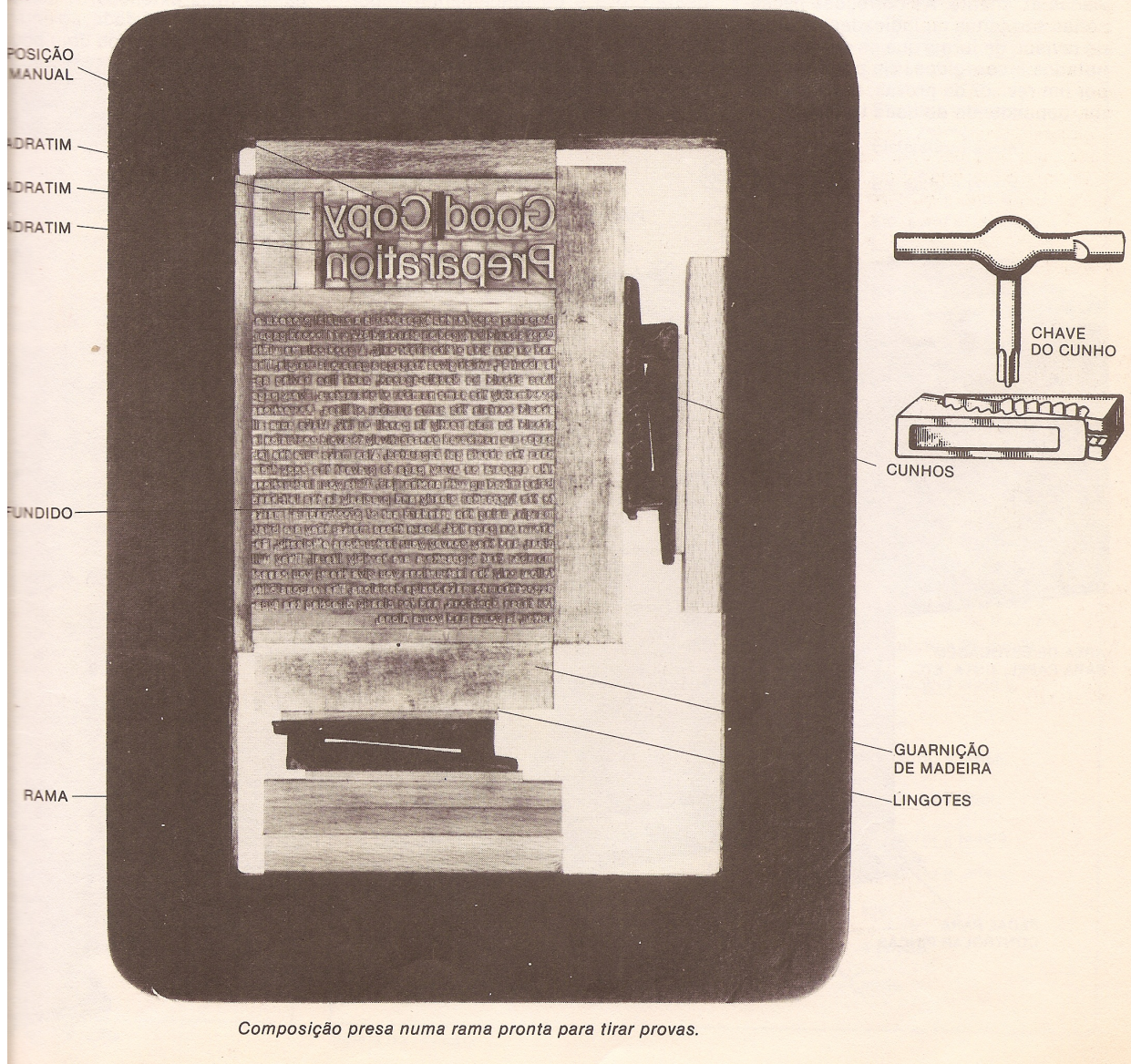
Ao fim do processo, eram tiradas as provas através do prelo de provas.



Composição em uma galé, firmada na posição por prendedores de madeira.



Fôrma tipográfica, presa no cofre de um prelo de provas.



Composição presa numa rama pronta para tirar provas.

Figura 20: CRAIG, Produção Gráfica, p.17.

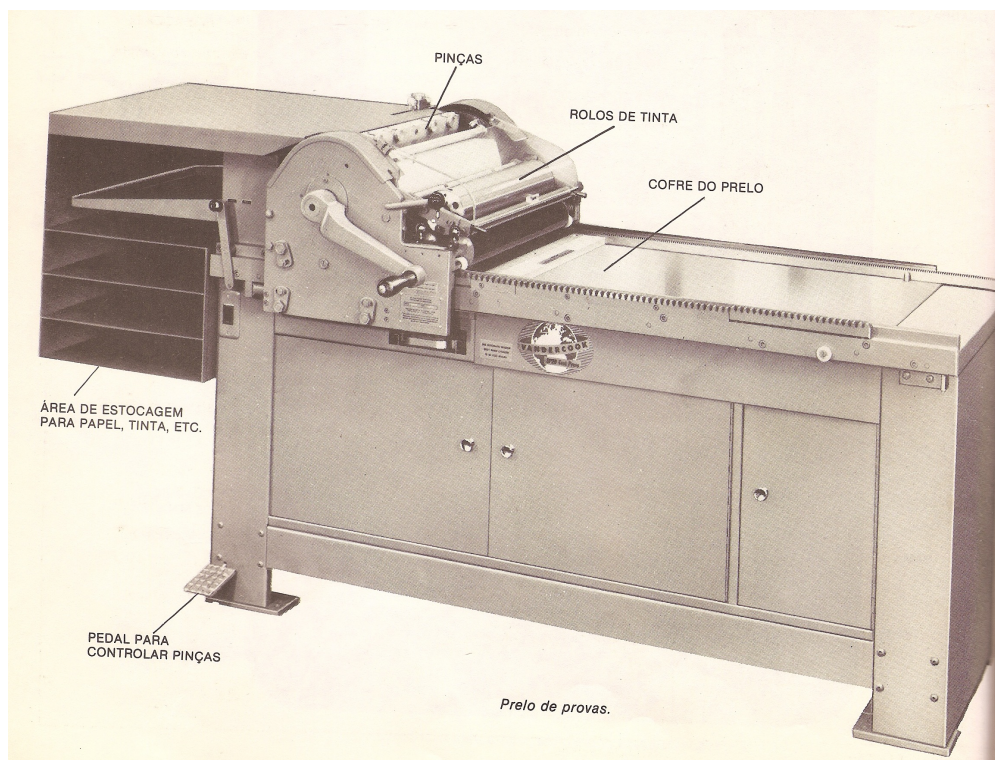


Figura 21: CRAIG, Produção Gráfica, p.16.

3.3.2 Composição mecânica

Esse método envolve fundição de tipos a partir de ligas metálicas, composta por chumbo, estanho e antimônio e, por isso, pode ser também chamado de composição a quente.

Temos quatro máquinas principais nesse tipo de composição, a Linotipo, Intertype, Monotipo e Ludlow.

3.3.2.1 Linotipo e Intertype

A Intertype, desenvolvida em 1911, tinha os mesmos princípios da Linotipo, inventada em 1886 por Ottmar Mergenthaler, de Baltimore. São chamadas de máquinas de fundir linhas por só fundirem linhas completas e não tipos individuais.

O operador da máquina, chamado de linotipista, fica de frente ao teclado, de onde comanda a máquina. Na parte frontal superior dessa, ficam os magazines, compostos por uma série de canais internos, onde ficam as matrizes, ou o molde das letras.

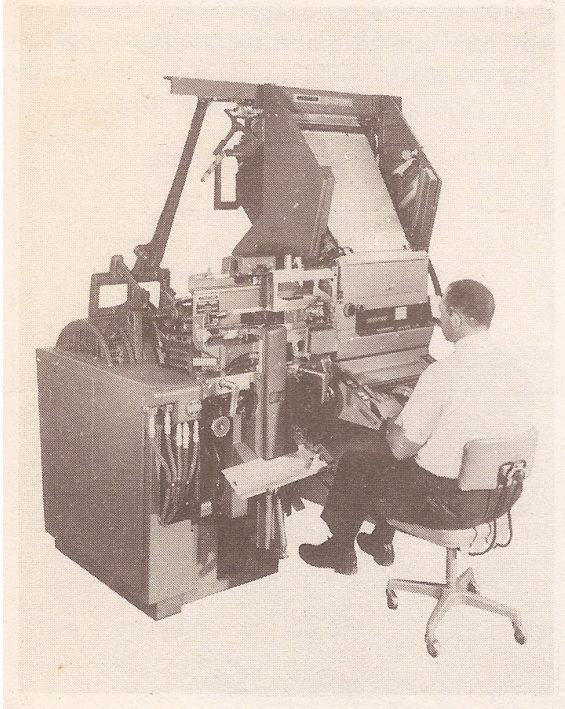
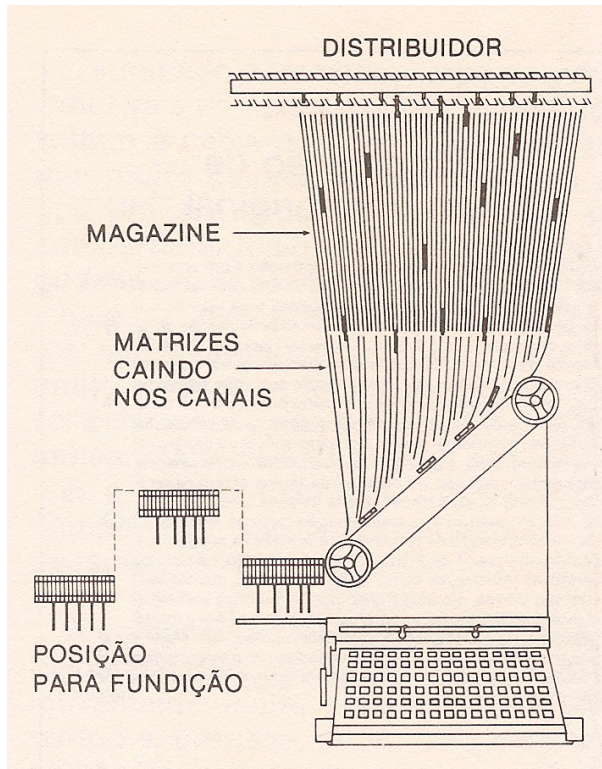


Figura 22: CRAIG, Produção Gráfica, p.18.

Figura 23: CRAIG, Produção Gráfica, p.20.

Coordenadas pelo teclado do operador, as matrizes caem em sequência formando uma linha. Quando a linha está finalizada o linotipista puxa uma alavanca que promove uma série de atividades. Craig descreve essas atividades:

A linha composta de matrizes e espaçadores, é transferida para o mecanismo de fundição, os espaçadores são apertados entre as palavras

para justificar a linha; o metal fundido (o “chumbo”, na realidade uma liga de chumbo e estanho) é injetado nas matrizes; e, finalmente, a linha composta é ejetada para a galé. Logo depois que a linha é fundida, as matrizes voltam ao magazine, através do distribuidor, e os espaçadores para uma caixa própria, prontos para a próxima linha. Tudo isso leva cerca de quinze minutos. (CRAIG, 1987: p. 20)

Um operador conseguia compor em média de três a quatro linhas por minuto, desconsiderando possíveis correções, qualquer correção em alguma linha significava refazer toda a linha ou até as outras linhas do parágrafo, isso prova o quanto esse sistema era mais rápido que a composição manual.

3.3.2.2 Monotipo

Inventado no ano de 1887 pelo americano Tolbert Lanston, o nome Monotipo sugere a fundição individual dos caracteres, e não uma linha completa, como a Linotipo. Todo processo era dividido por duas máquinas, o teclado (perfurador) e a fundidora de tipos. Através do teclado o operador vai compondo, essa composição era registrada em uma fita, que pelos furos feitos pela máquina, codificava as letras que seriam impressas na fundidora. Resumidamente o operador tem sua composição materializada em uma fita codificada

por furos, esses códigos serão reconhecidos com letras pela fundidora de tipos que imprime a prova.

Esse método é ideal para composições completas, pois permite a troca, com facilidade, de matrizes individuais por caracteres especiais que não constem da fonte regular. Além do mais, pelos caracteres serem compostos individualmente, uma alteração, não requeria a recomposição de toda uma linha, reduzindo o tempo gasto nas correções.

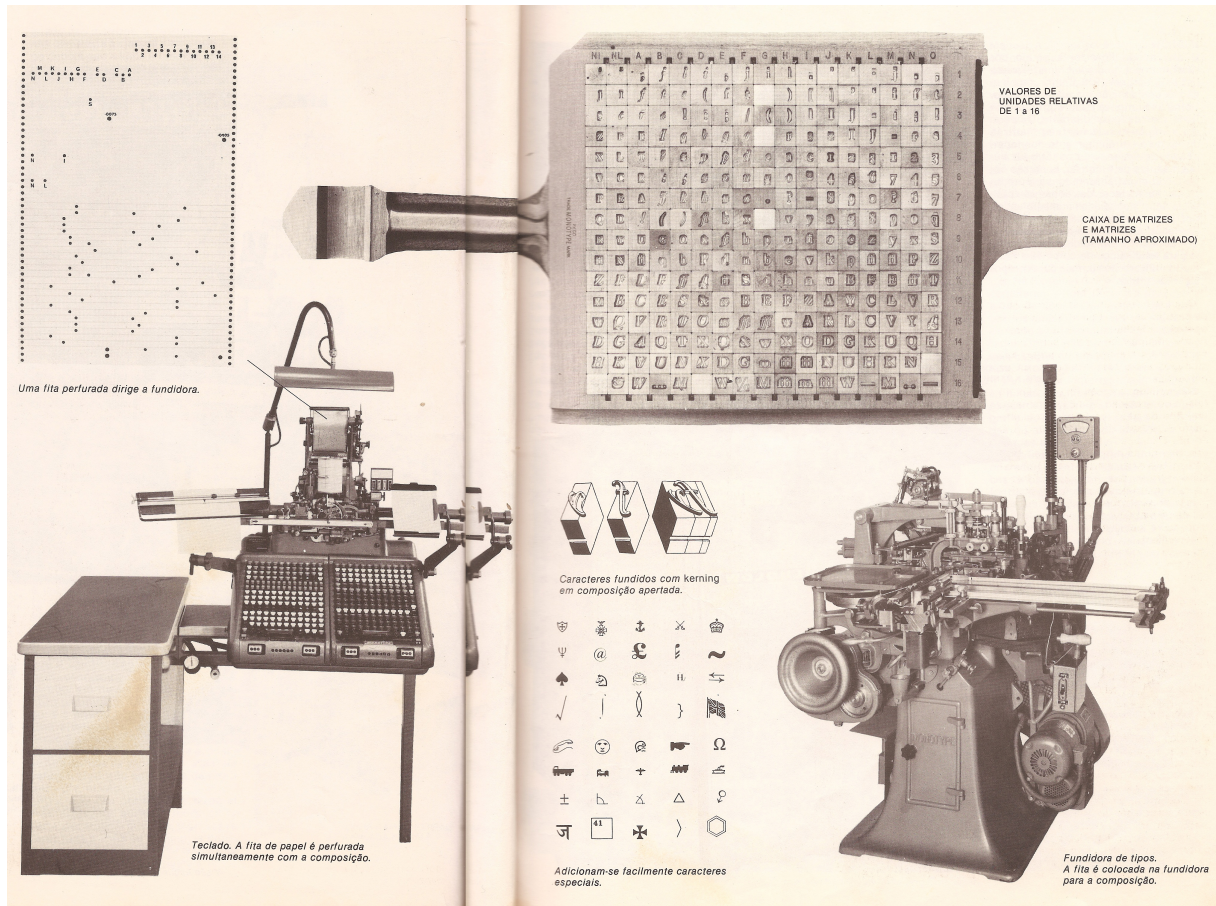


Figura 24: CRAIG, Produção Gráfica, p.20.

3.3.2.3 Ludlow

Sugerido por Washington I. Lundlow e aperfeiçoado por A. Reade, em 1906, esse sistema é uma combinação de composição manual e fundição. Da mesma forma que os tipógrafos, o operador compunha manualmente as matrizes de tipo e o entrelinhamento num componedor e em seguida os introduzia em uma máquina de fundição, onde eram cobertos por metal fundido, para compor a linha. Esse método era muito usado por jornais na composição de títulos, por ser projetado para fundir corpos de 12 a 72.

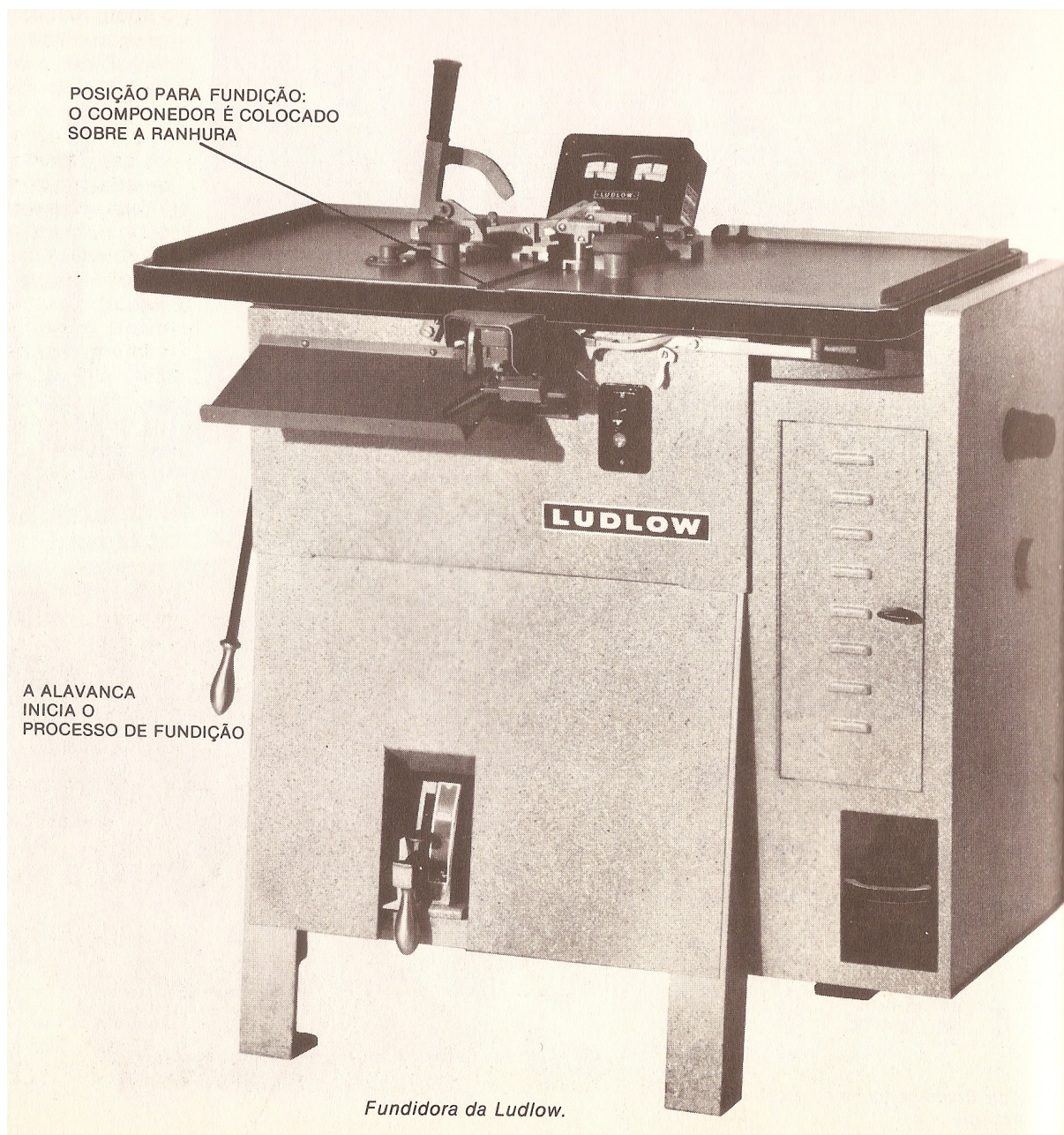


Figura 25: CRAIG, Produção Gráfica, p.22.

3.3.3 Máquina de escrever

Seu sistema de composição é conhecido como composição por impressão direta. Este sistema de composição provavelmente é o método de composição mais simples, o original é composto diretamente em um papel de reprodução, manual ou automática (com leitura de fita ou cartão). Essas máquinas têm caracteres com larguras específicas

e só geram uma única prova, no caso de necessitar de outro exemplar ou recompõem-se todo trabalho ou faz-se uma fotocópia.

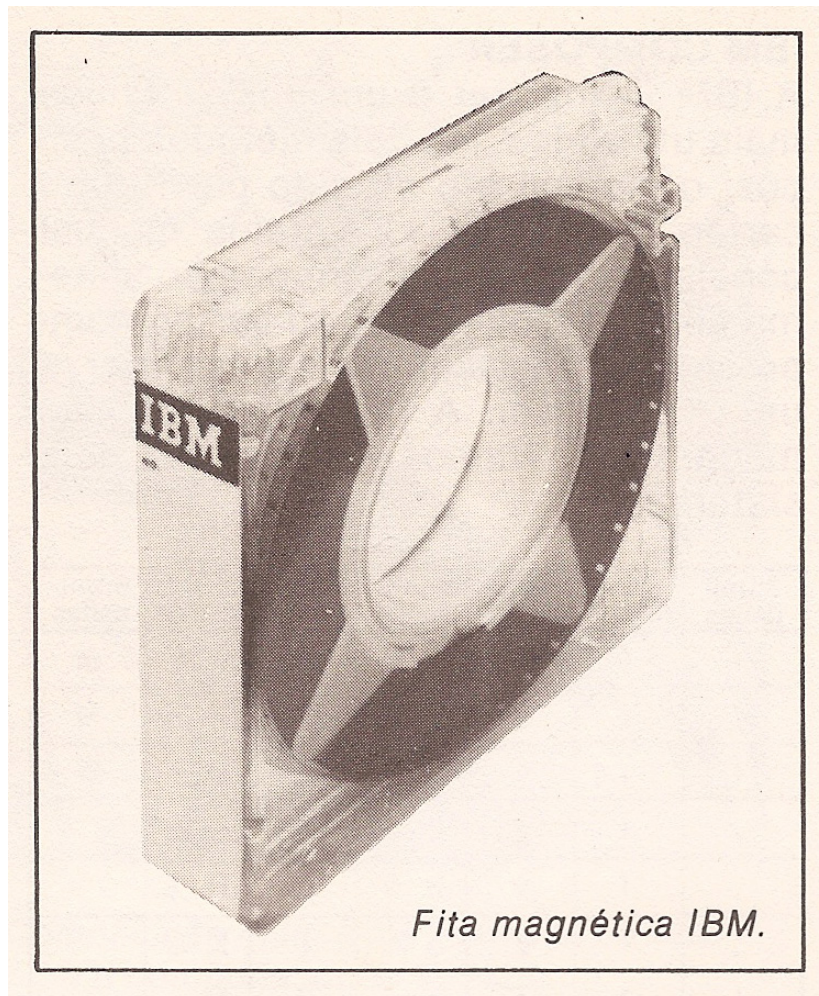


Figura 26: CRAIG, Produção Gráfica, p.20.

Essas máquinas têm caracteres com larguras específicas e só gera uma única prova, no caso de necessitar de outro exemplar ou recompõem todo trabalho ou tira um xerox.

As maiores fabricantes de máquinas de escrever eram a IBM e VariTyper. A Composer da marca IBM foi planejada para usar somente fontes de tipo da IBM: Baskerville, Bodoni, Century, Univers e outras. A maior parte delas com variação redonda, negrito, e grifo. Os corpos vão de 6 a 12 pontos. O grande diferencial da VariType perante a máquina da outra fabricante, é a possibilidade de operar com duas fontes simultaneamente, possibilitando a mistura dos estilos.



Figura 27: CRAIG, Produção Gráfica, p.28.

3.3.4 Fotocomposição

Apesar de a tecnologia surgir em 1944, somente na década de 1970, o processo da fotocomposição tomou conta do cenário de produção tipográfica mundial. Em menos de vinte anos, ela extinguiu quase todos os tipos de metal²⁵, obrigando os compositores manuais e os operadores de linotipos e monotipos a aprenderem como utilizar as fotocompositoras.

A fotocomposição tem algumas particularidades que precisariam de, no mínimo, seis páginas para comentar todo o processo, como o intuito dessa pesquisa

²⁵ HEITLINGER, Paulo. Tipografia, origens, formas e usos das letras, p. 242.

não é analisar a fotocomposição, essa composição será explicada de maneira sintetizada dando preferência aos avanços dessa tecnologia.

No livro *Produção Gráfica*, são citadas as principais vantagens da fotocomposição perante suas antecessoras.

O tipo é mais definido. Na composição manual e a quente, o tipo tem que ser entintado para impressão. A pressão do tipo de metal contra o papel causa a compressão da tinta, que tende a fazer com que as bordas das letras sejam impressas de forma irregular. Já na fotocomposição, os caracteres individuais são projetados e expostos sobre um filme ou papel fotossensível, resultando em letras de formas bem definidas.

O espaçamento entre letras é melhor. Como o tipo é feito sobre uma peça metálica, há um limite para diminuição dos espaços entre letras na composição tradicional. Na fotocomposição, este é um problema inexistente. De fato, as letras podem ser compostas encostadas umas às outras, superpostas ou de qualquer forma que se queira. E com o uso de prismas, as letras podem ser inclinadas, expandidas ou condensadas. Além disso, a troca de famílias de tipos é algo tão simples como trocar o filme de uma máquina fotográfica comum.

Pode-se compor diretamente sobre o filme. Talvez a vantagem mais singular da fotocomposição é que ela permite a composição e paginação dos trabalhos diretamente sobre um filme ou papel fotossensibilizado. Isto significa que é possível ir direto do filme à confecção de chapas, eliminando a necessidade de uma montagem final e de processamento de um filme antes da gravação da chapa. A vantagem mais importante é que assim o impressor grava as chapas com material de primeira geração e não de segunda ou terceira geração, garantindo uma qualidade superior da chapa impressora. (GRAIG, 1987, p. 29, grifos do autor)

Resumidamente, esse sistema é composto por um teclado, um computador e a fotounidade. O teclado tem a função de fazer o *input*, a maior parte dos vocábulos usados na fotocomposição é da língua inglesa, que significa entrada de dados, onde o conteúdo e a composição é estabelecida. Esse teclado é semelhante ao de uma máquina de escrever comum, com algumas teclas a mais, para troca de fontes, corpos. Como resultado da datilografia, fitas eram produzidas. O computador fica responsável por processar as fitas não justificadas, e fazer os ajustes de fim de linha, como a justificação. A materialização da composição fica toda por conta da fotounidade.

A fotounidade é uma combinação de componentes fotográficos, eletrônicos e mecânicos. Os tipos individualmente, originam-se de uma imagem em negativo existentes num porta-matriz. Dependendo do sistema, o porta-matriz pode ter forma de grade (grid), disco, tambor ou tira de filme. Na composição, uma luz de alta intensidade é projetada através dos caracteres, atingindo um papel ou filme fotossensível. Em alguns sistemas, o porta-matriz permanece fixo enquanto a fonte de luz se move; em outros, o porta-matriz é que se movimenta, posicionando a letra ou sinal desejado em frente ao feixe fixo de luz. (GRAIG, 1987: p. 36)

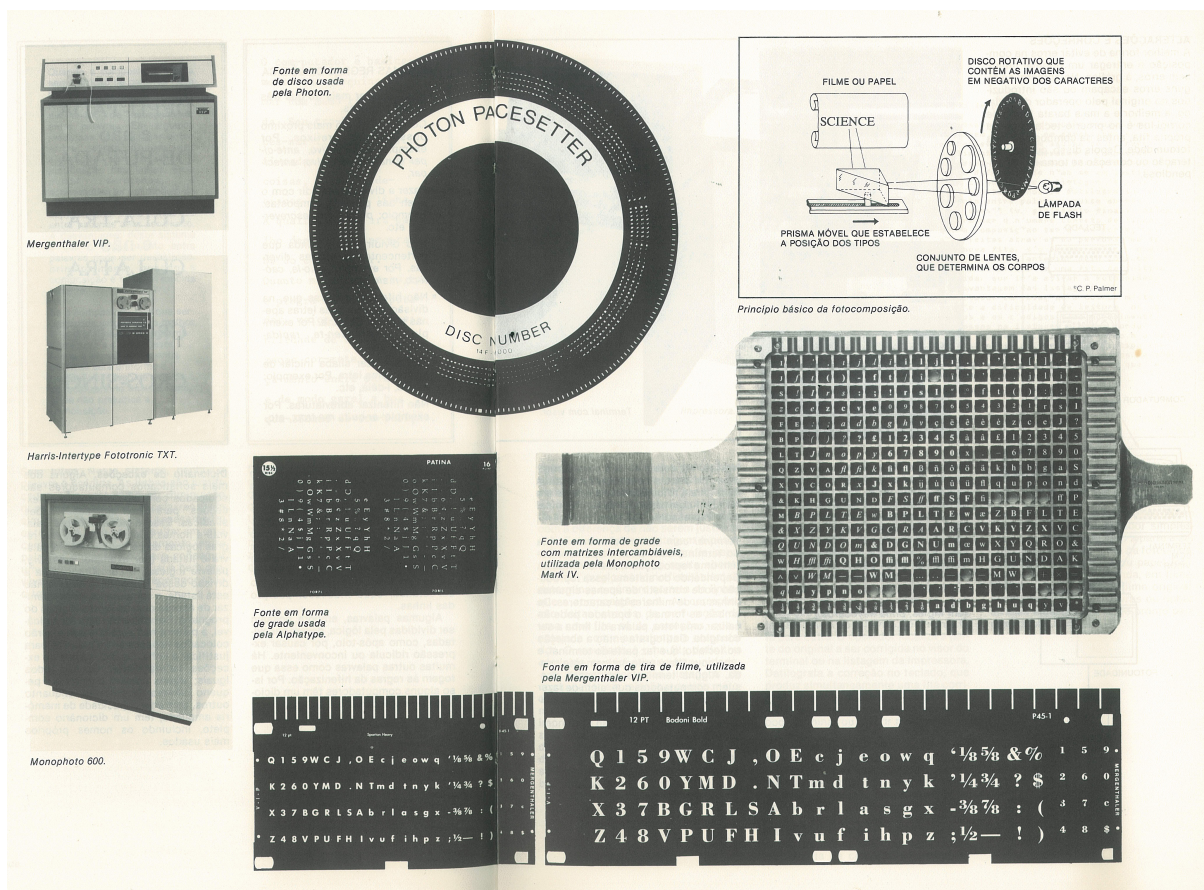


Figura 28: CRAIG, Produção Gráfica, p.36.

Segundo Paulo Heitlinger, Adrian Frutiger foi o grande especialista dessa transição, acelerando a passagem dos desenhos do tipo de metal para os suportes fotográficos. A Univers, considerada um verdadeiro “tipo do século”, foi desenvolvida em dois suportes paralelamente, para a composição com tipos de metal e para a fotocomposição.

3.3.5 Letraset

Letraset é o nome da empresa britânica que fabrica vários produtos tipográficos, entre eles, o mais famoso, as letras transferíveis. A empresa se estabeleceu no Brasil na década de 1960, primeiramente funcionando como importadora e depois com uma fábrica no país.

O nome Letraset tem como referência genérica o processo de transferência de letras e imagens, bem como, vários tipos de transferíveis, tais como *bodytype* e

retículas e texturas ou padrões gráficos para artes gráficas, arquitetura e geografia, filmes coloridos. A folha de Letraset é uma superfície plástica que contém letras e/ou desenho, que são transferidas ao suporte da arte-final²⁶ através da “esfregação” com espátula específica. O autor James Craig explica o mesmo processo de maneira diferente.

Transferência por pressão. (Letraset, Prestype etc.) Remova a folha protetora e posicione a folha na superfície de trabalho. Pressione a letra suavemente com o dedo, para certificar que a superfície está bem lisa. Para transferir a letra, fricção-a delicadamente com a esferográfica ou lápis, em movimentos rápidos. Depois de pressionar toda a superfície da letra, retire a folha. A letra ficará na superfície do trabalho. Coloque a próxima letra na posição, usando o sistema de linhas ou barras existentes na folha para assegurar alinhamento e espaçamento corretos. Depois de todo o trabalho ser transferido, coloque a folha protetora sobre a palavra e esfregue-a firmemente. (GRAIG, 1987: p. 67)

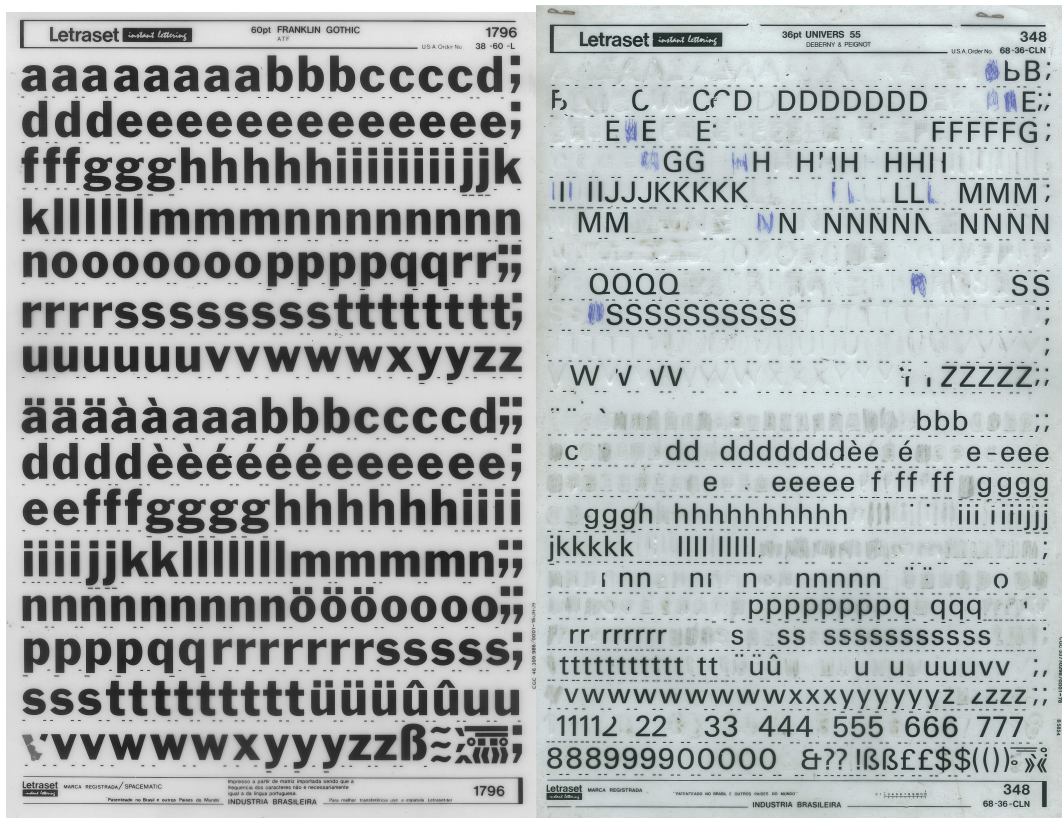


Figura 29: Exemplos cedidos pelo professor Wagner Rizzo, foto: Pedro Teixeira.

Não eram somente as letras que preenchiam as artes-finais, tinha alguns exemplares com desenhos, texturas tinham também as pantones da Letraset para você colorir sua

²⁶ Arte-final nesse caso é o produto final, resultado da composição do desenho, ou seja, de toda elaboração do material gráfico. A arte-final é o último exemplar que determina como vai ser a prova e a impressão.

imagem, da mesma maneira que no photoshop trabalhamos com camadas, o uso do papel transferível deveria ser por etapas, a diferença que na época o erro poderia ser irreparável. Pedro Henrique Garcia, diretor de criação da agência Fields Comunicação, na sua época, no caso de um erro, a solução era usar um *durex* para tirar o que estivesse errado, mas o prejuízo de perder uma letra ou um desenho já estava consumado. Pedro, continua: “quando acabavam todos os “AA”²⁷ eles tinham que pegar o “V”, rotacioná-lo e colocar a barra do meio” (GARCIA, 2012).

Em uma entrevista, o designer e professor Luli Radfahrer, comenta como era o trabalho que os diretores de arte tinham com a composição dos tipos.

A tipografia era um capítulo à parte. Ela poderia ser decalcada ou desenhada à mão, o que limitava bastante as opções. As agências precisavam ter em seus estúdios pilhas de caixas de filme transferível. Cada tipo, em cada estilo, de cada tamanho precisava de um filme diferente. Helvética Bold, corpo 12, era diferente de Helvética Bold, corpo 11, e de Helvética Regular, corpo 12. Cada tipo específico era chamado de “fonte”. Helvética era uma “família tipográfica. (RADFAHRER, 2008)

Além de transferência por pressão existem também a transferência de cortar e colar. As principais marcas que fabricam papel transferível de cortar e colar são a Artype, Formatt e a Zip-a-Tone.

3.4 Marconi: a primeira fonte digital

Criada em 1973 pelo designer Hermann Zapf, a fonte é preenchida por pixels, ou seja, ela é a primeira *Bitmap*²⁸ *font* que temos registro. Dois anos depois do nascimento da Marconi, Gerard Unger, outro designer de tipos, desenvolveu a Demos. Segundo Paulo Heitlinger, a Marconi foi desenvolvida por meio da fotocompositora Digiset.

²⁷ A letra “A” em caixa alta.

²⁸ Dizemos que uma imagem ou uma fonte é bitmap quando ela composta por pixels, os pequenos quadrados que compõem a imagem digital.

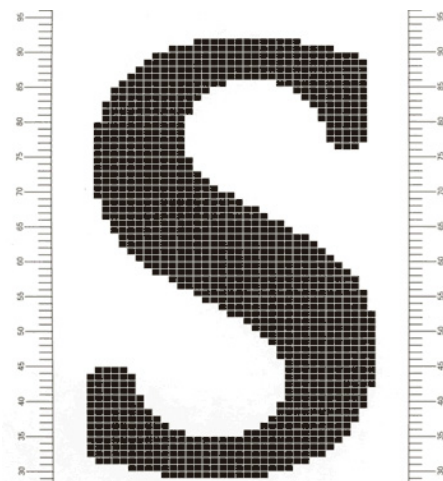


Figura 30: imagem da internet.



Figura 31: imagem da internet.

A alemã Digiset poderia ser comandada diretamente por um computador ou indiretamente por uma fita perfurada ou fita magnética. Juntamente com o computador Hellcom, computador especialmente fabricado em parceria com a empresa alemã, que detinha um *software* que respondia a todas as exigências da fotocompositora, formaram uma inovação que resultou na dinamização da produção e na automatização da produção.

Essa automatização do processo de criação gerou algumas críticas, como a do designer Eric Gill que, em seu livro, **An Essay on typography**, critica a produção por meio da fotocomposição.

Os modos de produção industriais aplicados à tipografia estavam transformando o “trabalhador comum” em mera ferramenta nas mãos de outra pessoa (...) ele não pode ser mais visto como um artista, porque sua habilidade não é a do homem que cria coisas; ele é simplesmente uma ferramenta usada por um designer e somente o designer é o artista. (GILL, 1993)

Não sabia ele que, na década de 1980, surgiria uma nova tecnologia que permitiria a qualquer designer de tipos, com um computador, uma mínima habilidade e muita paciência, criar suas próprias fontes. Graças ao *desktop publishing*, vivemos a democratização da produção e convivemos com essa grande diversidade de fontes existentes no mercado.

3.5 Desktop Publishing

O DTP, erroneamente traduzido como edição eletrônica, trouxe todo o processo de composição para os computadores. Nesse momento de efervescência, programas gráficos e inovações tecnológicas surgem para fortalecer o movimento.

A necessidade de um grande aparato e um suporte de maquinário para a produção de composições tipográficas cedeu lugar para um processo, mais barato, digital. Com conhecimento técnico, computador, e *softwares* de edição de fontes é possível deter todo o aparato necessário para criar uma fonte digital. Quando usamos o termo democratização do processo, referimo-nos à retirada da produção de fontes das mãos das grandes *Foundrys* e à abertura do mercado de produção de fontes para qualquer designer de tipo.

Um dos *softwares* mais importantes para o progresso da produção de tipos digitais do Ikarus. O Ikarus passou a ser usado no ano de 1976, esse *software* é considerado o grande suporte da digitalização e vetorizações das fontes digitais sofisticadas. Seu grande diferencial era desenhar o *outline*, contorno, dos glifos. O Ikarus foi um instrumento decisivo para implementar a edição de fontes no computador.

Com o computador e os *softwares* de programação gráfica, se tornou possível a visualização e edição de conteúdos gráficos, na tela, em tempo real, com um baixo

custo operacional. Essa tecnologia estimulou os profissionais da área ao empirismo²⁹. Com o surgimento dos primeiros programas de construção e edição de fontes tipográficas digitais no computador, o Fontstudio e o Fontographer, das extintas Letraset e a Altsys, respectivamente, uma nova geração de designers de tipos surgiria, uma geração que não se limitava a regras, e buscava sempre experimentos novos. Em 2000, o programa Fontlab Studio veio para dominar o cenário permanecendo até os dias de hoje.

Tão importante quanto os programas de edição e construção de fontes tipográficas, podemos citar outras invenções que revolucionaram a produção digital de fontes, o PostScript introduzido em 1985 pela Adobe, PageMaker da Aldus, lançado no mesmo ano, a impressora Laser Writer a primeira impressora a laser com PostScript, de 1986, o formato TrueType criado pela Apple, em 1991, o OpenType desenvolvido pela Adobe e pela Microsoft em 1994. Vale aprofundarmos mais nos formatos de fontes para entendermos porque o OpenType é o principal padrão da indústria tipográfica da atualidade.

O TrueType, apesar de desenvolvido pela Apple, foi adotado pela Microsoft em seu sistema operacional Windows 3.1 no mesmo ano de sua criação. A necessidade do pagamento de *royalties*³⁰ para a empresa de Steve Jobs incomodava a empresa de Bill Gates, e em busca de eliminar esse gasto a Microsoft criou o TrueType Open.

Na corrida pelo melhor formato, a Microsoft juntou suas forças com a Adobe e criaram o OpenType em 1994. Esse formato teve seu sucesso decorrente de sua compatibilidade aos principais sistemas operacionais, e por permitir mudanças em seus glifos e *kernings* com grande facilidade. Como o nome mesmo já diz é um formato de fonte aberto que permite modificações nas propriedades de construção da mesma.

²⁹ O termo empirismo deriva do nome do movimento filosófico, seus adeptos acreditavam que através da experiência, seja científica ou não, chegariam ao conhecimento. A sabedoria seria adquirida pelas percepções. **John Locke** foi um dos principais teóricos do movimento, defensor da ideologia da **Tábula Rasa**, essa ideologia crê que o ser humano nasce sem nenhum conhecimento e, ao longo da vida, por viver experiências, vai aprendendo com elas.

³⁰ Taxa cobrada pela licença de uso do formato.

O Desktop Publishing popularizou a tipografia, nesse caso, referindo-se ao uso dos tipos, como um todo, sejam eles manuais ou digitais e, por consequência, aumentou o interesse dos programadores visuais.

4. DESENVOLVIMENTO

4.1 A criação de uma fonte digital

Não há uma regra estabelecida de como deve ser o processo da produção de uma fonte tipográfica digital. Cada tipógrafo trabalha da maneira que achar mais produtivo. Segundo o questionário, a maior parte dos designers de tipos seguem essas etapas na maioria de seus projetos. Porém, temos exceções que serão desconsideradas para essa pesquisa.

O processo de criação é demorado. Segundo Haag, em média, o tempo mínimo para terminar todo esse processo é de 448h, dois meses, por essa média, aferimos que

um profissional da área produz no máximo seis fontes por ano³¹. Continuando esse cálculo, ele diz que cobram, em média, R\$ 86,50, por estilo³². Com isso podemos concluir que, para que recebam o valor relativo a dois salários-mínimos³³ eles devem vender mais de 14 estilos.

4.1.1 Pesquisa

Nessa etapa, a importância da teoria e do estudo é reconhecida. Como todo produto, a fonte só tem mercado se ela for inovadora, harmônica, são esses atributos em conjunto com outros que estabelecem a relevância da fonte tipográfica perante o mercado. Não existe uma receita de como fazer uma fonte que vai vender muito, é uma aposta, porém existem alguns critérios que facilitam a venda.

É nessa etapa que os designers de tipos analisam quais critérios vão ser usados para a fabricação do tipo. E isso vai depender do intuito do criador, se é a venda, a satisfação pessoal ou estabelecer a identidade visual para alguma empresa.

Com dados dessa pesquisa, se torna possível, diagnosticar que existem muitos profissionais que criam fontes por “*hobby*” e paixão, é o desafio pessoal que os impulsiona a terminar o projeto.

Tenho um processo de criação autoral, livre, faço o que gosto ou tenho vontade, em geral, não trabalho com clientes, crio a fonte e coloco à venda nos distribuidores. Assim, caso o indivíduo se interesse, pode comprar a fonte do contrário não tenho desgaste com clientes ou exigências. (LASSALA, 2012)³⁴

Para o profissional que trabalha com isso, essa etapa da pesquisa acaba acontecendo no dia a dia, porém existem pesquisas estabelecidas sobre um propósito específico que acabam norteando toda a produção.

³¹ Essa média desconsidera as variantes do número de pessoas trabalhando no projeto. Com uma equipe maior esse tempo certamente é menor. Fabio comenta sobre esses dados em uma de suas palavras para o Dia do Tipo que está disponível na internet.

³² Estilo é o termo usado para diferenciar as versões presentes em uma mesma família de fonte, cada estilo é uma variação. Ex: Times New Roman Regular e **Times New Roman Bold** são dois estilos diferentes.

³³ O salário-mínimo atual é de R\$622,00, de acordo com o Decreto n. 7.655/2011 com vigência 01/01/2012 .

³⁴ Questionário de Gustavo Lassala apêndice 2.

Quando o intuito é modificar uma fonte já existente, é necessário muito cuidado, pois existem normas que serão citadas no tópico de Direitos Autorais. Caso exista a licença para essa modificação, a pesquisa vai analisar o desenho, a anatomia e o espaçamento da fonte minuciosamente, é como uma reprodução das etapas de sua criação.

Objetivando em criar uma fonte encomendada para uma empresa, de qualquer ramo. O designer de tipos lê o *briefing* atentamente, busca entender melhor o cliente e os problemas que devem ser solucionados. A fonte deve expressar a missão e o posicionamento estabelecido pela empresa. Não adianta mudarmos a tipografia usada, se toda identidade visual e conceito não acompanharem essa mudança.

Em sua palestra no Dia do Tipo, evento ocorrido no dia 27/08/2011 na cidade de Brasília e organizado por Henrique Nardi, o português Dino dos Santos, renomado designer de tipos, falou sobre a pesquisa que fez sobre o Jornal La Voz de Galícia, jornal de uma pequena província espanhola, para assim estar apto a produzir a fonte tipográfica que seria usada por eles.

Dino dos Santos comenta:

Briefing: Criar uma fonte tipográfica específica para o Jornal La Voz da Galícia, uma serifada com força para títulos e outra para textos corridos com três pesos diferentes: Light, Roman e Semi Bold, assim como os respectivos itálicos. Redesenhar o logotipo do jornal, mas não se poderia notar muito as alterações. (DOS SANTOS, 2011)³⁵

Como referência o cliente passou a fonte *old tipia*, usada por muitos jornais. Mantendo algumas características, Dino foi até onde o cliente permitiu mudanças. Para a produção dessa fonte, Santos foi fundo na pesquisa, estudando a história do Jornal. Um exemplo de dedicação à pesquisa foi a gravação de um vídeo com todos os cabeçalhos do jornal enfileirados, desde a sua fundação, cerca de 110 anos atrás, até a atualidade. Assim, ele concluiu que a tradicionalidade é um valor irredutível do Jornal.

³⁵ Palestra Dino dos Santos no Dia do Tipo ocorrida no dia 10/12/2011. Link da entrevista: http://www.livestream.com/tipocracia/video?clipId=pla_98848d41-7f05-4da3-a36a-28c4781e5b48



Figura 32: palestra Dino dos Santos, Dia Tipo Brasília.

A pesquisa dele trouxe também uma informação muito importante para o projeto: o jornal buscava uma unificação entre sua marca e os nomes de todas as províncias da Galícia.



Figura 33: palestra Dino dos Santos, Dia Tipo Brasília.

Versão Antiga:



Figura 33: palestra Dino dos Santos, Dia Tipo Brasília.

Versão Nova:



Figura 34: palestra Dino dos Santos, Dia Tipo Brasília.

Percebemos mudanças, não muitas, mas notáveis. Segundo Dino o “G” e o “V” eram as letras que mais o incomodavam. “O chifre do “V” chega a me causar urticária.” (DOS SANTOS, 2011).

Por meio desse estudo, ilustra-se o que é uma pesquisa e como ela define toda a criação de fontes corporativas. A pesquisa para profissionais que buscam a venda de licenças de uso de suas digitais, na internet, está ligada à relação de oferta e demanda. Ela busca diagnosticar qual tipo de fonte tipográfica tem maior demanda. Normalmente fontes que não são *display*³⁶, tem uma maior número de licenças vendidas, vale a premissa defendida por Luli Radfahrer³⁷: “Less is more”.

Apesar de não existir uma fórmula de fontes tipográficas que vendam muito, analisando a história dos tipos e através de estudos de casos, concluímos que fontes mais simples perduram por mais tempo. A legibilidade é a maior garantia de vida de um tipo.

4.1.2 O desenho da letra

³⁶ Fontes display são aquelas indicadas para uso somente em títulos, são fontes fora do padrão com um desenho particular e diferenciado.

³⁷ O designer, por formação, Luli Radfahrer é Ph.D. em comunicação digital pela ECA-USP e trabalha há mais de dez anos com internet, além de ser o autor dos livros Design/web/design e Design/web/design:2. Essa premissa está disponível no site pessoal do designer, www.luli.com.br.

O desenho da letra é considerado pelos criadores de fontes digitais como o momento mais delicado da criação, cada letra deve ser cuidadosamente desenhada, pois uma letra mal desenhada destrói uma composição inteira.

4.1.2.1 Croqui ou esboço

Alguns designers de tipos gostam de começar os desenhos em esboços manuais, essa é a fase mais empírica do processo. Começando por um desenho mais solto que vai evoluindo aos poucos até chegar a um resultado gráfico que atenda os objetivos de seu criador.

Cada profissional tem o seu processo, sendo assim o tempo despendido nessa etapa é relativo a cada profissional, alguns chegam a um desenho manual bastante similar ao glifo vetorizado do computador.

Para essa etapa, é importante o conhecimento da anatomia de uma letra, para, com esse conhecimento, fazer um desenho geometricamente equilibrado. O desenho de uma letra romana, é um bom exemplo de um processo repleto de teorias geométricas, onde toda a forma é construída com a ajuda de círculos e medidas proporcionais.



Figura 35: imagem da internet.

Nesse momento do processo, todas referências acumuladas na pesquisa vão se materializar na forma de um desenho.

4.1.2.2 Transformando o esboço em um desenho vetorial

Já estabelecido o desenho da letra, é necessário vetorizá-lo. Nesse momento, a habilidade com a ferramenta Bézier³⁸ determina a demora do processo, é claro que quanto mais bem-acabado estiver o esboço, mais fácil será vetorizá-lo.

O desenho vetorial foi uma consequência da criação do *PostScript*, criado em 1985, em vez de definir imagens em pixels essa linguagem de programação é composta por um conjunto de comandos que são interpretados por dispositivos de saída, como as impressoras. O formato digital para imagens EPS, *Encapsulated Postscript*, foi o primeiro a permitir o desenho com vetores, os mesmos estudados na física e na matemática.

A sistemática do desenho vetorial é bem simples, em vez de ter uma imagem composta de “quadrados”³⁹, pixels, temos uma imagem composta por fórmulas matemáticas. Com todos vetores construídos estabelecemos uma relação de proporção matemática entre eles, como a proporção se mantêm a mesma em qualquer tamanho, não temos problemas ao aumentarmos um arquivo vetorial. Quando uma imagem em pixel é aumentada espaços vazios aparecem entre os pixels, para preencher toda a imagem, e é isso que causa a falta de definição na impressão.

No caso específico do desenho vetorial de letras, os termos usados são outros. Pode-se considerar uma fonte digital como uma coleção de glifos, esses são constituídos por fórmulas que definem curvas Bézier. Essas curvas determinam o *outline*(contorno), e definem de que maneira os glifos da fonte são impressos ou visualizados no monitor.

³⁸ Ferramenta popularmente chamada de Pen Tool, usada na vetorização de desenhos. O nome deriva do criador da curva de Bézier o engenheiro francês Pierre Bézier.

³⁹ O uso desse termo, apesar de estar terminologicamente incorreto, facilita o entendimento do processo.

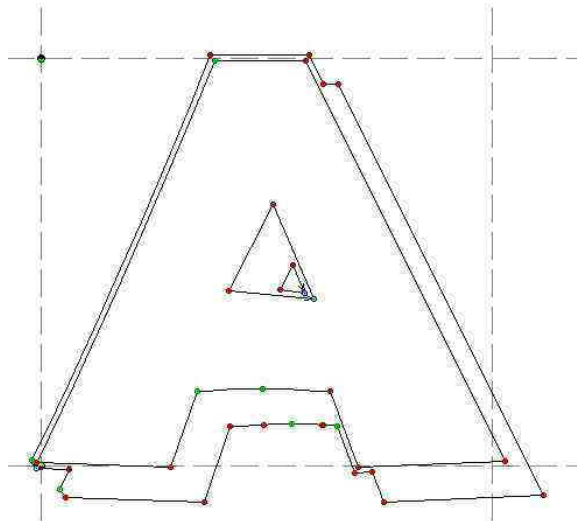


Figura 36: imagem da internet.

Segundo os entrevistados por essa pesquisa, essa etapa é a mais delicada de todas, cada curva de Bézier deve ser construída cuidadosamente, chegar a uma forma orgânica é uma tarefa difícil. Com muita paciência o profissional vai ajustando curva por curva até elas juntas entrarem em harmonia com as retas. Dizem os especialistas, que quanto menos pontos de ancoragem (anchor points) tiver um desenho vetorial, mais orgânico ele é, quando não estabelecemos bem as curvas o desenho fica com muitas “pontas” e alguns “vértices” desnecessários, que acabam denunciando a existência de um ponto de ancoragem naquele local.

Toda essa preocupação está acompanhada de proporção geométrica que costuma estabelecer uma similaridade entre as letras. Uma letra mal construída, pode se tornar a “ovelha negra da família”.

Ricardo Esteves reforça: “A tradução dos esboços manuais para o desenho vetorial no computador. Essa é uma etapa mais delicada do trabalho, pois cada pequeno detalhe faz muita diferença.” (ESTEVES, 2007)⁴⁰

De acordo com os designers de tipos consultados, o programa mais indicado para essa etapa seria o Adobe Illustrator, programa criado pela Adobe em 1986, primeiramente somente para computadores Apple, para a construção de desenhos

⁴⁰ Entrevista completa disponível no Apêndice 3, p. 53.

vetoriais. Tem como maior concorrente o Corel Draw que perdeu muito mercado por não ser compatível com o sistema operacional da Apple, usado pela maioria dos programadores visuais do mundo.

4.1.3 Transformando o desenho vetorial em uma fonte digital

Após todo processo de vetorização do desenho das letras o designer de tipos usa programas específicos para a criação de fontes para juntar todas essas letras, definir o kerning e tracking, e gerar um arquivo em *TrueType*, ou *Open Type*, ou *Type1*. Esses programas atuais já permitem importar o arquivo EPS, ou AI, formatos de arquivos vetoriais, para dentro do programa. Para construção de toda família basta você importar todas as letras vetoriais.

Os programas usados nessa etapa são o Fontlab, FontForge, FontCreator, FontEditors e outros.

4.2 O mercado de vendas de fontes digitais

É importante salientar que temos duas maneiras de comprar uma fonte, ou entrando no site de algum estúdio ou nos sites que distribuem fontes, que são como vitrines e cobram uma porcentagem por venda.

4.2.1 Distribuidores de Fontes (*Font Distribution Company*)

A pesquisa limitou-se a citar apenas os maiores sites de distribuição, e os mais relevantes para os programadores visuais brasileiros. Esse limite foi estabelecido com intuito de aprofundar nos mais importantes em vez de citar superficialmente um maior número de sites.

Fonthaus: Uma das primeiras a vender fontes digitais pela internet, a Fonthaus está no cenário desde o ano de 1989, uma das primeiras, hoje é uma das maiores *Font distribution company* do mundo. Tem em seu menu de venda fontes da Adobe, Linotype, e outras fundições digitais.

FontFont (FF): Fundada por Erik Spiekermann e pelo renomado diretor de arte Neville Brody, hoje é considerado um grande supermercado de fontes.

FontShop: Criado em 1988 e 1990 por Spiekermann, sua esposa Joan e Neville. A companhia se tornaria uma das mais respeitadas empresas revendedoras de fontes no mundo. É uma empresa multinacional, com sedes nos Estados Unidos, Alemanha, Bélgica, Austrália. Por consequência de seus rígidos critérios de seleção, poucas fontes digitais brasileiras se encontram em seu catálogo.

MyFont: O portal da Bitstream, conhecida por ser a primeira fundidora de tipos digitais, na década de 2000 se tornou um dos maiores e mais receptivos distribuidores de fontes no mundo. É um dos maiores vendedores de fontes digitais em termos de volume, e é onde se encontra a maior densidade de tipos digitais de designers brasileiros de tipos digitais. O portal cobra em troca uma taxa de 50%⁴¹ do preço de venda pelo espaço no site e pelo processo burocrático da venda de uma licença de uso.

Em entrevista para a pesquisa, Fabio Haag comentou que vender fontes através do portal é visto como algo vantajoso para grande parte dos designers de tipos, pela visibilidade que o site tem e pela facilidade que ele proporciona, além de funcionar também como um banco de dados que registra onde suas fontes estão sendo compradas, em tempo real⁴², o volume de vendas e outros dados que podem ser úteis para a análise de resultados.

Segundo o livro *O Design Brasileiro de Tipos Digitais*, podemos perceber um crescimento quantitativo considerável do número de fontes brasileiras nesse portal. Até o mês de junho de 2010, o total de fontes nacionais disponíveis no MyFonts somavam 835, tendo o ano de 2007 como o com maior número de fontes brasileiras adicionadas ao portal, 214 fontes digitais⁴³. Aconteceu, em 2008, uma queda desse número, consequência da crise econômica Global.

Ao buscar fontes brasileiras no portal, recebemos do site 23 fontes, sendo que a mais vendida é a Clio Family, uma super família composta de 24 variações, da *foundry* LeType. O preço da família completa é 389 dólares, e cada variação sai por 75 dólares⁴⁴.

⁴¹ www.myfonts.com/info/prospectus/

⁴² www.myfonts.com/fontmap/

⁴³ ESTEVES, Ricardo. *Design Brasileiros de Tipos Digitais*. p.50. Esses dados são relativos ao período anterior a junho de 2010.

⁴⁴ www.myfonts.com/search/brazil/fonts/?sort=sales&view=list no dia 08/07/2012.

4.3 Direitos autorais sobre uma fonte

Para a explicação do Direito Autoral, é necessário uma introdução sobre a Propriedade Intelectual, e assim deixar claro as diferenças desses.

Os direitos de Propriedade Intelectual (PI) foram instituídos para estabelecer a proteção de ativos intangíveis. Através da exclusividade de exploração, criadores se sentem estimulados e seguros, além dessa proteção render um retorno financeiro por meio da venda de licenças de uso.

O artigo 5º da Constituição Federal, incisos XXVII a XXIX, garante aos autores direito exclusivo de utilização, publicação ou reprodução de suas obras, transmissível aos herdeiros pelo tempo que a lei fixar.

Os direitos de Proteção intelectual são divididos em duas áreas: a propriedade industrial e os direitos autorais.

O primeiro, no Brasil, é regulado pela Lei n. 9.279/1996 seguindo os parâmetros estabelecidos na Convenção de Paris, primeiro acordo internacional sobre o assunto. A convenção estabelecia:

A proteção da propriedade industrial tem por objeto as patentes de invenção, ou modelos de utilidade, os desenhos ou modelos industriais nas marcas de fábrica ou de comércio, as marcas de serviço, o nome comercial e as indicações de proveniência ou denominações de origem, bem como a repressão da concorrência desleal.” (CONVENÇÃO DE PARIS, 1883)

A segunda área zela pelos direitos dos criadores de obras “intelectuais”, obras literárias, artísticas, e após a Lei dos Programas de Computador, aos criadores de *softwares*. Contrapondo a Propriedade Industrial, o registro é facultativo e o produto não necessita ter aplicabilidade industrial.

Essa garante que o uso de determinadas obras só seja possível mediante a autorização de seu autor. O “uso” mencionado engloba o direito de copiar, distribuir, alugar, vender, gravar, apresentar, resumidamente qualquer ato de divulgação da obra.

A proteção dos Direitos de Propriedade Industrial é regulado pelo Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), patentes, marcas, e desenhos industriais têm seu registros assegurados por esse órgão. Consequência da facultatividade de registro os direitos autorais, não têm nenhum órgão específico para regular esses direitos.

A violação desse direito é crime, portanto cabe à justiça comum⁴⁵ regular os casos ligados ao Direito Autoral. Apesar da facultatividade, o governo disponibiliza a opção de registro para os autores de obras “intelectuais”. Esse registro é feito na Biblioteca Nacional, Escola de Belas Artes, Escola de Música e no Instituto de Cinema, conforme a sua natureza.

4.4 Proteção e registro de fontes digitais no Brasil.

Em entrevista dada para essa pesquisa Fabio Haag, *type* diretor de criação do renomado estúdio Maag no Brasil, confessa não existir, no país, uma regulamentação específica para fontes digitais e seus usos.

O Brasil, ao contrário do Estados Unidos, aloca a proteção da autoria das fontes digitais dentro dos direitos autorais, os norte-americanos alocam na propriedade industrial. Para que essas fontes pudessem serem registradas como propriedade industrial, teriam que se adequar a alguns requisitos obrigatórios dessa classificação.

Para Barroca:

A tipografia não se compatibiliza com um dos requisitos da patente de invenção, que são a novidade, atividade e aplicação industrial. Também não se ajustaria às patentes de modelo de utilidade, pois não se afigura como objeto de uso prático modificado. Tampouco, a tipografia poderia ser registrada como desenho industrial porque a “Tipografia é um conceito não é um objeto”, pelo mesmo motivo que não pode ser considerado marca.” (BARROCA, 2010)

Relacionando os direitos de propriedade autoral, surge o seguinte dilema: se podemos usar a fonte digital para aplicações industriais, como a construção de uma marca, por que então a justiça não considera essa como uma propriedade industrial?

Respondendo esse dilema Barroca diz: “Não pode confundir a fonte digital com o uso que venha a ser feito dela, isto é, seu resultado gráfico de comunicação.” (BARROCA, 2010)

⁴⁵ A justiça comum cuida dos casos que não se enquadram em nenhuma justiça especial, militar, trabalhista, federal, eleitoral etc. Normalmente esta julga causas menores, com pouco dinheiro envolvido. Para entrar com uma ação nessa justiça não é preciso um advogado.

Pelos motivos listados nesse tópico, no Brasil, fontes digitais são protegidas pelo Direito Autoral.

Por meio de entrevistas com especialistas e leituras de teses sobre o assunto, diagnostica-se que o maior problema é conseguir registrar uma fonte. Nenhuma das instituições citadas anteriormente assume a responsabilidade do registro. A Escola de Belas Artes, diz que o registro deve ser feito na Biblioteca, e esta alega que o registro é feito em outro lugar.

Após o estudo de casos, conclui-se que esse registro dificilmente é bem-sucedido. Ilustrando essa realidade existem alguns casos de insucesso, o caso de uma empresa do Rio Grande do Sul⁴⁶ chamada Hi Technologies que não teve sucesso no registro de uma fonte criada por seus designers de tipos é um deles.

Segundo Haag, comprovar o uso ilegal de uma fonte, no Brasil, não é uma tarefa difícil. Basta você registrar um exemplar no qual a fonte foi usada e consultar no sistema se houve alguma licença de uso vendida para a empresa que usou a fonte tipográfica, e como essa foi estabelecida. Com isso, o Juiz já tem provas suficientes para julgar um caso de violação de direito autoral.

4.5 Caso Font Bureau x NBC

Comentado por Fabio em sua entrevista e aprofundado pelo autor dessa pesquisa, o processo da Font Bureau contra a NBC, ilustra muito bem as consequências da violação do direito autoral e como o processo tramita.

No ano de 2009, a *foundry* Font Bureau processou a inglesa NBC, por uso indevido das fontes Antenna, Interstate e Bureau Grotesque cujos *copywriters*, direitos autorais, pertenciam ao estúdio do *type designer* David Berlow.

⁴⁶ CZELUSNIAK, Vivian; DERGINT, Dario. Direito de Propriedade Intelectual sobre Tipografia. p.10-12.

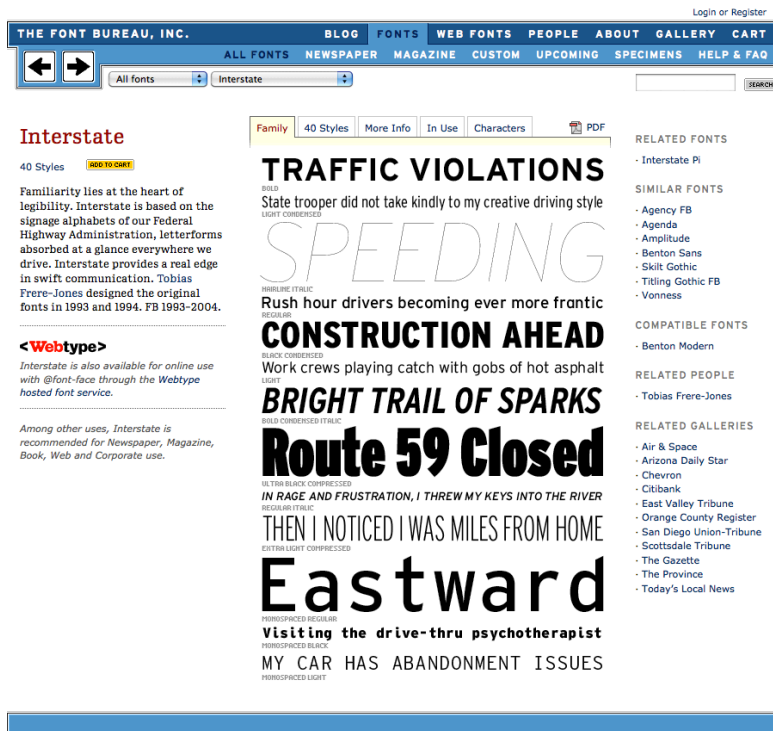


Figura 37: print screen do site.

Segundo o estúdio, foi vendida a licença para o uso das fontes tipográficas em apenas um dos computadores, o que gerou a alegação de que o canal copiou as fontes para outros computadores da empresa, infringindo assim o contrato estabelecido. Além disso a *foundry* acredita que a NBC distribuiu ilegalmente as fontes citadas acima para terceiros que não foram relacionados no contrato. Por esses motivos, eles acreditam que o prejuízo foi maior que 2 milhões de dólares, valor mínimo exigido pelo estúdio⁴⁷.

4.6 Modificação de uma fonte digital

Outro desafio enfrentado por designers de tipos é a modificação de fontes já existentes. Essa modificação deve ser feita sob atenção redobrada aos direitos autorais da fonte a ser modificada.

Quem determina as regras para a utilização das fontes, seja modificação ou uso, são as *foundrys* criadoras das fontes. Por exemplo, a *foundry* Adobe não permite nenhuma modificação em suas fontes.

⁴⁷ <http://arstechnica.com/tech-policy/2009/10/font-bureau-clashes-with-nbc-over-font-licensing/>

Segundo o autor Ricardo Estevez, é vetada a modificação na programação de uma fonte comercial, a modificação só é permitida quando o texto é convertido em curvas passando a se configurar como um objeto gráfico vetorial, por isso, podemos modificar uma fonte para uso em algum logotipo.

Fabio, da Maag, registrou, na entrevista, que uma família com mais de trinta anos de existência, pode ser modificada sem qualquer problemas jurídicos, porém é necessário ficar atento a quem detém os direitos de uso da fonte. Pois quando uma *foundry* compra os direitos de alguma fonte, uma nova versão dessa será considerada, apesar de manter a mesma forma. Quando for redesenhar a frutiger, busque os desenhos do criador alemão, e através dele crie uma nova versão, em vez de pegar a fonte digital e modificá-la no computador. Assim está assegurado que não praticou nenhuma ação ilegal.

4.7 Pirataria de fontes tipográficas

Historiadores contam que a primeira pessoa a usar o termo “pirata” foi Homero em sua Odisseia, o termo foi usado para codificar aqueles que pilhavam navios e cidades costeiras. Nessa época, esse termo não estava ligado à nenhuma negligência e muito menos a ilegalidades.

Apesar de a primeira pirataria marítima ter sido praticada pelos gregos, que roubavam mercadores fenícios e assírios, o termo ganhou força no século XVI, com os piratas do Mar do Caribe. O alvo predileto dos piratas era a mercadoria espanhola, decorrente da expansão marítima e a exploração de seus colonizados. Muitos dizem que os piratas eram financiados pela monarquia britânica, na época, a maior inimiga dos espanhóis, mas nada disso foi comprovado.

O que se sabe e pode afirmar é que os navios piratas eram compostos por pessoas marginalizadas pela sociedade, que buscavam a riqueza e a liberdade através dessa atividade. Fugitivos, servos e escravos são alguns exemplos de tripulantes daquela época. Dentro do navio existia uma “democracia” onde todos eram iguais, e o capitão era escolhido por votação e poderia ser removido a qualquer momento.

Esse embasamento histórico ajuda a entender melhor o fenômeno da pirataria, apesar do novo conceito de pirataria ser muito mais amplo que o usado na época das grandes navegações.

A legislação no Brasil define a pirataria como: “O crime consistente em qualquer violação de direito de autor ou direitos conexos para obras intelectuais ou *softwares*”⁴⁸, nesse caso o *software* se refere aos programas para uso nos computadores, *smartphones*, *tablets* e outros.

A pirataria de fontes digitais, talvez seja, a mais banalizada das piratarias. Não é pequeno o número de pessoas que utilizam fontes piratas sem ter conhecimento de nenhuma licença de uso. Após entrevistar muitos designers de tipos, a pesquisa concluiu que a grande maioria deles não medem forças com a pirataria, segundo eles ela já está enraizada em nossa cultura e convencer o usuário de internet que essa ação é crime, é uma tarefa quase impossível. O Brasil está tão acostumado com esse procedimento, que o próprio Governo Federal, no manual de identidade visual da marca “País rico é país sem pobreza” define como a fonte padrão das assinaturas dos ministérios a fonte tipográfica Gotham, que ganhou notoriedade por ser a fonte tipográfica usada em toda linha visual da campanha do presidente norte americano Barack Obama. A *foundry* Hoefler & Frere-Jones cobra pela licença mínima 199 dólares para cada computador em que a fonte for instalada. Levando em conta o número de computadores de todos os ministérios, das agências publicitárias que os atendem, e de qualquer outro computador que precisar usar a fonte, podemos inferir que a empresa americana ganharia muito dinheiro com a venda dessas licenças para o Brasil. Prevendo problemas como esse, o manual de identidade visual da marca do Governo Federal traz também uma fonte alternativa, a Verdana, para o caso de não usar a Gotham, com isso, o pagamento por licença fica ainda mais difícil.

⁴⁸ Art. 184, do Código Penal, o Decreto nº 5.244, de 2004, e as Leis nº 9.609 e nº 9.610/98.



Figura 38: Manual de Identidade visual – Governo Federal.

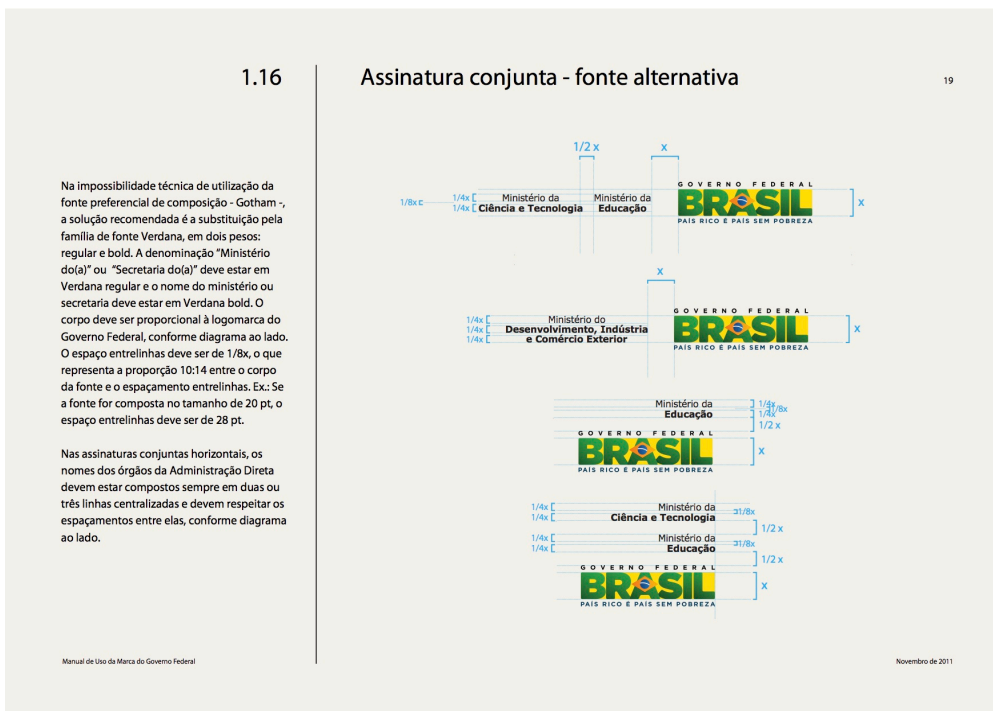


Figura 39: Manual de Identidade visual – Governo Federal.

Para Lassala, temos espaço para todos, inclusive para sites que disponibilizam fontes digitais gratuitas, como o DaFont. cabe aos profissionais responsáveis pela

criação de fontes digitais buscar diferenciais, seja pela qualidade, seja pelas variações do tipo, que convençam o consumidor a optar pela compra de uma licença de uso⁴⁹.

A licença de fontes é regulada pela *foundry* detentora dos direitos autorais, estando ela habilitada para determinar as regras que achar corretas, por isso não existe um documento universal para licenças, cada *foundry* tem o seu. A Adobe explica em seu site como funciona o processo de licenciamento:

O que é licenciamento de software de fonte?

Ao comprar uma fonte, você não se torna proprietário da fonte em si. Na verdade, você paga por uma licença que permite que a fonte seja usada em um determinado número de computadores e por um determinado número de usuários. O que a maioria dos usuários não percebe é que, ao comprar uma licença para usar *software* de fonte, eles não podem copiar e distribuir esse *software* livremente. Mesmo que uma empresa tenha comprado *software* de fonte para ser usado pelo departamento inteiro, uma única licença de fonte só permite que a fonte seja usada em no máximo cinco computadores, no caso de licenças de varejo, e em um computador, no caso de fontes incluídas em aplicativos Adobe. Se pretender usar a fonte em mais computadores do que a licença permitir, você precisará comprar licenças adicionais.

Como licenciar uma fonte de modo adequado?

Do ponto de vista legal, as empresas e os indivíduos que cumprem os termos de licenciamento estão se protegendo contra atribuição de responsabilidades legais. Do ponto de vista ético, essas empresas e esses indivíduos estão apoiando e protegendo os direitos dos designers de fonte, dos proprietários de marcas comerciais e dos proprietários de *softwares* de fonte.” (site Adobe, 2012)⁵⁰

Para Nardi, as grandes *foundrys*, em comparação aos designers de tipos autônomos, sentem pouco os prejuízos da pirataria. Os autônomos já têm pouca renda com vendas, e por isso esse dinheiro que eles deixam de ganhar por causa da pirataria faz muita falta⁵¹.

Para ter uma ideia da quantidade de dinheiro que eles deixam de ganhar, a pesquisa utiliza de trechos da entrevista de Bruno Porto, coordenador executivo da Tipos Latinos 2012, para o jornal O Globo:

Piratar uma fonte hoje em dia é tão ou mais comum do que piratar uma música ou uma foto, e bem mais difícil de rastrear. Ela cabe num arquivo de 27Kb, que voa pelas redes sociais. E é claro que o designer perde com isso! O preço médio de uma licença oscila entre US\$ 15 e US\$ 80, mas pode chegar a US\$ 300. No caso de uma família tipográfica inteira (que inclui itálicos, negritos etc.), o valor pode chegar a US\$ 900. O rombo é muito grande. (PORTO, 2012)⁵²

⁴⁹ Entrevista completa p. 52.

⁵⁰ www.adobe.com/br/aboutadobe/antipiracy/types.html?showMyTab=tabid5

⁵¹ Entrevista completa p.

⁵² Informação retirada do site do portal do jornal O Globo. Matéria Completa nos anexos, p.

As grandes, citadas acima, apesar de deixar de ganhar um montante substancialmente maior, continuam fechando o orçamento no lucro pelo grande volume de suas vendas. Ou seja, ela está muito mais preparada para conviver com a pirataria de fontes digitais que um profissional autônomo.


Especialistas do mercado afirmam que a forma mais comum de pirataria de fontes digitais é a distribuição ilegal, uma pessoa que tem a licença passa para outras que não têm. O desconhecimento dessa norma, leva aos usuários considerar essa atividade como algo comum.

É muito difícil para a *foundry* controlar essa distribuição, pois ela acontece de maneira “viral”, passa de um usuário para o outro que passa para outros usuários e quando vê o número de usuários com licença que usam a fonte é menor do que o número daqueles que não têm licença, mas que também a usam.

4.8 DaFont

O DaFont é um site que trabalha com um sistema de colaboradores, que mandam suas fontes digitais para que o site disponibilize gratuitamente, sem nenhuma espécie de filtro e seleção. Por essa abertura e a falta de filtro, existem fontes ilegais no site. Segundo Haag, algumas pessoas pegam uma fonte pronta, alteram um pouco e lançam como suas.

Pesquisando no próprio site descobrimos que, em média, por dia, dez fontes são lançadas no site. Uma fonte chamada **Last King Quest** foi lançada no início do dia, ao final do dia ela já tinha 1.168 downloads⁵³.



Last King Quest by [imagex](#) [site](#) in Script > [Calligraphy](#)

1,168 downloads Free for personal use

Last King Quest.ttf

Last King Quest

Note of the author
This font is free for non-commercial use.
For any commercial use please contact me.

Cette police est gratuite pour un usage personnel.
Pour toute utilisation commerciale, contactez-moi, SVP.

First seen on DaFont: 09-09-2012 - Updated: 09-10-2012

[Download](#)

[Donate to author](#)

⁵³ Dados obtidos no dia 10/09/2012.

Figura 40: print screen do site DaFont.

Para quem não sabe, o site, em voga, permite que o usuário faça doações para os criadores das fontes, abrindo assim uma hipótese que o site pode não ter sido criado para catalogar fontes gratuitas, mas sim para as pessoas pagarem o quanto acharem justo nas fontes.

Citamos como um caso bem-sucedido desse modelo de venda, o álbum do Radiohead *In Rainbows* cujo *download* poderia ser feito pela internet e o comprador pagaria o quanto achasse justo ou até mesmo não pagaria. Supreendentemente, o dinheiro arrecadado, na média, por unidade foi maior do que o valor pago em um CD⁵⁴.

Resumidamente o DaFont é o maior site de fontes tipográficas gratuitas, e hoje em dia, além de divulgar o trabalho de novos designers de tipos, o que aparenta ser a missão da empresa, hospeda muitos trabalhos piratas.

Listamos aqui outros sites famosos com fontes digitais gratuitas para *download*. O Font Squirrel, o Urban Fonts, o Search Free Fonts, e outros diversos espalhados pela rede de internet mundial.

4.9 Consumidores/usuários de fontes

Até esse tópico só colocamos em análise a opinião dos criadores, explicando o processo de criação, mercado de vendas, direitos autorais, a pirataria de fontes, mas em nenhum momento citamos a opinião dos usuários de fontes digitais. Esse tópico tem o intuito de mostrar o outro lado da moeda, para assim entendermos os motivos da “ignorância”⁵⁵, presente na sociedade brasileira, sobre o tema.

Chega o momento da pesquisa ao qual além de pesquisador me incluo no grupo focal a ser analisado. Em busca de uma aparente imparcialidade, me atenho a não expressar juízos de valor sobre o assunto.

⁵⁴ Informação retirada do Blog: <http://www.radioheadlp7.com/>.

⁵⁵ “Não vejo como desinteresse, mas sim como ignorância”(LASSALA, 2012). Entrevista completa p.

Por trabalhar como Diretor de Arte, em uma agência de grande porte de Brasília, convivo diariamente com projetos visuais que fazem uso dessas fontes tipográficas. Essa é uma de nossas matérias-primas, que garante um produto final esteticamente agradável e de acordo com um conceito estabelecido pela criação.

O reconhecimento da importância das fontes existe, mas por que não existe o mesmo com seus criadores?

O termo “consumidores de fontes” ou “usuário de fontes” é muito vago, pois podemos considerar como usuário qualquer pessoa que escreve em algum meio digital. Para organizarmos a pesquisa, consideramos nessa pesquisa usuários/consumidores de fontes tipográficas somente profissionais ligados à programação visual, especificamente Diretores de Arte e Designers Gráficos.

Os Diretores de Arte são os profissionais responsáveis por ilustrar um conceito da maneira mais prudente, diferentemente de um Designer, a ideia se impõe sobre a estética “O *layout* deve servir à ideia”⁵⁶. Esse profissional busca referências na arte, na arquitetura, no design gráfico, para usá-las em prol de uma marca. A letra é um desenho, mesmo pessoas que não sabem ler, têm uma opinião se uma letra é bonita ou não, apesar de não entendermos os caracteres chineses, reconhecemos a beleza deles.

Através da pesquisa qualitativa feita com esses consumidores, percebe-se que a compra de uma licença para o uso de alguma fonte digital é um procedimento raríssimo em agências de Brasília.

Pode-se até culpar os clientes e sua falta de consciência para investir em fontes tipográficas, mas ao se deparar com verbas milionárias, o gasto com a licença não causaria grandes dispêndios com esse item.

Por meio da mesma, percebe-se que a grande maioria dos Diretores de Arte de Brasília desconhecem os designers de tipos brasileiros.

As agências estão criando uma cultura tipográfica aos poucos, podemos citar como um grande avanço, a contratação do criador da premiada fonte *Brasilêro* Crystian Cruz pela agência África para atuar como Diretor Tipográfico da agência. A agência vem sendo criticada por seus produtos não publicitários, como a marca da Copa de 2014, sarcasticamente apelidada de “Chico Xavier”. Entre alguns de seus clientes, a África

⁵⁶ Pedro Henrique Garcia – Experiente Diretor de Arte do cenário da publicidade brasiliense.

conta com o Itaú, Mitsubishi, Budweiser, P&G, Brahma, Vivo, Vale, clientes que certamente têm uma verba que pode ser gasta com fontes tipográficas.



Figura 41: imagem da internet.

Vive-se uma publicidade que busca inovação, cada vez mais difícil de ser alcançada. O bombardeio de imagens e a divulgação da publicidade mundial em portais do ramo, acaba dificultando a criação de algo que aparenta ser inovador e único. Que o uso dos tipos tem grande peso na inovação é fato, mas como conseguí-la? Talvez seja aí que entra a compra de fontes. Em busca de um trabalho inovador, utilizar uma fonte pouco usada, ou até nova, pode garantir uma identidade própria para a marca que assina a campanha.

No exterior, a cultura de fontes institucionais é muito forte, no Brasil, ganha força cada dia mais. Por exemplo, a Vivo, cliente da África, pode ser reconhecida apenas pela sua tipografia institucional e suas cores. Isso comprova que, na verdade, esse gasto pode ser um investimento.

**Pessoas
conectadas
vivem melhor.
E trabalham
melhor.**

**Vivo. Eleita pela pesquisa Great
Place to Work uma das 12 melhores
empresas para trabalhar
entre as maiores do Brasil.**

Figura 42: imagem da internet.

Esses profissionais, em sua grande maioria, tem um bom conhecimento sobre tipografia, mas isso não quer dizer que eles estão por dentro da produção brasileira de fontes digitais. Eles buscam uma boa solução tipográfica para seus anúncios, comerciais, marcas, sem se importar com seus criadores e muito menos a nacionalidade aonde foi produzida.

Por conhecer a história da tipografia, algum deles sabem que são os criadores de algumas fontes consagradas, como Frutiger, Helvética, Bauhaus, Times, mas conhecer os designers de tipos que estão em ativa são casos raríssimos.

4.10 Projetos brasileiros que buscam divulgar o trabalho dos designers de tipos digitais

Segundo Haag, “Não é uma falta de interesse, é uma falta de conhecimento. A tipografia é uma área tão específica que é muito pouco trabalhada nas nossas faculdades/uni-versidades.” (HAAG, 2012). Esse é um problema diagnosticado pela maioria dos designers de tipos brasileiros. Em combate a essa falta, alguns projetos, a

maioria deles independentes⁵⁷, foram promovidos por eles mesmos. Nesse momento, a pesquisa busca citar os três maiores projetos, relacionados ao tema, e promovê-los para os leitores dessa pesquisa.

É comprovado o crescimento no número de participantes nesses projetos, isso mostra que temos profissionais e estudantes interessados no assunto, que acabavam se deparando com uma falta de instrução na área. Anteriormente, esses eventos estavam concentrados na capital paulista e hoje eles contemplam as maiores capitais nacionais.

Abaixo estão listados alguns dos principais projetos que visam essa divulgação, existem outros projetos com pouco renome, além de eventos mundiais ou regionais que acabam funcionando como vitrine do que é produzido no Brasil.

Tipocracia: Projeto educacional, criado em 2003, que busca promover a cultura tipográfica brasileira. O projeto é bem amplo, promove eventos, cursos, *workshops*, concursos, e outras atividades que aproximam estudantes e profissionais de design gráfico, publicidade e comunicação visual, da produção de fontes digitais no Brasil.

O organizador desse projeto é o Designer Digital, formado pela Universidade Anhenbi/Morumbi, Henrique Nardi. Seu amigo Marcio Shimabukuro foi um dos fundadores também, mas largou o projeto ainda em 2003. Segundo Nardi, o projeto nasceu do crescente interesse pelo ensino e disseminação da cultura tipográfica pelo Brasil. Prova disso são os grandes eventos da área que aconteceu no Brasil, como a Bienal de Design Gráfico da ADG que acontece desde 2002, some a esses eventos o lançamento da Tupigrafia. Segundo o próprio Nardi, o resultado obtidos com o projeto foram:

Penso que, depois de quase 10 anos, 130 cursos em 15 estados brasileiros, doação de mais de mil publicações, uma exposição e alguns outros eventos, o Tipocracia tenha contribuído com o aumento do interesse pela tipografia no país. (NARDI, 2012)

⁵⁷ Projetos independentes são projetos sem relação com governo ou empresas privadas.



Figura 43: print screen do site.

Duas vezes por ano, esse projeto organiza o evento **DiaTipo**. Trata-se de um dia inteiro de palestras, a maioria gravada e disponibilizada na internet. Inclusive alguns desses vídeos foram usados na construção dessa pesquisa. Esse evento veio pela primeira vez a Brasília em 2011.



Figura 44: flyer do evento.

Tupigrafia: Criadas e editadas pelos designers de tipos Tony de Marco e Claudio Rocha e editadas pela oficina tipográfica de São Paulo, é a primeira revista brasileira especializada em tipografia e caligrafia. Ela se dedica a divulgar a produção nacional do design tipográfico brasileiro e suas manifestações no design gráfico e na cultura em geral.

Além de mostrar o cenário nacional, o periódico contém informações ligadas à produção mundial e um referencial histórico. Toda edição da Tupigrafia contém uma seleção de algumas fontes digitais produzidas por brasileiros.

Apesar de ter 12 anos de existência e estar em sua décima edição, a revista passa por grandes dificuldades de distribuição. A única maneira de conseguirmos um exemplar é pedindo pela internet, para quem não mora em São Paulo, não encontramos essa revista em bancas e nem em livrarias especializadas. Minhas três edições foram compradas no site de vendas, e possivelmente de terceiros. Buscando solucionar isso, em parceria com o site Catarse, foi criado o projeto “A Tupigrafia quer chegar até você” que, através de um *crowding funding*⁵⁸, viabilizaria a distribuição. Você pode escolher com quanto quer contribuir e o que você quer em troca. Com 181 apoiadores e mais de 12 mil reais arrecadados, o projeto foi bem-sucedido e financiado no dia 13/05/2012. Mais uma prova do progressivo crescimento do interesse dos brasileiros por tipografia.

⁵⁸ *Crowding funding* é o arrecadamento colaborativo, é uma maneira de viabilizar um projeto pedindo dinheiro para outras pessoas, usualmente quem colabora ganha algo em troca. O site Catarse é um portal que permite que qualquer pessoa coloque seu projeto para arrecadar dinheiro. Essa atividade ganhou força com alguns shows de bandas internacionais, que chegaram ao Brasil graças ao dinheiro arrecadado na rede.



Figura 45: capas da tupigrafia, imagem da internet.

Suas capas sempre são elaboradas por designers de tipos brasileiros, e são admiradas por sua originalidade e pela estética apurada.

Oficina Tipográfica de São Paulo: Além de oferecer cursos e desenvolver produtos gráficos e editoriais, a oficina disponibiliza seus equipamentos para produção de peças gráficas feitas em parcerias com outras ONGs. São três cursos oferecidos, o de composição manual, gravura tipográfica e técnicas de encadernação para designers. É nessa oficina que são impressas as edições da revista Tupigrafia.

5. CONCLUSÃO

O Brasil passa por uma fase de prosperidade econômica e hoje é a 6ª maior economia mundial. Estão sendo feitos grandes investimentos na divulgação do país, como a Copa do Mundo de 2014, Olimpíadas Rio 2016. Esses investimentos acabam influenciando muitos segmentos, inclusive, o de comunicação visual, contratando agências de publicidades e estúdios de design para a criação de uma campanha publicitária ou de uma identidade visual para esses grandes eventos.

No caso específico das Olimpíadas, o estúdio Tátil Design ficou responsável pela criação da marca. Inspirada nessa, a equipe brasileira da *foundry* Dalton Maag, que conta com Fabio Haag em sua equipe, recebeu do governo o desafio de criar uma família tipográfica para o evento. Segundo os programadores visuais consultados por essa pesquisa, o resultado foi uma fonte tipográfica com “personalidade” e com um desenho “refinado”.

Espírito Olímpico Natureza

Figura 45: site da Maag.

Em sua entrevista para a pesquisa Fabio comenta: cada ano que passa maior é a procura pelos trabalhos da Maag.

Se engana quem achou que isso é um caso específico. Todos os designers de tipos entrevistados por essa monografia acreditam que estamos vivendo um crescimento do interesse brasileiro por tipografia, como consequência desse, escolas e projetos estão sendo criados para levar um pouco do conhecimento específico da tipografia para os interessados.

Segundo Lassala, Nardi, Haag e Recife não existe um desinteresse dos programadores visuais brasileiros pela produção nacional de fontes tipográficas, mas sim um desconhecimento deles. Para Haag “temos que estudar mais sobre o assunto e o interesse acaba sendo consequência”.

Usando desse argumento e considerando o comprovável aumento da quantidade de brasileiros interessados no estudo da tipografia, prevemos, mesmo com a pirataria, um aumento do número de compradores de fontes tipográficas no Brasil.

Ao perguntar aos consumidores/usuário de fontes digitais sobre a compra dessas, a maioria respondeu já ter comprado, como é o caso do diretor da Bertoni design, porém transpareceram desconhecimento da produção de fontes tipográficas brasileiras e dos seus representantes. Para eles, não importa de onde é, se a fonte é adequada para um projeto, eles vão comprar.

Por esses e outros motivos o designer de tipo, brasileiro, que vende suas fontes pela internet, não cria pensando em atingir um mercado interno. A maior parte de suas vendas são para consumidores do exterior, os grandes sites de vendas de fontes digitais são mundiais, não tem porque a criação buscar atingir o consumidor Brasileiro.

Alguns programadores visuais, como o Bertoni, defendem uma existência de uma identidade tipográfica brasileira, mas o que realmente existe são casos específicos de fontes *displays* criadas com alguma referência cultural brasileira, como é o caso da *Brasilêro* de Cristian Cruz e a *Samba* de Tony de Marco.



Seria um exagero considerar a existência de uma identidade brasileira tipográfica, e que essa influencia a criação de fontes digitais no Brasil. A fonte Houais, criada por Rodolfo Capeto ilustra bem essa situação, pois não tem nenhuma referência ligada ao nosso país.

Perguntado sobre a existência de algum diferencial nas fontes digitais produzidas por brasileiros, Lassala responde:

vivemos num mundo globalizado, o conhecimento é acessível a todos, e temos condição de produzir algo como qualquer pessoa no mundo. O diferencial fica por conta da pesquisa, criatividade, e capacidade de “ler” o mercado frente ao varejo que jorra muitos projetos bons no mercado quase que diariamente.(Lassala, 2012)

Com isso a conclusão está completa. Recomendamos aos próximos pesquisadores, que desejam falar sobre o assunto, comprovar ou não o crescimento previsto nessa e analisar a evolução das fontes tipográficas criadas por designers de tipos brasileiros.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BARROCA, T. N. *Direito e tipografia – Breve incursão sobre o tratamento jurídico das fontes pelo direito brasileiro*. REVISTA DA ABPI. n. 93, Rio de Janeiro: Associação Brasileira da Propriedade Intelectual, 2008.

BRASIL. Lei nº 5.988, de 14 de dezembro de 1973. Regula os direitos autorais e dá outras providências. *Diário Oficial da União*, 18 dez. 1973.

_____. Constituição da República Federativa do Brasil. Brasília: *Diário Oficial da União*, 05 de out. de 1988.

_____. Decreto nº 1.263, de 10 de outubro de 1994. Ratifica a declaração de adesão aos arts. 1º a 12 e ao art. 28, alínea 1, do texto da revisão de Estocolmo da Convenção de Paris para Proteção da Propriedade Industrial. *Diário Oficial da União*, 13 out. 1994.

_____. Lei nº 11.484, de 31 de maio 1997. Dispõe sobre os incentivos às indústrias de equipamentos para TV digital e de componentes eletrônicos semicondutores e sobre a proteção à propriedade intelectual das topografias de circuitos integrados, instituindo o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Semicondutores – PADIS e o Programa de Apoio ao Desenvolvimento Tecnológico da Indústria de Equipamentos para a TV Digital – PATVD; altera a Lei nº 8.666, de 21 de junho de 1993; e revoga o art. 26 da Lei nº 11.196, de 21 de novembro de 2005. Brasília, *Diário Oficial da União*, 31 mai. 2007.

_____. Lei nº 9.279 de 14 de maio de 1996. Regula direitos e obrigações relativos à propriedade industrial. *Diário Oficial da União*, 15 mai. 1996.

_____. Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998. Dispõe sobre a proteção da propriedade intelectual de programa de computador, sua comercialização no País, e dá outras providências. Brasília: *Diário Oficial da União*, 20 dez. 1998a.

_____. Lei nº 9.610 de 19 de fevereiro de 1998. Altera, atualiza e consolida a

legislação sobre direitos autorais e dá outras providências. Brasília: *Diário Oficial da União*, 20 dez. 1998b.

BRINGHURST, Robert. *Elementos do estilo tipográfico*. 3ªed. Cosac Naify, 2005.

CRAIG, James. *Produção Gráfica*. 2ª ed. São Paulo: Nobel, 1987.

FARIAS, Priscila. *Tipografia Digital: o impacto das novas tecnologias*. 3ªed. Rio de Janeiro: 2AB, 2001.

FRUTIGER, Adrian. *En Torno de La Tipografia*. Barcelona: GG, 2003.

FRUTIGER, Adrian, *Sinais & Símbolos*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

HEITLINGER, Paulo. *Tipografia: origens, formas e uso das letras*. 1ª ed. Ed: DINALIVRO, 2006.

SÃO PAULO. Secretaria de Cultura, Ciência e Tecnologia, *HISTORIA da tipografia no Brasil*. 1ª ed., 1979.

JACQUES, João Pedro. *Tipografia pós-moderna*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Base Design, 2002.

LUPTON, Ellen. *Pensar com tipos*. Cosac Naify, 2006.

MARTINS, Eduardo. *A tipografia do beco da misericórdia: apontamentos históricos*. João Pessoa: Secretária de educação e cultura, 1978.

PIMENTEL, L. O.; BARRAL W. *Direito da propriedade intelectual e desenvolvimento*. In: Propriedade intelectual e desenvolvimento. PIMENTEL, L. O.; BARRAL W (org.). Florianópolis: Fundação Boiteux, 2007.

PURVIS, Alston W; DE JONG, Cees W. *Type: A visual history of typefaces and graphic styles*. 2ª. ed. TASCHEN, 1938.

RAIMES, Jonathan; LAKSHMI, Bhaskaran. *Design Retrô, 100 anos de design gráfico*. São Paulo: Senac, 2007.

ROCHA, C. *Projeto tipográfico*. 3 ed. rev. amp. São Paulo: Edições Rosari, 2005.

ROCHA, Cláudio. *Tipografia comparada: 108 fontes clássicas analisadas e comentadas*. São Paulo: Rosari, 2004.

TSCHICHOLD, Jan. *Tipografia Elementar*. 1ª ed. Ed: ALTAMIRA, 2007.

WEINGART, Wolfgang. *Typography*. Ed: Las Muller, 1941.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION. **What is intellectual property?** Disponível em: <<http://www.wipo.int/about-ip/en>>. Acessado em: 25 jun. 2009.

*** Referências eletrônicas**

<http://tipografos.net>

<http://www.typeworkshop.com>

GLOSSÁRIO

Para a construção do glossário foram utilizadas definições dos livros citados na bibliografia, com isso asseguramos a isenção desse glossário, que não busca defender nenhum tipo de conceituação, mas apenas informá-las. Existem muitas definições para os termos posteriormente citados, sendo assim, a pesquisa não tem a pretensão de afirmar que essas conceituações são incontestáveis, e que elas são as únicas corretas. Todas elas foram ditas por profissionais/estudiosos com credibilidade para tal, portanto são aceitas pela maioria dos profissionais da área, e de todos profissionais ligados cuja a função está ligada ao design gráfico.

DESENHO DE TIPOS

Disciplina do Design Gráfico que se ocupa das vertentes técnicas, funcionais e estéticas do desenvolvimento de caracteres.

TIPOGRAFIA DIGITAL (Digital typography)

Conjunto de tecnologias para desenhar e editar letras, digitalizá-las, produzir fontes digitais, compor textos, paginar, imprimir. *Design* de comunicação usando a palavra a ser impressa. Design editorial, desenho de meios publicitários (cartazes, anúncios, pôsteres, etc). Na tipografia, distingue-se a micro-tipografia (desenho das letras e dos detalhes das letras e a macro-tipografia (composição de palavras, linhas colunas e páginas, justificação, tamanhos, hierarquia de conteúdos, etc).

MANCHA GRÁFICA

Conjunto de texto(s), elementos gráficos, imagens e tabelas, constituindo a parte impressa de uma página. A mancha é emoldurada pelas margens da página, espaços normalmente não impressos.

GLIFO (Glyph)

A forma concreta da imagem de um caractere. Exemplo: um ‘a’ itálico e um ‘a’ romano são dois glifos diferentes, mas representando o mesmo carácter. É qualquer letra, número, etc., que integre uma dada fonte. A tabela de despesa mostra ao paginador o conjunto dos glifos disponíveis em uma fonte digital, permitindo a sua seleção individual.⁵⁹

FONTE DIGITAL (Digital font, digital type)

Fonte disponível em formato digital, para uso em computadores, celulares, e outros. Em formato Bitmap, ou TrueType, ou Type I ou OpenType. Na perspectiva da informática, uma fonte digital é uma coleção de fórmulas matemáticas próprias para definir linhas; qualquer glifo é definido e visualizado pelas linhas do seu contorno (*Outline*). Trata-se de uma representação vectorial; as linhas são do tipo Bézier; determinam como a fonte é impressa ou visualizada no monitor (*rendering*).⁶⁰

PROGRAMAÇÃO VISUAL

é um conjunto de técnicas que nos permite ordenar a forma pela qual se faz a comunicação visual. O profissional responsável por essa tarefa é chamado de programador visual. Diretores de Arte, Designers gráficos, são exemplos de programadores visuais.

⁵⁹ Tipografia: origens e formas e uso das letras, p. 367/368.

⁶⁰ Tipografia: origens e formas e uso das letras p. 366.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Entrevista com Gustavo Lassala

Entrevista feita através de um questionário enviado por e-mail, o e-mail foi respondido juntamente com o questionário na data de 14 de maio de 2012.

Qual a maior dificuldade enfrentada pelos designers de tipos, brasileiros?

Mostrar a importância/benefícios de se comprar fontes para tornar os projetos singulares e autênticos.

Você acredita na existência de um desinteresse dos programadores visuais, brasileiros, pelas fontes construídas por designers brasileiros?

Não vejo como desinteresse, mas sim como ignorância.

Com uma maior visibilidade/divulgação você acredita que aumentariam as vendas de fontes tipográficas construídas por brasileiros?

Não sei, o brasileiro tem uma cultura de pirataria arraigada que não importa se a fonte é brasileira ou não.

No Brasil, existem instituições que formam bons designers de fontes tipográficas? Quais?

Não existe graduação específica sobre, os designers acabam sendo formados por professores que dominam o assunto e abordam o tema em uma ou duas matérias durante a graduação ou orientam trabalhos de conclusão de curso. No geral, os typedesigners que atuam no mercado são autodidatas, como eu. Sempre indico cursos de caligrafia da Andrea Branco, os cursos do Tipocracia, os encontros DiaTipo e a lista de discussão por e-mail <http://www.sapien.com.br/tipografia>.

Conte um pouco sobre o processo de criação. Inspiração, pesquisa e como é feito o teste antes de finalizar a fonte.

Tenho um processo de criação autoral, livre, faço o que gosto ou tenho vontade, em geral, não trabalho com clientes, crio a fonte e coloco à venda nos distribuidores. Assim caso o indivíduo se interesse, pode comprar a fonte do contrário não tenho desgaste com clientes ou exigências. Portanto, faço todo o processo sozinho, pesquisa, rascunho, vetor, programação e testes. Antes de finalizar, testo os vetores, metrics, kerning, opentype features, testo no monitor, gero arquivos pdf, imprimo provas em diferentes tamanhos, instalo a fonte em mais de um computador, até ficar satisfeito, sem prazos ou urgência, o tempo do projeto, quem faz sou eu. Não vou dizer que é hobby, lazer ou atividade paralela, não, pelo contrário, trabalho arduamente em cada projeto, e levo tudo isso muito a sério, estudo, treino, e procuro sempre algo novo para dedicar meu tempo, posso dizer que me sinto como um artesão.

A remuneração da profissão de designers de fontes é compensadora?

De modo geral não.

O que você pensa sobre a pirataria de fontes? E sobre os sites que disponibilizam fontes gratuitas?

A pirataria faz parte da cultura hoje, você precisa descobrir mecanismos para compensar a compra da fonte. Atualmente esses mecanismos se resumem à qualidade, recursos diferenciados, e facilidade de trabalho instalação etc. Eu acho interessante os sites de fontes free, penso que tem mercado para tudo. Mas devo lembrar que tudo na vida tem um preço, nada vem de graça....

Nesses últimos 10 anos, o Brasil vive um momento de progresso econômico e de consumo, isso tem influenciado o volume de produção e de vendas das fontes brasileiras

Não, porque os brasileiros que produzem fonte só ganham dinheiro vendendo seus produtos no mercado fora do Brasil, via MyFonts, Fonts.com, YouWorkForThem etc. Ou seja, a crise mundial tem até prejudicado a compra de fontes. Meu caro, no Brasil, ninguém compra fontes. Fazendo uma estatística imaginária das minhas vendas, talvez seja algo do tipo, 60% EUA, 30% EUROPA, 2%BRASIL, 8%RESTO DO MUNDO.

Diante da oferta de fontes tipográficas, existe algum diferencial que levaria ao consumo de fontes produzidas no Brasil?

Não, vivemos num mundo globalizado, o conhecimento é acessível a todos, e temos condição de produzir algo como qualquer pessoa no mundo. O diferencial fica por conta da pesquisa, criatividade, e capacidade de “ler” o mercado frente ao varejo que jorra muitos projetos bons no mercado quase que diariamente.

APÊNDICE B - Entrevista com Eduardo Recife

Entrevista feita através de um questionário enviado por e-mail, o e-mail foi respondido juntamente com o questionário na data de 10 de julho de 2012.

Qual a maior dificuldade enfrentada pelos designers de tipos, brasileiros?

Acho que é a mesma da maioria dos tipógrafos: divulgação.

Você acredita na existência de um desinteresse dos programadores visuais, brasileiros, pelas fontes construídas por designers brasileiros?

Creio que não, hoje temos muitos foundries de qualidade daqui do Brasil. E se existe um desinteresse não é pelo fato da sua nacionalidade.

Com uma maior visibilidade/divulgação você acredita que aumentariam as vendas de fontes construídas por brasileiros?

Sim, claro. Acho que na verdade hoje é muito complicado fazer uma diferenciação entre o que é nacional e o que não é. Todos os tipógrafos enfrentam esta dificuldade e a grande maioria deles assim como nós, vende suas fontes através de sites como myfonts, fonts.com, etc. Por isso creio que estamos todos no mesmo barco.

Conte um pouco sobre o processo de criação. Inspiração, pesquisa e como é feito o teste antes de finalizar a fonte.

A grande maioria das fontes que criei partiram originalmente de experimentações. No início, eu não tinha nenhuma intenção na criação das fontes a não ser no fato do prazer de criá-las. Muitas vezes as fontes surgiram de partes de palavras que estava criando para minhas ilustrações e percebendo que poderia ser interessante expandir o alfabeto para a criação de uma fonte digital. A inspiração vem de várias fontes, desde placas de rua, até a estética grunge que dominou os anos 1990. Normalmente após criar a fonte no Fontlab, terceirizo o processo de testes e correção de possíveis erros das mesmas. Acho importante quando as fontes são comercializadas, de terem uma alta qualidade e serem livres de possíveis problemas.

A remuneração da profissão de designers de fontes é compensadora?

Isto varia muito de acordo com a divulgação e número de fontes criadas. Conheço pessoas que vivem apenas disto e outras que não conseguiram um resultado satisfatório.

O que você pensa sobre a pirataria de fontes? E sobre os sites que disponibilizam fontes gratuitas?

Acho que hoje é inevitável. O mesmo acontece com músicas, filmes, softwares. A diferença é que quando você tem um foundry grande e bem-estabilizado no mercado, você acaba não sentindo este impacto da pirataria, mas quando você ainda é pequeno e as vendas ainda são reduzidas pela pirataria, aí sim reside o problema. Mas não adianta murmurar, é a realidade dos dias de hoje.

Nesses últimos 10 anos, o Brasil vive um momento de progresso econômico e de consumo, isso tem influenciado o volume de produção e de vendas das fontes brasileiras?

Não creio que isto tenha afetado o mercado de fontes de uma forma significativa. O que aconteceu foi que ocorreu um boom na tipografia. De uns anos para cá a grande maioria dos designers perceberam a importância e muitas vezes um falso glamour pela tipografia. Virou algo “cool” fazer fontes. E isto é uma faca de dois gumes, pois ainda que o interesse seja algo apreciado, gerou também uma banalização e muitas fontes de baixíssima qualidade disponíveis na internet.

Diante da oferta de fontes tipográficas, existe algum diferencial que levaria ao consumo de fontes produzidas no Brasil?

Não consigo perceber esta clara diferença entre uma fonte criada no Brasil para uma de fora. O que podemos ver é que a grande maioria das fontes nacionais são fontes para título, ornamentais, desconstruídas, experimentais, vernaculares. Mas ainda assim isto também é encontrado lá fora, por isto não consigo enxergar uma tipografia distinta própria da nossa cultura.

APÊNDICE C - Entrevista com Henrique Nardi

Entrevista feita através de um questionário enviado por e-mail, o e-mail foi respondido juntamente com o questionário na data de 15 de maio de 2012.

Qual a maior dificuldade enfrentada pelos designers de tipos, brasileiros?

Os typedesigners brasileiros possuem as mesmas dificuldades que qualquer typedesigner internacional, uma vez que todos vendem pro mundo todo. Os typedesigners brasileiros não dependem, em princípio, do "mercado brasileiro". É importante fazer tipografia de qualidade e torná-las conhecidas, e isso leva tempo, até mesmo pra compensar financeiramente.

No Brasil, existem instituições que formam bons designers de fontes tipográficas? Quais?

Não existe no Brasil curso voltado especificamente para a formação de typedesigners. Alguns destes brasileiros buscam fazer cursos no exterior (Inglaterra, Holanda, Argentina).

O que você pensa sobre a pirataria de fontes? E sobre os sites que disponibilizam fontes gratuitas?

Sites de fontes piratas sempre vão existir, pois todos possuem computador. Uma vez que o profissional de design e comunicação entende a importância da tipografia ele licencia as fontes e procura estabelecer uma relação sólida com o seu fornecedor, o typedesigner.

APÊNDICE D - Entrevista com Fabio Haag

Entrevista concedida por Skype no dia 8 de julho de 2012. Essa versão da entrevista é um resumo de toda a conversa, citando os pontos principais, feitos pelo próprio pesquisador, mantendo o conteúdo, porém explicitado aqui com outras palavras.

Qual a maior dificuldade enfrentada pelos designers de tipos, brasileiros?

A maior dificuldade é a vida financeira, você conta em uma mão o número de typedesigners que vivem somente com a renda da venda de fontes. A maioria faz esse trabalho por hobby e prazer. Fazer fonte costuma ser uma atividade paralela.

Você acredita na existência de um desinteresse dos programadores visuais, brasileiros, pelas fontes construídas por designers brasileiros?

Não é uma falta de interesse, é uma falta de conhecimento. A tipografia é uma área tão específica que é muito pouco trabalhada nas nossas faculdades/universidades.

O que poderia proporcionar o aumento das vendas e do interesse pela produção de tipos digitais no Brasil?

De forma geral, o que deve acontecer é a promoção da cultura tipográfica. Promover eventos, cursos, salas de aulas, ou seja primeiro temos que estudar mais sobre o assunto e o interesse acaba sendo consequência. Eu vejo um crescimento, ao longo dos anos. A Maag já está há 4 anos no mercado brasileiro, e a cada ano o interesse pela área chega a dobrar.

No Brasil existem instituições especializadas em tipografia?

Até existe, um ou outro curso técnico, mas nada a nível de graduação e especialização. A nossa vizinha argentina já possui melhores escolas do ramo. As grandes potências são países como Inglaterra e Holanda.

Conte um pouco sobre o processo de criação. Inspiração, pesquisa e como é feito o teste antes de finalizar a fonte.

Na verdade, o processo de criação de uma fonte, segue as etapas de uma demanda de design. Como qualquer outro processo dentro do design, eu recebo um briefing, sobre ele pesquiso e soluciono o problema do cliente. Por trabalhar na Maag, a criação de fonte busca o lucro, e mais do que hobby se torna um ofício.

Direitos Autorais sobre uma fonte, quem fiscaliza? Como funciona?

Na verdade, é muito difícil registrarmos uma fonte, por ser facultativo e por ser muito simples provar o uso indevido de nossa criação. Basta encontrar a publicação que a fonte foi usada e conferir se existe no sistema alguma venda feita para a empresa. A NBC foi processada pela FontBureau por pirataria de software, a NBC usou fontes da FontBureau sem comprar a licença e hoje responde por esse delito. A única prova necessária foi o impresso com a fonte e a comprovação de não venda. Portanto não existe um órgão normalizador de fontes tipográficas, mas ela está sempre acompanhada dos direitos autorais de quem criou.

Diante da oferta de fontes tipográficas, existe algum diferencial que levaria ao consumo de fontes produzidas no Brasil?

Na verdade não, o mercado de fontes digitais é globalizado. Acreditar em uma identidade tipográfica é uma grande utopia. Uma pessoa com um computador e internet pode fazer um trabalho tão bom ou igual a de typedesigners de grandes potências. Não existe particularidades em fontes brasileiras, por isso não existem diferenciais.

Sites de distribuição de fontes, como funciona?

Cada site tem os seus critérios para escolher as fontes que serão vendidas. Por exemplo, o MyFont costuma ter fontes mais baratas e por isso o grau de exigência para uma fonte ser aceita pelo site é menor do que sites como o FontShop. Esses sites cobram pelo espaço de divulgação, e por todo o procedimento de marketing e venda, no caso do MyFont é cobrado 40%. Na minha opinião, é interessante colocar à venda nesses sites, a visibilidade é muito alta, e você não precisa se preocupar com nada após a finalização da fonte. É só ficar numa boa recebendo os royalties da fonte.

APÊNDICE E - Entrevista com Paulo Bertoni

Entrevista com o Diretor de Criação da agência Agnelo Pacheco e proprietário fundador da Bertoni Design. Entrevista feita através de um questionário enviado por e-mail, o e-mail foi respondido juntamente com o questionário na data de 13 de setembro de 2012.

Há quanto tempo você trabalha na área da programação visual?

30 anos

Em algum momento específico da sua carreira você adquiriu alguma fonte tipográfica?

Se sim, para qual finalidade?

Sim, várias vezes, na sua grande maioria para trabalhos de publicidade, mas também para a composição de marcas e sua identidade visual.

Aonde você costuma adquirir as fontes que serão usadas em seus trabalhos?

Pesquisei muito em sites de fontes na própria internet, alguns até oferecem fontes gratuitas, mas estas você percebe nitidamente se tratar de fontes com design mal elaborado. A Font Fólio oferece fontes com um nível de acabamento excelente.

Em geral, você acha justo o preço cobrado pelas licenças de uso das fontes tipográficas?

Sim, o estudo das fontes e sua elaboração não diferem dos grandes projetos intelectuais, são trabalhosos e exigem do design uma formação aprimorada.

Quais os tipógrafos e as tipografias brasileiras que você mais aprecia?

Gosto muito das fontes tradicionais, Helvética, Times, Myriad, Verdana, Univers, Óptima, Tahoma, todas essas fontes e suas variações de estilo, porém não conheço com esmero os tipógrafos mais conceituados.

Você acredita em uma identidade tipográfica brasileira?

Sim, temos todas as condições e talento para produzirmos nossas próprias fontes e fontes de inspiração abundante, sem falar que somos designers reconhecidos mundialmente.

ANEXO

ANEXO A - Uso indevido de fontes será discutido na Bienal de Tipografia Latino-Americana

RIO - Em fevereiro de 2011, ainda sob a euforia da posse da presidente Dilma Rousseff, a Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República divulgou amplamente a nova marca do governo federal: um logotipo em que se lia a palavra Brasil em letras verdes e a frase "País rico é país sem pobreza" em azul. No manual de uso que acompanhava a nova marca — um documento fundamental para o trabalho dos designers mundo afora —, o governo informava que "apenas as fontes da família Gotham deveriam ser usadas" no projeto, sobretudo nas assinaturas de ministérios e secretarias.

A notícia caiu como uma bomba na Associação dos Designers Gráficos do Brasil (ADGBrasil). Mundialmente conhecida por ter sido usada na campanha do presidente americano Barack Obama, a tal família Gotham de tipos não era nem nunca tinha sido de uso livre. Negociada com exclusividade pela empresa Hoefler & Frere-Jones, dos Estados Unidos, tinha (e tem até hoje) licença mínima no valor de US\$ 199 — a serem pagos por cada computador em que precisasse ser instalada. Era o governo federal a um passo de gastar milhões de reais ou de cair numa das formas mais frequentes e menos coibidas de pirataria hoje em dia: a das fontes.

Para evitar isso, fizemos uma carta aberta, apresentando as opções — lembra Henrique Nardi, diretor da ADGBrasil. — O governo poderia encomendar e pagar por uma tipografia própria (cerca de R\$ 150 mil), repetindo o que foi feito no Chile, no Peru e na Holanda; poderia lançar mão de uma fonte de uso livre (gratuita) ou comprar uma licença, gerar todas as assinaturas num único computador e as distribuir para download por toda a estrutura. O governo ficou com a terceira opção.

O caso considerado pelos designers brasileiros como o mais destacável da (quase) pirataria de fontes feita no país voltará à tona nos próximos dias. Às 18h30m desta sexta, o recém-inaugurado Centro Carioca de Design, na Praça Tiradentes, abre as portas à 5 edição da Bienal de Tipografia Latino-americana, a Tipos Latinos 2012, que acontece pela primeira vez no Brasil.

Na programação do evento, até o dia 29, há uma exposição com 76 novos projetos tipográficos oriundos de 13 países latino-americanos (alguns deles ilustram esta página), diversas palestras e workshops. Tudo sobre tipografia. E, por ser um dos temas mais polêmicos do momento, a pirataria estará lá. Enquanto alguns profissionais defendem que o caminho é combatê-la, outros tentam mostrar que, uma vez dominada, ela pode, sim, servir de trampolim para o sucesso.

Piratear uma fonte hoje em dia é tão ou mais comum do que piratear uma música ou uma foto, e bem mais difícil de rastrear — conta o coordenador executivo da Tipos Latinos 2012, Bruno Porto. — Ela cabe num arquivo de 27Kb, que voa pelas redes sociais. E é claro que o designer perde com isso! O preço médio de uma licença oscila entre US\$ 15 e US\$ 80, mas pode chegar a US\$ 300. No caso de uma família tipográfica inteira (que inclui itálicos, negritos etc...), o valor pode chegar a US\$ 900. O rombo é muito grande.

E o cenário é para lá de complicado. Não existe no país uma boa legislação sobre registro de tipos. Menos ainda que estabeleça o controle de seu uso. Segundo Nardi, o Brasil segue o estilo americano:

Quando um designer brasileiro quer registrar um tipo, ele faz isso através do nome, e não pela forma de cada uma das letras que inventou, como acontece na Alemanha. Trata-se de um sistema falho, que permite com muita facilidade que alguém acabe registrando algo muito parecido com o que já existe, usando outro nome.

De acordo com o diretor da ADGBrasil, o principal efeito disso é que o designer de tipos perde o interesse e o costume de registrar seu trabalho. E o controle da pirataria passa a ser informal, por sorte e entre amigos.

No ano passado, o designer português Dino dos Santos, que já criou fontes para os jornais "The New York Times" e "Le Figaro", comoveu a plateia de um encontro de tipografia, na Universidade de Brasília (UnB). Anunciou que não criaria mais nenhum alfabeto com caracteres cirílicos (aqueles usados no russo, no búlgaro e no macedônio, por exemplo). Segundo ele, esses caracteres estão entre os mais pirateados na internet, sobretudo por sites de origem russa, num movimento praticamente irrefreável.

O designer carioca Fábio Lopez, coordenador técnico da Tipos Latinos 2012, aponta, no entanto, outro caminho para os debates em torno da pirataria de fontes. Informa que as >ita<foundries (empresas que desenvolvem e comercializam fontes digitais) desistiram de combater a pirataria. Perceberam se tratar de um caso típico de "enxugar gelo".

O futuro e a viabilidade desse mercado não dependem de bons advogados ou leis mais rígidas, mas de bons negócios — defende Lopez, atizando a discussão. — Os designers precisam facilitar o acesso formal a suas fontes, oferecer soluções exclusivas e ter um bom suporte técnico. A internet é navegada por usuários e não por consumidores. E você não estabelece uma relação comercial brigando ou punindo quem gosta do que você faz. O combate à pirataria é para governos, que deixam de arrecadar impostos. Quem vive da venda de fontes deve focar na criação.

E o designer Gustavo Ferreira, autor da fonte da UnB, já enxerga um caminho. Acredita que, em vez de pedir o sangue dos piratas, os typedesigners deveriam tratá-los de forma mais inteligente.

Não vale a pena brigar com um pirata. Ele não se importa. Melhor tirar dele a exclusividade de distribuição. Quem baixaria uma fonte num site suspeito se pudesse baixar da empresa, a partir de um simples cadastro? E esse cadastro pode ser o começo de uma boa relação — sugere.

Diretora da Associação Tipográfica Internacional (ATypl), a brasileira Marina Chaccur conta que não há dados sobre o tamanho da pirataria de fontes, mas informa que a ATypl esteve envolvida no desenvolvimento de um tratado internacional para proteção da tipografia.

Ele chegou a ser adotado em alguns países, como a Alemanha, mas infelizmente não é considerado pela maioria.

A estratégia da associação é aproximar typedesigners e designers (os principais consumidores de tipos) em eventos como a bienal.

ANEXO B - Entrevista com o designer Ricardo Esteves Gomes

A entrevista feita por email com o designer Ricardo Esteves Gomes, esclarece o processo para se criar uma família tipográfica e quais os primeiros passos para entrar no mercado de fontes digitais. Ricardo tem fontes à venda no site MyFonts e já foi citado aqui no blog. Veja também o resultado da entrevista: *um artigo no Cadernos de Tipografia*.

Qual sua idade e sua formação?

Tenho 26 anos e sou graduado em Desenho Industrial, com habilitação em Programação Visual, pela Universidade Federal do Espírito Santo – UFES.

Você é capixaba. Sempre atuou no Espírito Santo ou já trabalhou em outros locais?

Sempre trabalhei e morei aqui mesmo, no Espírito Santo. Na verdade minha experiência profissional no campo design é ainda bastante modesta, visto que concluí minha graduação a menos de dois anos atrás. Trabalhei em poucas empresas e a maior parte do meu portfólio é constituído por projetos de que participei como designer gráfico autônomo. Desde o ano passado atuo também como professor temporário no mesmo curso em que me formei. Meu interesse pela área acadêmica surgiu justamente pela necessidade de compartilhar alguns conhecimentos adquiridos em tipografia e pesquisar esse campo mais a fundo.

Quando surgiu o interesse por tipografia?

Desde minha adolescência já “brincava” de desenhar logotipos imaginários e gostava de poesia visual. Comecei a pensar a tipografia de maneira um pouco mais consistente durante a graduação. Como fiz parte da segunda turma do curso de Design da UFES, nem sempre tínhamos todos os conteúdos à mão e isso me obrigou a correr atrás de conhecimentos específicos que os professores, muitas vezes, na época, não podiam me oferecer. Comecei a criar algumas fontes display, cheias de equívocos, mas que me ajudaram a começar a entender o que é uma fonte digital e algumas das questões mais básicas de um projeto tipográfico. Desde então, passei por muitas fases. Tranquei meu curso, fiz análise, fiz umas viagens e fiquei um tempo perdido na imensidão. Depois de recuperar o centro, minha volta à tipografia

aconteceu por meio do meu trabalho de conclusão de curso, que deu origem à primeira versão da Maryam. Ainda trabalhei mais um ano e meio refinando seu desenho e ampliando a família antes de publicá-la comercialmente. O resto da história vocês já conhecem.

Quem são os designers/ tipógrafos em que você se inspira ou admira o trabalho?

Hermann Zapf, Adrian Frutiger, Jan Tschichold, Giambattista Bodoni, Gerrit Noordzij, Fred Smeijers, entre vários outros. Não necessariamente nessa ordem.

Quando surgiu a idéia de criar fontes para vender comercialmente?

Na verdade esse idéia não “surgiu”. Tive um trabalho considerável pensando e desenvolvendo a Maryam durante 2005 e 2006 e achei que valeria a pena publicá-la para ver se geraria algum retorno. O melhor caminho que encontrei para isso foi através do MyFonts, que mostrou ter uma equipe bastante profissional e, ao mesmo tempo, bastante receptiva a novos designers de tipos. O sucesso comercial – bem acima das minhas expectativas – gerou entusiasmo para continuar o trabalho. Minha segunda família publicada – a Scrivano – parece estar tendo um desempenho semelhante, o que me dá algum indício de que devo estar seguindo no caminho certo, se é que existe um.

Conte um pouco sobre o processo de criação. Inspiração, pesquisa e como é feito o teste antes de enviar a fonte.

Essa talvez seja a pergunta mais difícil de responder. Não sei onde se inicia meu processo de criação, pois cada projeto vem da construção de um pensamento que, por sua vez, se origina a partir de tudo que leio, vejo e ouço. E cada projeto de família tipográfica começa de um jeito diferente.

A Maryam, por exemplo, começou com um exercício de repetição de letras utilizando pena caligráfica de ponta larga, tinta e papel milimetrado. Depois de algumas semanas repetindo exaustivamente cada letra do alfabeto, obtive algumas dezenas de folhas de originais caligráficos que utilizei como modelo para os desenhos vetoriais. Essa seria a etapa seguinte: a tradução dos esboços manuais para o desenho vetorial no computador. Essa é uma etapa muito mais delicada do trabalho, pois cada pequeno detalhe faz muita diferença. Após chegar a uma solução formal para as letras, já pensando em suas conexões (uma vez que a Maryam teve a intenção de simular uma caligrafia de ritmo cursivo), a etapa seguinte foi transportar esses vetores para o software gerador da fonte digital. Essa terceira etapa é ainda mais trabalhosa, pois é o momento de fazer últimos pequenos acertos nas formas, ajustar os espaçamentos entre letras, os pares de kerning (na Maryam foram muitos) e os hintings. Além, é claro, de desenhar todos os sinais de pontuação, sinais diacríticos, símbolos monetários, matemáticos, &c.

A família Scrivano se originou não de um exercício prático com a pena, mas da observação de algumas caligrafias já existentes. As primeiras letras já surgiram direto no computador, embora seu desenho não indique isso. É claro que isso só foi possível depois de alguma prática anterior de caligrafia e da conseqüente compreensão da lógica na relação entre mão, pena, papel e tinta na construção da escrita. As etapas posteriores foram as mesmas.

Em relação à minha nova família em desenvolvimento, batizada como Jana Thork, o

processo de criação começou a tomar forma não com uma pena, nem com um mouse, mas com um giz e um quadro. Os meios de representação da escrita disponíveis são muitos e é interessante que nos apropriemos deles como exploração consciente de linguagens. Uma fonte digital, entretanto, é um software. A ferramenta computador, portanto, sempre passa pelo processo criativo e interfere na forma como vemos as coisas.

A última etapa do meu processo é justamente a dos testes dos arquivos gerados (as fontes tipográficas digitais). Nessa etapa, geralmente trabalho com uma pequena equipe de colaboradores que testam as fontes em diferentes softwares gráficos, em diferentes sistemas operacionais. Após essa bateria de testes, caso sejam identificados pequenos bugs, estes são corrigidos e as fontes são finalizadas e enviadas para publicação.

Sobre a inspiração, prefiro utilizar a palavra “referências”. Criar famílias tipográficas é um trabalho árduo, que envolve muito mais “transpiração” do que “inspiração”. Não é uma coisa que acontece de uma hora para outra, mas o resultado de meses, anos e, às vezes, uma vida inteira de trabalho. Ninguém acorda um belo dia e decide “Hoje vou virar tipógrafo”. No meu caso, está sendo um processo natural. Minhas referências são sempre muitas: originais caligráficos, letterings, tipos, websites e livros. Principalmente livros.

Como é a relação entre você e o MyFonts? Foi fácil para um brasileiro vender fontes para um site internacional?

Publicar é fácil. Vender bem é que é difícil. Com o MyFonts, tenho um contrato de cessão não-exclusiva dos direitos de comercialização das minhas fontes. Ou seja, eu crio o produto, eles vendem, cobram uma comissão pelo serviço e me repassam o restante na forma de royalties. Simples assim. É um negócio como outro qualquer. O MyFonts me pareceu ser a empresa mais aberta à participação de novos designers de tipos e também a que proporciona maior liberdade. O próprio designer define preço de venda, descontos, além de ter um controle altamente profissional sobre uma base de dados que mostra quem são os compradores e quais fontes foram adquiridas. Qualquer um que tenha um trabalho minimamente interessante, pelo qual eles se interessem, pode conseguir publicar por lá. É uma boa porta de entrada para o mercado internacional. Entretanto, simplesmente publicar não significa que sua fonte será um sucesso e que você vai ficar rico. São dezenas de novas fontes sendo publicadas todo mês, a maioria delas de qualidade bastante questionável. O filtro é feito pelo próprio mercado. As mais vendidas tendem a ir entrando nos rankings, e como as pessoas precisam de um referencial, quando isso acontece, a tendência é vender cada vez mais. É lógico que isso não é o que acontece na imensa maioria dos casos. Eu até hoje não sei como consegui colocar minhas duas únicas famílias publicadas no ranking dos best sellers por um tempo, mas creio que isso seja um sinal de que muitas pessoas e empresas no planeta se identifiquem com o meu trabalho. Fico feliz.

O retorno financeiro é compensador?

Poderia ser melhor se comparado a outros tipos de negócio. Como esse retorno é baseado nas vendas, dependerá muito do sucesso ou não da família tipográfica em questão. É um mercado extremamente volátil em que tudo pode acontecer. Eu tenho uma tendência a enxergar o retorno financeiro sempre relacionado à quantidade de horas trabalhadas. Se formos fazer esse balanço hora trabalho x retorno financeiro, talvez o design de tipos seja ainda um dos piores negócios dentro das possíveis atuações de um designer gráfico. De qualquer maneira, no meu caso, ao menos o retorno mensal médio tem sido maior do que meu salário como professor substituto na Universidade. Mas em ambas as atividades tenho um salário indireto que é a satisfação pessoal. Se eu estivesse preocupado “apenas” com o retorno financeiro, teria feito economia, administração ou marketing, não é verdade?

Você acha que poderia viver somente com venda de fontes?

Tenho a meta de um dia chegar nesse patamar. Não que eu queira viver só disso. Pretendo investir também na minha carreira acadêmica que é onde me sinto à vontade. Mas acho que é possível viver somente disso sim. Para isso, entretanto, já percebi que teria que lançar pelo menos uma família tipográfica de qualidade (e não uma qualquer) a cada três meses. É uma meta absurda, mas tem gente que consegue. É claro que, na medida em que um designer de tipos vai tendo uma quantidade maior de produtos no mercado, a tendência é que esse retorno se torne cada vez menos volátil e mais estável. Mas creio que, para isso, sejam necessários ainda alguns bons anos de trabalho pela frente.

Você já tentou ou vendeu fontes para empresas de grande porte como Linotype? Se houve tentativa, como foi esse processo?

Ainda não. Um dia eu chego lá.

Qual a sua posição em relação à pirataria de fontes no Brasil?

É sempre um assunto delicado, mas que vale a pena ser abordado. Ainda temos aquela velha cultura do “jeitinho brasileiro” para todas as coisas. Em algumas situações isso pode ser positivo, pois esse poder de improvisação mostra nossa capacidade de se adaptar às dificuldades. Uma prova disso está no futebol. Mas quando estamos lidando com o mercado, esse nosso “jeitinho” pode acabar sendo um grande empecilho para o sucesso. Isso se reflete, entre outras coisas, na cultura da pirataria. Olhando por uma perspectiva mais macro, veremos que essa é uma cultura que não se sustenta. Se as pessoas nos países economicamente desenvolvidos tivessem essa mesma mentalidade, não existiria mercado de tipografia. Vejo a pirataria de fontes como um reflexo cultural de um sociedade desigual, com instituições públicas fraturadas pela corrupção e com cada vez menos credibilidade. Se olharmos pelo ponto de vista do negócio, comprar fontes é extremamente vantajoso, pois implica em um custo bastante pequeno dentro de um projeto de design remunerado. É uma oportunidade de oferecer aos clientes um maior nível de exclusividade nos projetos, mostrar que eles estão sendo valorizados e que cada centavo investido valerá a pena. Quando estou trabalhando em projetos de identidade visual, por exemplo, tenho tido o hábito de desenvolver tipografias exclusivas para a marca. É claro que nem todo designer gráfico dá conta disso, então utilizar novas fontes comerciais pode ser uma excelente alternativa para diferenciar a marca no mercado. O mesmo vale para

qualquer outro projeto que envolve comunicação textual. Um livro, uma revista, uma embalagem ou um website também podem beber dessa fonte (aqui o trocadilho é intencional).

A pirataria pode ser uma solução eficiente num nível amador. Quando estamos lidando com profissionais, porém, isso se torna incompatível. O Brasil ainda representa uma fatia insignificante no mercado mundial de tipografia e acredito que isso pode ser mudado na medida em que nós, profissionais de comunicação de uma maneira geral, comecemos a encarar nosso próprio trabalho com mais seriedade. Sabemos que o sucesso ou o fracasso de empresas muitas vezes dependem, entre outras coisas, do nosso trabalho. Mudar a cultura do “jeitinho brasileiro” para um “novo jeito estratégico brasileiro” pode ser um caminho para sair da estagnação de séculos de ineficiência estrutural para um novo paradigma de crescimento qualitativo.

Que dicas e conselhos você poderia dar aos iniciantes na tipografia digital? (leitura, por onde começar, em quem se inspirar, etc.)

Em primeiro lugar, estudem. Tenham boas referências, aprendam a olhar de perto para as coisas e vocês terão bons resultados. Tipografia é uma área para quem tem muita paciência para pequenos detalhes. Nunca desprezem a história, pois ela pode dizer muita coisa sobre o presente. Tentem ter objetivos claros. Se não têm ainda, confiem na intuição. Se não têm ainda, experimentem e observem os resultados. Façam atividades físicas e criem um contato com a natureza, pois, acreditem, vocês vão passar muito tempo em frente a uma máquina. Observem e leiam as obras dos grandes tipógrafos e pensadores da área.